

Auswirkungsanalyse

Ansiedlung von Fachmärkten im zentralen Versorgungsbereich Am Mühlengraben in 14959 Trebbin

Auftraggeber:

Atlas Bau GmbH Weimar
In der Buttergrube 9
99428 Weimar

Projektleitung:

Dipl.-oec. Mathias Vlcek

Gesamtleitung:

Dr. Ulrich Kollatz

BBE Handelsberatung GmbH
Futterstraße 14
99084 Erfurt

Telefon (0361) 77 80 660

Fax (0361) 77 80 612

E-Mail vlcek@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Ausarbeitungen fallen unter § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Berlin · Köln · Leipzig · Erfurt

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangssituation / Projektdaten	3
2. Standortrahmendaten Trebbin	5
3. Einzelhandelsanalyse Trebbin	8
4. Projektstandort	12
5. Markt-/ Wettbewerbsanalyse	15
5.1. Einzugsgebiet	15
5.2. Marktpotenzial	18
5.3. Angebot	20
5.3.1. Überblick	20
5.3.2. Getränke	21
5.3.3. Drogeriewaren	21
5.3.4. Bekleidung	22
5.3.5. Schuhe	23
5.3.6. Zoobedarf/Tiernahrung	23
5.3.7. Multisortiment	24
5.3.8. Zentralität der untersuchungsrelevanten Branchen	26
6. Städtebauliche Bewertung des Projektvorhabens	28
6.1. Rechtliche Beurteilungsgrundlagen	28
6.2. Umsatzprognose	30
6.2.1. Getränkemarkt	30
6.2.2. Drogeriemarkt	31
6.2.3. Textilmarkt	33
6.2.4. Schuhmarkt	34
6.2.5. Zoomarkt	35
6.2.6. Multisortimentsmarkt	36
6.3. Wirkungsprognose	37
6.3.1. Methodische Vorgehensweise	37
6.3.2. Städtebauliche Auswirkungen im Einzugsgebiet	40
6.3.3. Getränkemarkt	40
6.3.4. Drogeriemarkt	42
6.3.5. Textilmärkte	44
6.3.6. Schuhmarkt	46
6.3.7. Zoomarkt	47
6.3.8. Multisortimentsmarkt	48
6.3.9. Städtebauliche Auswirkungen außerhalb des Einzugsgebiets	50
6.4. Kompatibilität des Vorhabens mit dem Trebbiner Einzelhandelskonzept	53
7. Zusammenfassung	55

1. Ausgangssituation / Projektdaten

Die Atlas Bau GmbH Weimar plant in Trebbin und hier im Kreuzungsbereich der Straßen Berliner Tor und Am Mühlengraben die **Ansiedlung von Fachmärkten**. Auf dem Vorhabenareal befindet sich derzeit ein stillgelegtes Autohaus (inkl. Werkstatt), dieses soll rückgebaut und mit einer Fachmarktzeile neu belegt werden. Mit der Inwertsetzung des Grundstücks erfolgt somit eine städtebauliche Aufwertung dieses Gebiets, das im nordwestlichen Ortseingangsbereich von Trebbin liegt.

Abbildung 1: Objektsituation auf dem Projektgrundstück Am Mühlengraben 1 in Trebbin



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Im Rahmen der Projektentwicklung ist die Ansiedlung von verschiedenen Fachmärkten geplant. Hierbei handelt es sich einerseits um die **Verlagerung** von zwei bestehenden, südlich des Projektstandortes befindlichen Märkten (KIK-Textilmarkt mit rd. 490 m², Hoffmann-Getränkemarkt mit rd. 470 m²), andererseits sollen u.U. weitere Fachmärkte angesiedelt werden.

Der Verlagerungsbedarf von KIK und Getränke Hoffmann ergibt sich aus der Umsiedlung des Discounters Lidl; aktuell ist der Markt südlich des Projektstandortes ansässig. Lidl plant jedoch die Umsiedlung seiner Filiale an den naheliegenden Standort „Am Kulturhaus“.¹ Im Rahmen der Neupositionierung dieses Versorgungsbereiches ist nach der Lidl-Absiedlung ein Rückbau der beiden bestehenden Fachmarktgebäude (Lidl + KIK/Getränke Hoffmann) und eine Neubebauung mit einem großflächigen Lebensmittelmarkt angedacht.

Die Verkaufsfläche der neu geplanten Fachmarktzeile nördlich des Bestandsstandortes kann maximal 1.700 m² betragen, wobei die einzelnen Betriebe jeweils eine Fläche unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit² haben werden. Im Einzelnen sind gemäß Angabe des Auftraggebers folgende **Ansiedlungsoptionen** zu prüfen:

- Getränkemarkt mit max. 650 m² VK
- Drogeriemarkt mit max. 750 m² VK
- 2 Textilfachmärkte mit max. 800 m² VK
- Schuhfachmarkt mit max. 500 m² VK
- Zoofachmarkt mit max. 600 m² VK
- Multisortimentsmarkt mit max. 800 m² VK

Eine Ansiedlung aller angefragten Fachmärkte kann auf Grund der limitierten Fläche des Grundstücksareals nicht erfolgen, realistisch erscheint die Entwicklung von drei bis vier großformatigen Betrieben.

¹ vgl. Stadt Trebbin, Bebauungsplan „LIDL-Markt Trebbin, Am Kulturhausweg“.

² Einzelhandelsbetriebe sind großflächig i.S.v. § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten. vgl. Urteil BVerwG [4 C 10.04] vom 24.11.2005.

Nachstehender objektbezogener **Lageplan** stellt den Vorhabenstandort an der Straße Am Mühlengraben im räumlichen Kontext dar; dieser schließt sich direkt an das südlich liegende Fachmarktgebäude von KIK und von Getränke Hoffmann an.

Abbildung 2: Lageplan der avisierten Fachmärkte im zentralen Versorgungsbereich Am Mühlengraben



Lageplan: Atlas Bau GmbH Weimar

Für die Liegenschaft ist die Ausweisung eines **Sondergebiets** beabsichtigt, ein entsprechender Aufstellungsbeschluss für einen Bebauungsplan wurde seitens der Stadtverordnetenversammlung in einer öffentlichen Sitzung am 06.10.2021³ gefasst. Für das Plangebiet soll als Art der baulichen Nutzung ein Sonstiges Sondergebiet nach § 11 Abs. 3 BauNVO ausgewiesen werden.

Im Rahmen des Bebauungsplanverfahrens wird eine Analyse und Bewertung möglicher Auswirkungen des Projektvorhabens benötigt. In dem nachfolgenden Gutachten ist aufzuzeigen, inwieweit Auswirkungen auf

- die Versorgung der Bevölkerung und
- die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche⁴

in Trebbin oder in umliegenden Gemeinden im Sinne von **§ 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO** anzunehmen sind.

Bei dem Projektvorhaben ist das von der Stadt Trebbin beschlossene **Einzelhandels- und Zentrenkonzept** zu berücksichtigen; dieses stellt ein städtebauliches Entwicklungskonzept i.S.v. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB dar.

Nachstehend werden die Ergebnisse einer entsprechenden Untersuchung, die im November/Dezember 2022 durchgeführt wurde, dargestellt und beschrieben.

³ vgl. Beschluss zur Aufstellung des Bebauungsplans „Fachmarkt Am Mühlengraben 1“ der Stadt Trebbin vom 06.10.2021.

⁴ Die Stadt Trebbin besitzt ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept, dieses Konzept wurde von der Stadtverordnetenversammlung in einer öffentlichen Sitzung am 15.12.2021 beschlossen (Beschluss: 0057/21). Die ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche werden aus diesem städtebaulichen Entwicklungskonzept übernommen.

2. Standortrahmendaten Trebbin

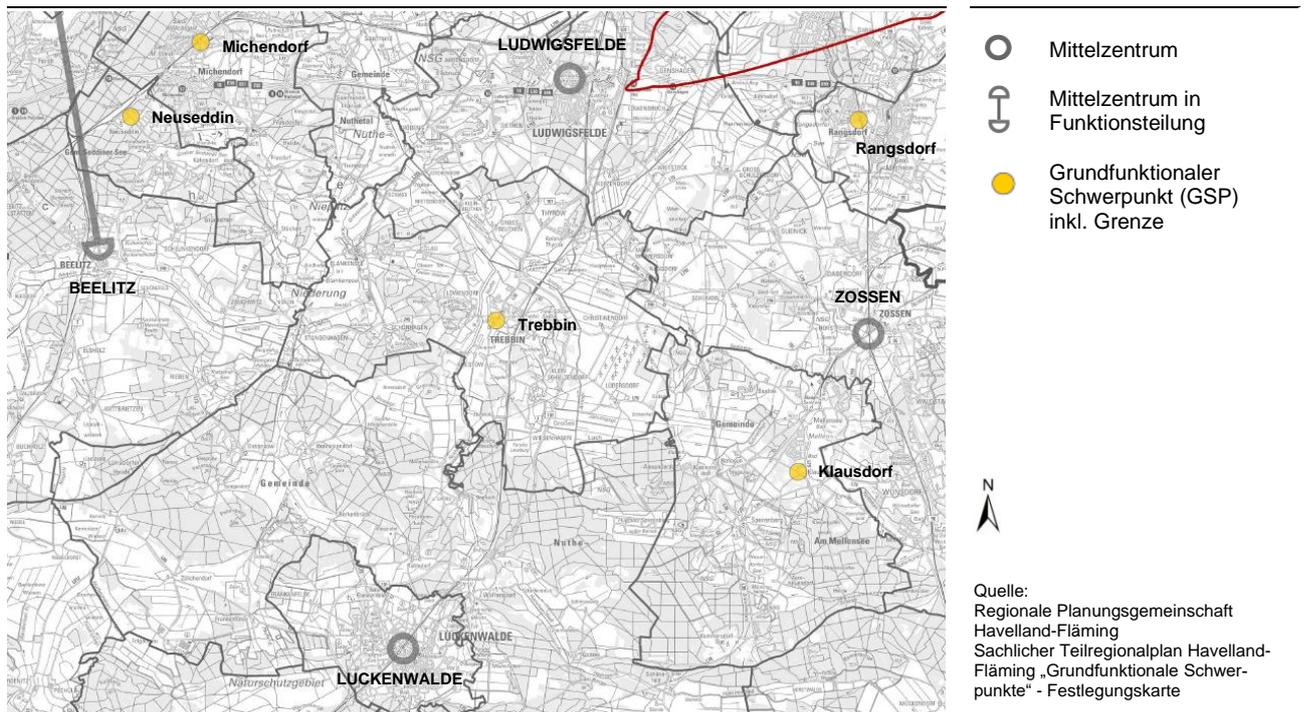
Die amtsfreie Stadt Trebbin (rd. 10.000 Ew.) ist hinsichtlich ihrer **geographischen Lage** im Land Brandenburg und hier im nördlichen Bereich des Landkreises Teltow-Fläming verortet. Die Lage der Kleinstadt ist durch die Nähe zu Berlin geprägt; die Stadtgrenze der Bundeshauptstadt liegt nur knapp über 20 Kilometer von Trebbin entfernt.

Im direkten Umfeld von Trebbin sind überwiegend kleinere Gemeinden situiert, so dass sich Trebbin in einer ländlich geprägten Region befindet. Größere Städte im Umland sind die Kreisstadt Luckenwalde, Beelitz, Ludwigsfelde und Zossen, wobei Trebbin innerhalb dieses Städtevierts liegt.

Die Stadt Trebbin war vormals als Grundzentrum ausgewiesen. Seit der Abschaffung der Grundzentren in der Landesplanung besitzt Trebbin **keine zentralörtliche Einstufung** mehr. Umliegende zentrale Orte sind die Mittelzentren Luckenwalde, Beelitz (in Funktionsteilung mit Werder), Ludwigsfelde und Zossen.

Nachgelagert zu den zentralen Orten werden im Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR) sog. **Grundfunktionale Schwerpunkte**⁵ definiert, in denen eine bedarfsorientierte Bündelung von Wohnen und Angeboten der Daseinsvorsorge gesichert werden soll. Hierzu zählen auch Einrichtungen des täglichen Bedarfes, die über die örtliche Nahversorgung hinausgehen. Dafür bietet der LEP HR den Grundfunktionalen Schwerpunkten erweiterte Möglichkeiten für zusätzliche über die Eigenentwicklung hinausgehende Flächen für Wohnsiedlungen und auch für den großflächigen Einzelhandel an.⁶

Karte 1: Raumstruktur Planungsregion Havelland-Fläming (Ausschnitt)



Gemäß den Festlegungen im Sachlichen Teilregionalplan Havelland-Fläming „Grundfunktionale Schwerpunkte“ wird die Stadt Trebbin bzw. der Kernort als sog. Grundfunktionaler Schwerpunkt ausgewiesen.⁷

5 Gemäß Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg sollen zusätzlich zu den zentralen Orten in der Regionalplanung sog. Grundfunktionale Schwerpunkte festgelegt werden. Als Grundfunktionale Schwerpunkte sind die funktionsstarken Ortsteile von geeigneten Gemeinden festzulegen; die Funktionszuweisungen erfolgen im Rahmen der zentralörtlichen Gliederung.
6 vgl. Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR), zu Z 3.3.
7 vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Havelland-Fläming, Sachlicher Teilregionalplan Havelland-Fläming „Grundfunktionale Schwerpunkte“ vom 07.10.2020, Pkt. III,1.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** von Trebbin erfolgt über die Bundesstraßen B101 und B246, deren Kreuzungsbereich östlich der Kernstadt liegt. Die Bundesstraße B101 fungiert als Ortsumgehungsstraße und stellt eine leistungsfähige und zügige Verbindung zur nördlich verlaufenden Autobahn A10 bzw. nach Berlin dar und führt in südlicher Richtung in die Kreisstadt Luckenwalde; die Bundesstraße B246 verbindet Trebbin mit Zossen und mit Beelitz. Die dezentralen Ortsteile sind untereinander und auch mit der Kernstadt durch verschiedene Landes- und Kreisstraßen verknüpft, die auch eine Verbindung zu umliegenden Kommunen sicherstellen. Im Fazit ist für Trebbin eine gute infrastrukturelle Anbindung und eine schnelle Erreichbarkeit aus dem regionalen Umfeld der Stadt zu konstatieren.

Trebbin ist an das **Schiennetz** der Deutschen Bahn angeschlossen und liegt an der Bahnstrecke Berlin/Ludwigsfelde – Jüterbog; der Bahnhof ist im östlichen Kernstadtgebiet situiert. Im Ortsteil Thyrow ist ein zweiter Bahnhofpunkt eingerichtet.

Die Erschließung des Stadtgebietes durch den **ÖPNV** wird in Trebbin von Regionalbussen der Verkehrsgesellschaft Teltow-Fläming übernommen, die verschiedene Haltestellen innerhalb der Kernstadt und in peripheren Ortsteilen anfahren sowie die Erreichbarkeit zu umliegenden Orten gewährleisten.

In Trebbin leben aktuell rd. 10.000 Einwohner. Die **Bevölkerung** der Kleinstadt ist in den letzten knapp zehn Jahren um +8,4 % angestiegen; die Entwicklung ist mit dem positiven Trend im Landkreis Teltow-Fläming (+9,7 %) in etwa vergleichbar, wobei in Relation zum Landesdurchschnitt (+4,9 %) in dieser Region ein höherer Bevölkerungsaufwuchs zu beobachten war.

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung von Trebbin im Vergleich

	Einwohner		Veränderung	Einwohner	Veränderung
	12/2012	06/2022		2030	
	abs.	abs.	%	abs.	%
Trebbin	9.212	9.982	+8,4	9.926	-0,6
LK Teltow-Fläming	159.686	175.220	+9,7	181.789	+3,7
Land Brandenburg	2.449.511	2.568.585	+4,9	2.539.221	-1,1

Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Bevölkerungsstand 12/2012 + 06/2022; Landesamt für Bauen und Verkehr, Bevölkerungsvorausschätzung 2020 bis 2030

Gemäß einer **Bevölkerungsprognose** aus dem Jahr 2019 sollte sich die Einwohnerzahl in Trebbin bis zum Jahr 2030 um rd. 3 % erhöhen und dann rd. 9.930 Personen betragen. Dieser Einwohnerstand wurde jedoch bereits im Jahr 2022 erreicht, so dass die ursprünglich zu erwartende Bevölkerungszahl im Jahr 2030 voraussichtlich übertroffen wird. Es ist mit einer Einwohnerzahl von über 10.000 Personen zu rechnen, folglich werden sich auf Grund der steigenden Nachfrage positive Effekte für den lokalen Handel ergeben.

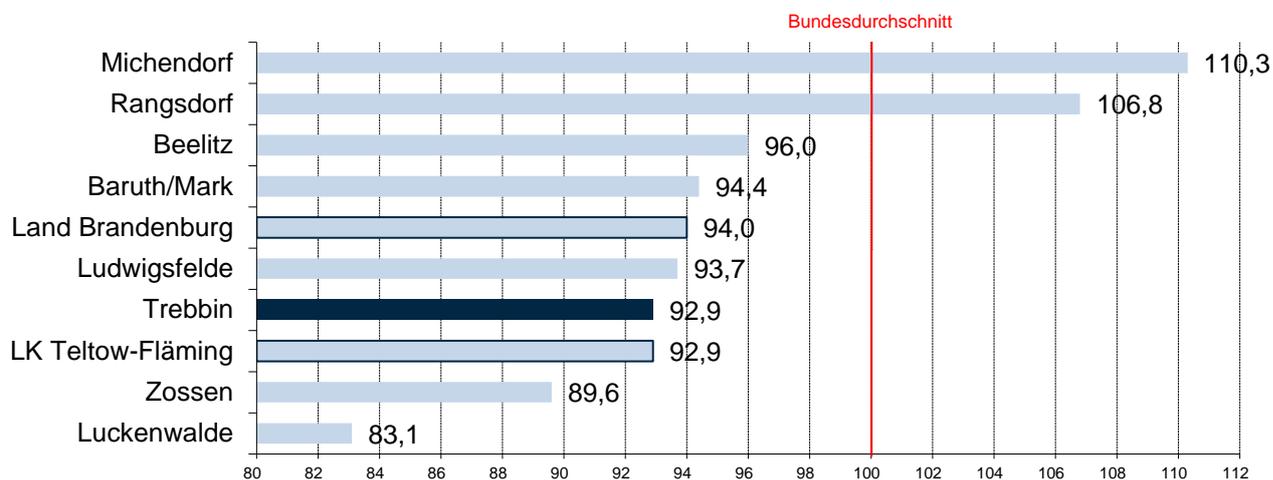
Die **Siedlungsstruktur** von Trebbin gliedert sich neben der weitgehend zusammenhängenden Kernstadt in 13 weitere, dörflich geprägte Ortsteile. Die Kernstadt von Trebbin ist mit rd. 4.100 Einwohnern der Siedlungsschwerpunkt, hier wohnen knapp über 40 % der gesamtstädtischen Bevölkerung.

Für den Handel stellt das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau** einen wichtigen Faktor dar, der durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt wird. Die Kennziffer gibt – unabhängig von der Größe einer Stadt bzw. einer Region – das verfügbare Pro-Kopf-Einkommen im Verhältnis zum Gesamteinkommen der Bundesrepublik an, das nach Abzug einzelhandelsfremder Aufwendungen (z.B. Miete, Vorsorge, Versicherungen, Dienstleistungen, Reisen) potenziell für die Ausgaben im Einzelhandel verfügbar ist.

Im nationalen Vergleich weist Trebbin – wie der Großteil der ostdeutschen Kommunen – eine niedrigere einzelhandelsrelevante Kaufkraft auf, die mit 92,9 % unter dem bundesdeutschen Durchschnitt (100,0 %) rangiert. Folglich steht dem lokalen Einzelhandel in Trebbin ein im Bundesvergleich geringeres Ausgabevolumen zur Verfügung.

Der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex von Trebbin fällt im regionalen Vergleich durchschnittlich aus, da die lokale Kaufkraft mit dem Durchschnittswert des Landkreises Teltow-Fläming (92,9 %) vergleichbar ist und lediglich geringfügig unterhalb des landesweiten Durchschnittswertes (94,0 %) liegt.

Abbildung 3: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern



Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2021

Die **Pendler** können ein zusätzliches Potenzial für den Einzelhandel darstellen, da auch Besorgungen auf dem Arbeitsweg und am Arbeitsort getätigt werden. Mit einem Pendlersaldo von -1.617 Personen⁸ besitzt Trebbin jedoch weniger Ein- als Auspendler, so dass auf Grund der negativen Arbeitsplatzzentralität keine zusätzlichen Kaufkraftpotenziale für die Stadt zu erwarten sind.

8 Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort mit Pendlerdaten 2021.

3. Einzelhandelsanalyse Trebbin

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurden im November 2022 alle Handelsbetriebe und deren Verkaufsflächen in Trebbin aufgenommen und gemäß ihrem Umsatzschwerpunkt der jeweiligen Einzelhandelsbranche zugeordnet.

Das **flächenseitige Angebot** der knapp 50 lokalen Einzelhandelsbetriebe⁹ beläuft sich auf rd. 9.100 m², dies entspricht einer Verkaufsflächendichte¹⁰ von 0,9 m² je Einwohner. Diese einwohnerbezogene Flächenausstattung befindet sich – unabhängig einer branchenspezifischen Betrachtung – deutlich unterhalb des bundesdeutschen Ausstattungswertes von rd. 1,5 m² Verkaufsfläche je Einwohner. Demnach steht der örtlichen Bevölkerung nur ein eingeschränktes Einzelhandelsangebot zur Deckung ihrer Nachfrage zur Verfügung.

Tabelle 2: Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in Trebbin

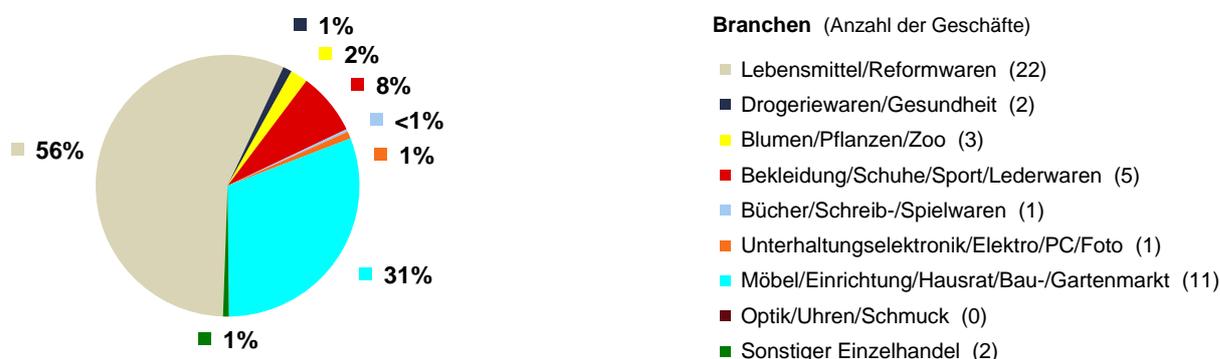
	Verkaufsfläche m ²	Betriebe abs.	Ø Betriebsgröße m ² /Betrieb	Verkaufsflächendichte m ² /Einwohner
Trebbin	9.110	47	~ 190	0,91

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebung, November 2022

In der Regel weisen größere Kommunen eine über dem Bundesdurchschnitt liegende Verkaufsflächendichte auf, da solche Städte auch eine Versorgungsfunktion für ihren umliegenden Raum besitzen und somit höhere Flächenangebote vorhalten. Auf Basis der Flächendichte von rd. 0,9 m² je Einwohner ist für Trebbin primär **keine stadtübergreifende Ausstrahlung** des lokalen Handels sichtbar. Dies wird auch in der Berechnung der Einzelhandelszentralität deutlich, die laut dem Trebbiner Einzelhandelskonzept bei lediglich 58 %¹¹ liegt und so auf einen deutlichen Kaufkraftabfluss hinweist.

Die Analyse der **Einzelhandelsstruktur** zeigt eine flächenseitige Dominanz des Lebensmittelhandels (ca. 5.100 m² VK); einen weiteren Angebotsschwerpunkt bildet die Branche Haushaltwaren und Bau-/Gartenmarktartikel (ca. 2.800 m² VK). Die Flächenausstattung in Trebbin wird demnach maßgeblich durch diese beiden Branchen getragen, die bereits etwa 87 % der lokalen Verkaufsfläche belegen. Einen deutlich kleineren Flächenanteil (rd. 700 m²) nimmt die Modebranche ein; die restlichen Branchen sind flächenseitig unterdurchschnittlich ausgeprägt

Abbildung 4: Einzelhandelsstruktur Trebbin



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, November 2022

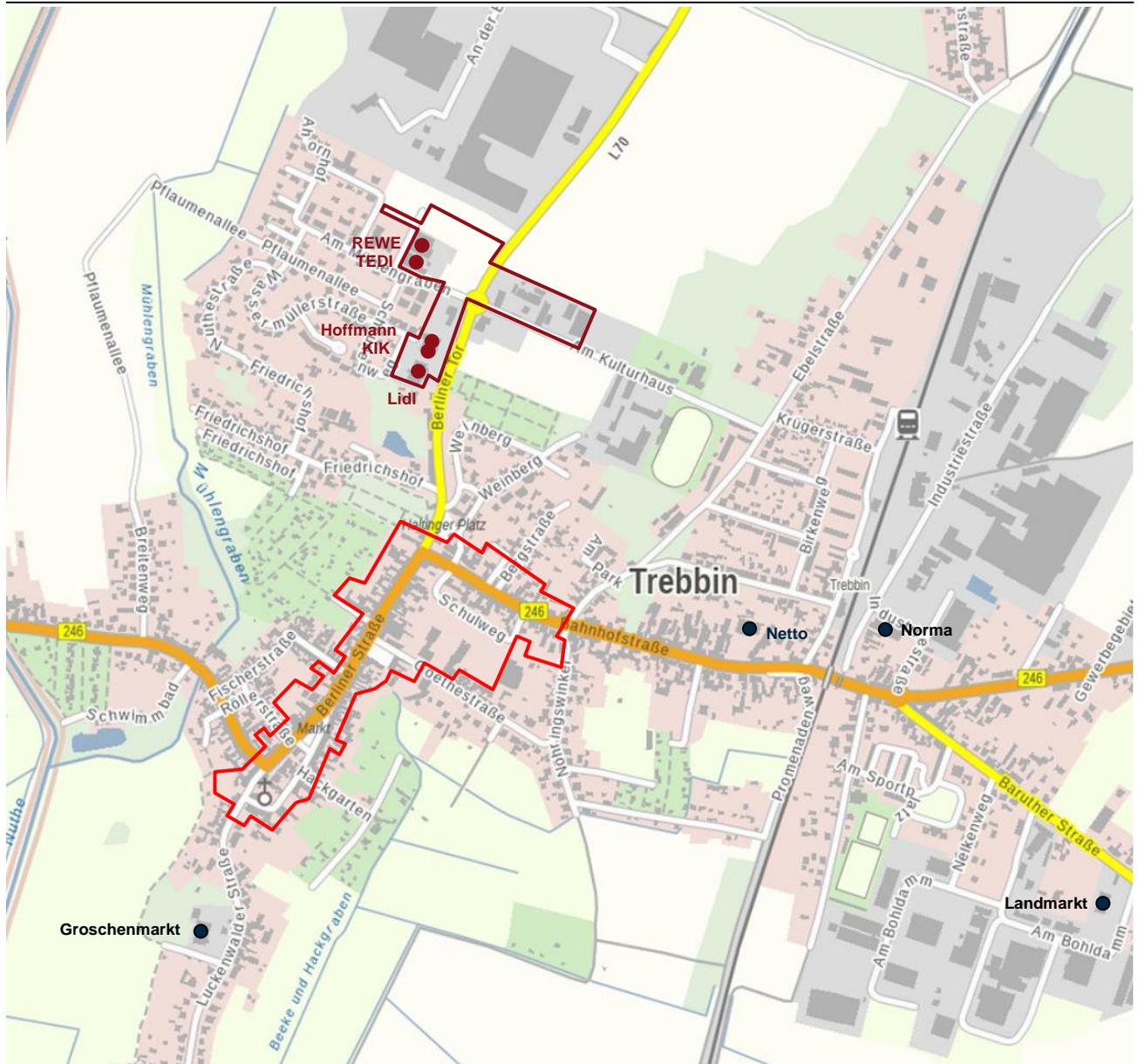
9 Die Einzelhandelserhebung wurde für den stationären Einzelhandel im engeren Sinn, d.h. ohne Handel mit Kraftfahrzeugen, Brennstoffen, Versandhandel und ambulanten Handel durchgeführt. Bei Dienstleistungsbetrieben (Reisebüro, Videothek, Reinigung, Fotostudio etc.), Handwerksbetrieben (Schlüsseldienst, Schneiderei, Friseur etc.) und Gastronomiebetrieben (Imbiss, Kiosk, Gaststätte etc.) steht die Handelsfunktion nicht im Vordergrund, so dass diese Anbieter nicht zum Einzelhandel zählen und nicht erhoben wurden.

10 Die Verkaufsflächendichte errechnet sich aus dem Verhältnis der Verkaufsfläche zu den Einwohnern eines Ortes oder einer Region.

11 vgl. Einzelhandelskonzept mit Fokus auf die Nahversorgung für die Stadt Trebbin 10/2021, Tab. 4.

Nachstehend erfolgt überblicksartig eine **kartographische Darstellung** des strukturprägenden Einzelhandelsbestandes in Trebbin; die größeren Handelsbetriebe sind in der Kernstadt etabliert, in den dezentralen Ortsteilen sind lediglich kleinteilige Betriebe ansässig.

Karte 2: Strukturprägende Handelslagen/ -betriebe in Trebbin



- A-Zentrum Innenstadt (zVB) ● strukturprägende Handelsbetriebe
- B-Zentrum Am Mühlengraben (zVB)

Karte: GeoBasis-DE / BKG 2022
Bearbeitung: BBE Handelsberatung



In Bezug auf die **räumliche Verteilung des Einzelhandels** ist der Großteil der Handelsbetriebe in der Trebbiner **Innenstadt** verortet; mit 15 Anbietern besteht hier die größte zusammenhängende Angebotsagglomeration. Die Angebotsmasse umfasst jedoch nur rd. 800 m² Verkaufsfläche, da der Handel in der Ortsmitte ausschließlich kleinformative Gewerbeeinheiten belegt; die durchschnittliche Ladengröße liegt bei lediglich rd. 50 m² je Geschäft.

Die innerstädtischen Handelsbetriebe sind in den Erdgeschosslagen der kleinteiligen Wohn- und Geschäftshäuser untergebracht. Größere Handelsflächen im Bestand bzw. auch Potenzialflächen sind auf Grund der Kleingliedrigkeit des Ortskerns nicht auszumachen; in dem Innenstadtbereich fehlen prägende Magnetbetriebe. Des Weiteren zeigt sich als Attraktivitätsnachteil die hohe Verkehrsbelastung, maßgeblich ausgelöst durch die innerörtliche Trassierung der Bundesstraße B246.

Abbildung 5: Städtebauliche Situation im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Das Handelsangebot im Trebbiner Ortskern – im Einzelhandelskonzept als zentraler Versorgungsbereich¹² (A-Zentrum) ausgewiesen – verteilt sich dispers über die Berliner Straße und einen Teil der abzweigenden Bahnhofstraße.¹³ Eine durchgehende Schaufensterfront existiert nicht, da der langgestreckte Bereich durch zahlreiche Funktionsunterbrechungen (u.a. Wohnnutzungen, Leerstand) geprägt ist; eine komprimierte Einzelhandelslage ist nicht ausgebildet. Eine leichte Verdichtung von Handelsbetrieben zeigt sich lediglich in dem Bereich um den Markt bis zum Denkmalplatz.

Das vergleichsweise geringe Handelsangebot wird durch eine Vielzahl von über 20 komplementären Angeboten (v.a. Dienstleistungsbetriebe, (Klein-)Gastronomie etc.) arrondiert, so dass die Zahl der Komplementäre die Handelsbetriebe übersteigt. In Summe besteht jedoch eine gewisse Multifunktionalität des Ortskerns.

In der Innenstadt zeigt sich mit zehn Gewerbeeinheiten (für Einzelhandel nutzbar) ein hoher Leerstand, wobei eine Belegung dieser Ladenflächen mit Handel tendenziell unwahrscheinlich ist. Die Gewerbeflächen sind für die Nutzung von modernen Handelskonzepten zu klein und unrentabel, die durchschnittliche Fläche der Leerstände liegt bei lediglich rd. 40 m² je Leerstandsobjekt.

Im Kreuzungsbereich der Straße Berliner Tor und Am Mühlengraben sind verschiedene Fachmärkte situiert. Die Verkaufsfläche von ca. 4.200 m² deutet auf eine hohe lokale Angebotskompetenz hin, wobei die großformatigen Betriebe von REWE und Tedi sowie Lidl, KIK und Getränke Hoffmann eine wichtige zentralitätsbildende Wirkung entfalten. Der Standortbereich ist durch einfache fachmarkttypische Angebotsstrukturen geprägt und leistet einen wesentlichen Beitrag zur Grundversorgung in Trebbin.

¹² Bei sog. zentralen Versorgungsbereichen handelt es sich um räumlich abgrenzbare Bereiche, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine bestimmte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Neben Handelsbetrieben sollte der zentrale Versorgungsbereich auch Dienstleistungsbetriebe und sonstige Nutzungen aufweisen, welche die Handelsfunktion ergänzen, so dass dieser Bereich einen funktionalen Mittelpunkt darstellt. Idealerweise sind zentrale Versorgungsbereiche – vor allem mit dem ÖPNV und für Fußgänger – verkehrsgünstig erreichbar. Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereichs setzt eine städtebaulich integrierte Lage voraus.

Eine bloße Agglomeration von Einzelhandelsnutzungen in einem räumlich abgegrenzten Bereich kann nicht zwangsläufig als zentraler Versorgungsbereich deklariert werden. Einem zentralen Versorgungsbereich muss die städtebauliche Funktion eines Zentrums zukommen, das die Versorgung des Gemeindegebiets oder eines Teilbereichs mit einem abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs und mit Dienstleistungen funktionsgerecht sicherstellen kann.

vgl. Urteil BVerwG [4 C 2.08] vom 17.12.2009 und Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007.

¹³ vgl. Einzelhandelskonzept mit Fokus auf die Nahversorgung für die Stadt Trebbin 10/2021, Abb. 19.

Perspektivisch ist die Verlagerung des Lidl-Marktes an die nahegelegene Straße Am Kulturhaus¹⁴ angedacht, so dass mit einer Aufwertung dieses Standortbereiches – als zentraler Versorgungsbereich (B-Zentrum) ausgewiesen¹⁵ – zu rechnen ist.

Abbildung 6: Städtebauliche Situation im zentralen Versorgungsbereich Am Mühlengraben



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Weiterhin ist in kernstädtischen Streulagen mit rd. 3.600 m² ein großer Teil der Trebbiner Verkaufsfläche verortet. Das Angebot wird durch die Lebensmitteldiscounter von Netto und Norma geprägt, mit einem Multi-sortimentsmarkt (Groschen Markt) und dem Trebbiner Landmarkt sind zwei weitere größere Handelsbetriebe ansässig; ferner sind vereinzelte gestreute Kleinflächen vorzufinden.

Außerhalb der Kernstadt ist in den zahlreichen **dezentralen Ortsteilen** nur ein flächenseitig geringes Angebot von rd. 550 m² Verkaufsfläche vorzufinden. Die Betriebe belegen ausschließlich kleinformative Ladengeschäfte und fokussieren meist auf die Grundversorgung mit Lebensmitteln. Die Ausprägung von umfangreichen und komplexen Handelsstrukturen ist in den einzelnen peripheren Ortsteilen auf Grund der jeweils geringen Mantelbevölkerung und des daraus folgenden niedrigen Nachfragevolumens – auch zukünftig – nicht möglich

Abschließend wird in der Tabelle 3 synoptisch die **Standortstruktur des lokalen Einzelhandels** abgebildet. Hierbei wird nach dem Angebot in den ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereichen, kernstädtischen Streulagen und dem Handelsbestand in den dezentralen Ortsteilen unterschieden.

Tabelle 3: Räumliche Verteilung des Handelsbestands in Trebbin

	Verkaufsfläche		Geschäfte		Ø Betriebsgröße
	m ²	%	abs.	%	m ² /Betrieb
A-Zentrum Innenstadt (zVB)	790	9	15	32	~50
B-Zentrum Am Mühlengraben (zVB)	4.210	46	8	17	~530
Streulagen Kernstadt	3.560	39	11	23	~320
dezentrale Ortsteile	550	6	13	28	~40
Gesamt	9.110	100	47	100	~190

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, November 2022 / zVB = zentraler Versorgungsbereich

¹⁴ vgl. Stadt Trebbin, Bebauungsplan „LIDL-Markt Trebbin, Am Kulturhausweg“.

¹⁵ vgl. Einzelhandelskonzept mit Fokus auf die Nahversorgung für die Stadt Trebbin 10/2021, Abb. 22.

4. Projektstandort

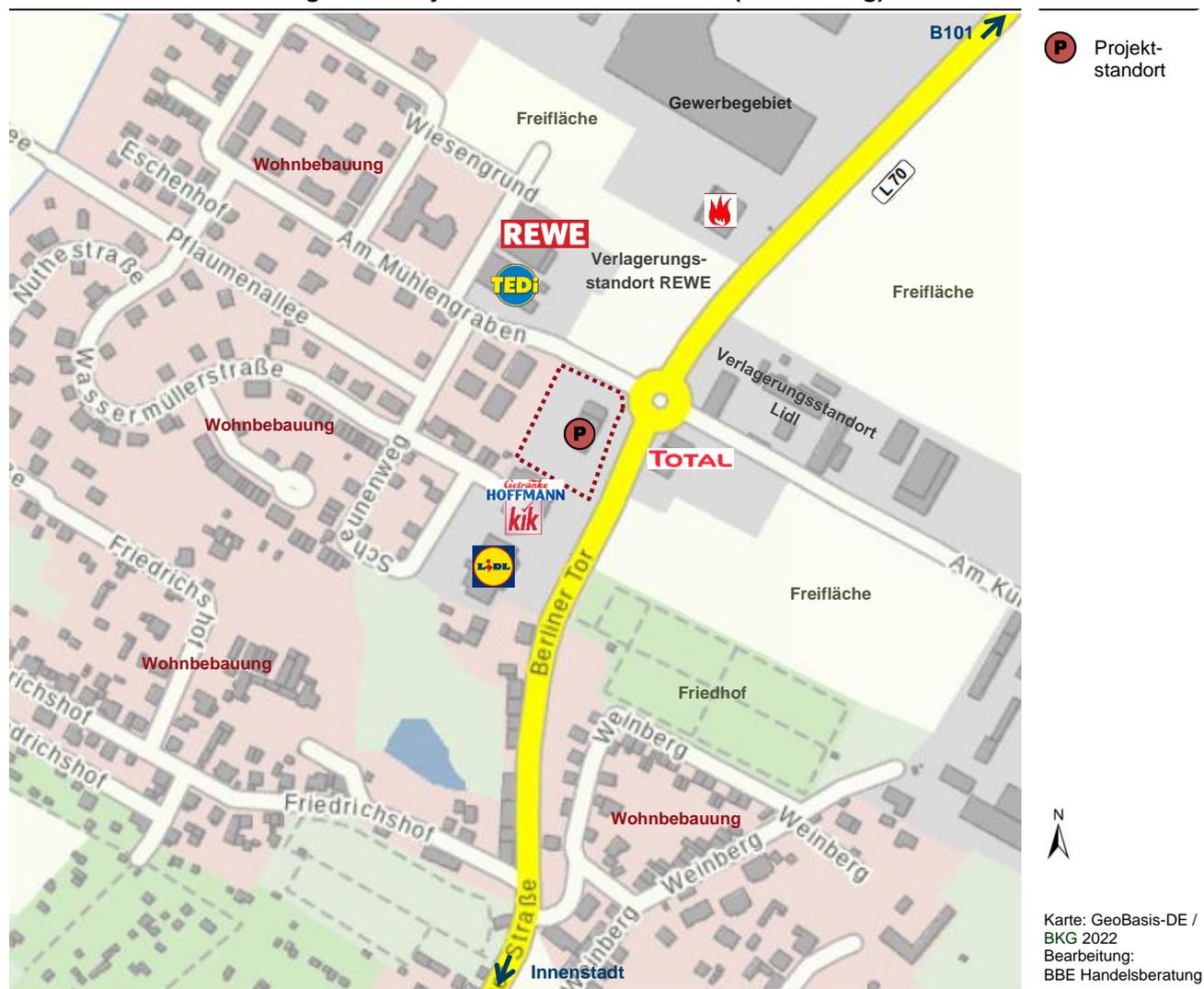
Der **Projektstandort** ist im nordwestlichen Trebbiner Kernstadtgebiet adressiert. Die angefragten Fachmärkte sind im Standortverbund mit den südlich befindlichen Betrieben von KIK und Getränke Hoffmann sowie dem Lidl-Markt situiert; der gesamte Bereich ist als zentraler Versorgungsbereich (B-Zentrum) definiert.

Nördlich des Planstandortes verläuft die Straße Am Mühlengraben; nordwestlich befinden sich ein REWE- und ein Tedi-Markt. An diesen Bereich angrenzend breitet sich eine begrünte Freifläche aus, auf dieser ist ein Verlagerungsbau von REWE angedacht; hieran grenzt ein Feuerwehrgebäude. Nordöstlich zeigt sich eine Freifläche (vormals durch Gewerbebetriebe belegt), hierauf soll der Lidl-Markt verlagert werden.

Westlich an die Liegenschaft grenzt ein Wohngebiet, geprägt durch eine lockere Bebauung mit ein- und zweigeschossigen freistehenden Wohnhäusern. Östlich des Planstandortes liegt eine Tankstelle, in diesem Bereich sind u.a. auch landwirtschaftlich genutzte Flächen vorzufinden, südöstlich befindet sich der Friedhof.

Der Vorhabenstandort selbst ist durch ein brachgefallenes Autohaus bzw. eine Autowerkstatt belegt, der Zustand des Gebäudes zeigt sich unattraktiv. Im Rahmen der Revitalisierung dieses Standortbereiches werden folglich eine **städtebauliche Neuordnung** und vor allem eine optische Aufwertung dieses Quartiers erreicht, das im Ortseingangsbereich von Trebbin lokalisiert ist.

Karte 3: Mikroörtliche Lage des Projektstandortes in Trebbin (Skizzierung)



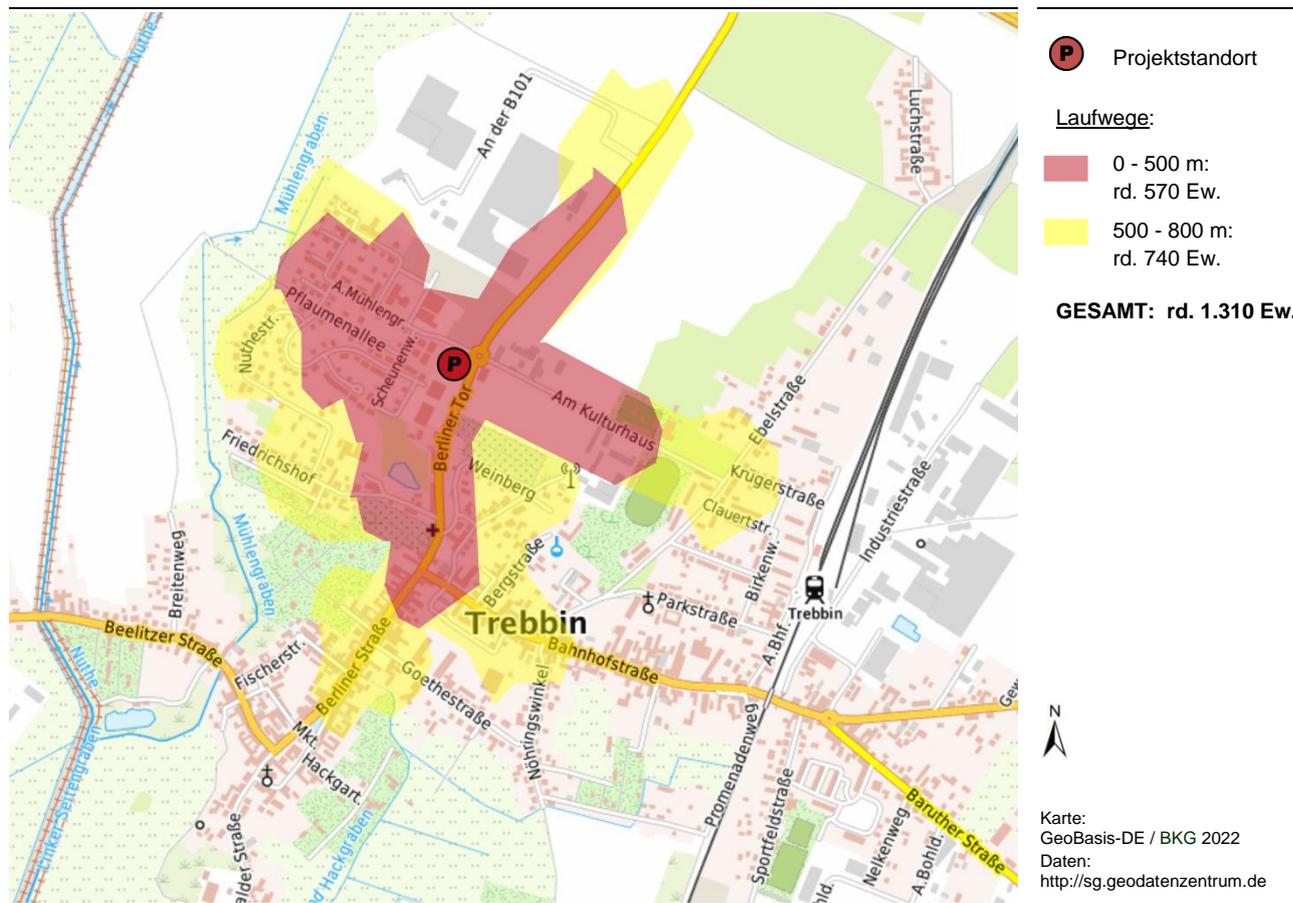
Der Planstandort ist auf Grund der Lage an der Straße Berliner Tor – als Landesstraße (L70) ausgewiesen – durch eine gute **verkehrliche Erreichbarkeit** aus dem gesamten Trebbiner Stadtgebiet gekennzeichnet. Dieser Straßenzug fungiert Verbindungsstraße zwischen der Bundesstraße B101 und dem Innenstadtbereich, so dass eine zügige Anfahrt sowohl aus dem Kernstadtbereich als auch aus den dezentralen Ortsteilen gegeben ist. Auf Grund der integrierten Lage des Marktes ist keine Ausstrahlung auf überörtliche Verkehre (z.B. auf den Verkehr der Bundesstraßen B101 bzw. B246) möglich.

Die Grundstückserschließung des Fachmarktareals erfolgt über eine bestehende Zufahrt aus der Straße Am Mühlengraben, ferner ist eine Verbindung zu dem bestehenden Parkplatzareal der südlich liegenden Fachmärkte geplant. Auf dem betriebseigenen Parkplatzareal sind etwa 50 kostenfreie **Pkw-Abstellplätze** geplant, so dass – in Relation zur Verkaufsfläche – eine ausreichende Zahl an Parkplätzen angedacht ist.

Der Projektstandort besitzt aktuell keine direkte **ÖPNV-Anbindung**, die nächstliegende Haltestelle des Regionalbusverkehrs ist in der Bahnhofstraße eingerichtet. Perspektivisch wird der Standort jedoch an den Regionalbusverkehr angebunden, da an der Total-Tankstelle und nördlich des Kreisverkehrs die Installation je einer Haltestelle erfolgen wird. Zukünftig wird somit der Vorhabenstandort über eine unmittelbare ÖPNV-Anbindung verfügen.

Der Planstandort besitzt in seinem **fußläufigen Nahbereich**¹⁶ – unter Berücksichtigung der lokalen Einwohnerzahl – ein hohes Bevölkerungspotenzial; dies ist vor allem auf die verdichtete Wohnbebauung westlich und südlich des Vorhabenstandorts zurückzuführen. Aus diesen Wohngebieten ist die fußläufige Erreichbarkeit über die Straßenzüge Am Mühlengraben bzw. Berliner Tor möglich.

Karte 4: Fußläufiger Nahbereich des angefragten Projektstandortes



16 Als fußläufiger Einzugsbereich wird allgemein unabhängig von den jeweils standörtlichen Gegebenheiten ein Laufweg von etwa 500 m bis 800 m angesetzt, was ca. 8 bis 12 Gehminuten entspricht. In ländlich geprägten Orten können bis 1.000 Meter unterstellt werden.

Im engeren fußläufigen Nahbereich (Laufwege bis 500 m) des Planstandortes leben etwa 600 Einwohner¹⁷; im gesamten Nahbereich (Laufwege bis 800 m) wohnen rd. 1.300 Personen. Die Einwohner in dem Nahbereich entsprechen ca. 32 % der Bewohner¹⁸ der Trebbiner Kernstadt. Somit können die geplanten Handelsbetriebe bezüglich der guten fußläufigen Hinwendung zu den umliegenden Wohnquartieren für einen nicht unwesentlichen Teil der lokalen Bevölkerung eine fußläufige und qualifizierte Einzelhandelsversorgung anbieten.

Mit Blick auf die Einordnung des Projektstandortes in das lokale Einzelhandelsgefüge wird auf das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Trebbin Bezug genommen, das die städtebaulichen Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung widerspiegelt. Der Planstandort befindet sich in zentraler Lage innerhalb des ausgewiesenen **zentralen Versorgungsbereichs Am Mühlengraben**, der bezüglich seiner Hierarchiestufe als sog. B-Zentrum definiert wurde.¹⁹ Folglich gliedert sich das Projektvorhaben räumlich funktionsgerecht in die örtliche Einzelhandelsstruktur ein.

In Auswertung der vorstehenden Mikrostandortanalyse befindet sich der Planstandort in einer **städtebaulich integrierten Lage**, da der Standort

- räumlich und funktional einem Siedlungsschwerpunkt zugeordnet ist,
- im Zusammenhang einer bestehenden Bebauung liegt,
- über hohe Bevölkerungsanteile im fußläufigen Nahbereich verfügt,
- sich für die umliegende Wohnbevölkerung in fußläufig gut erreichbarer Lage befindet,
- perspektivisch im direkten Umfeld eine ÖPNV-Anbindung eingerichtet wird und
- sich auf Grund der Lage innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs²⁰ funktionsgerecht in die örtliche Einzelhandelsstruktur eingliedert.

17 Quelle: GfK GeoMarketing, Einwohner auf Straßenabschnittsebene 2021.

18 In der Trebbiner Kernstadt wohnen ca. 4.100 Personen (vgl. Seite 6).

19 vgl. Einzelhandelskonzept mit Fokus auf die Nahversorgung für die Stadt Trebbin 10/2021, Abb. 22.

20 Liegt ein Vorhabenstandort innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs, gilt dieser als städtebaulich integriert. Gerade an solchen Standorten ist die Ansiedlung von Einzelhandel konzeptionell gewollt. vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [2 A 1510/12] vom 02.12.2013.

5. Markt-/ Wettbewerbsanalyse

5.1. Einzugsgebiet

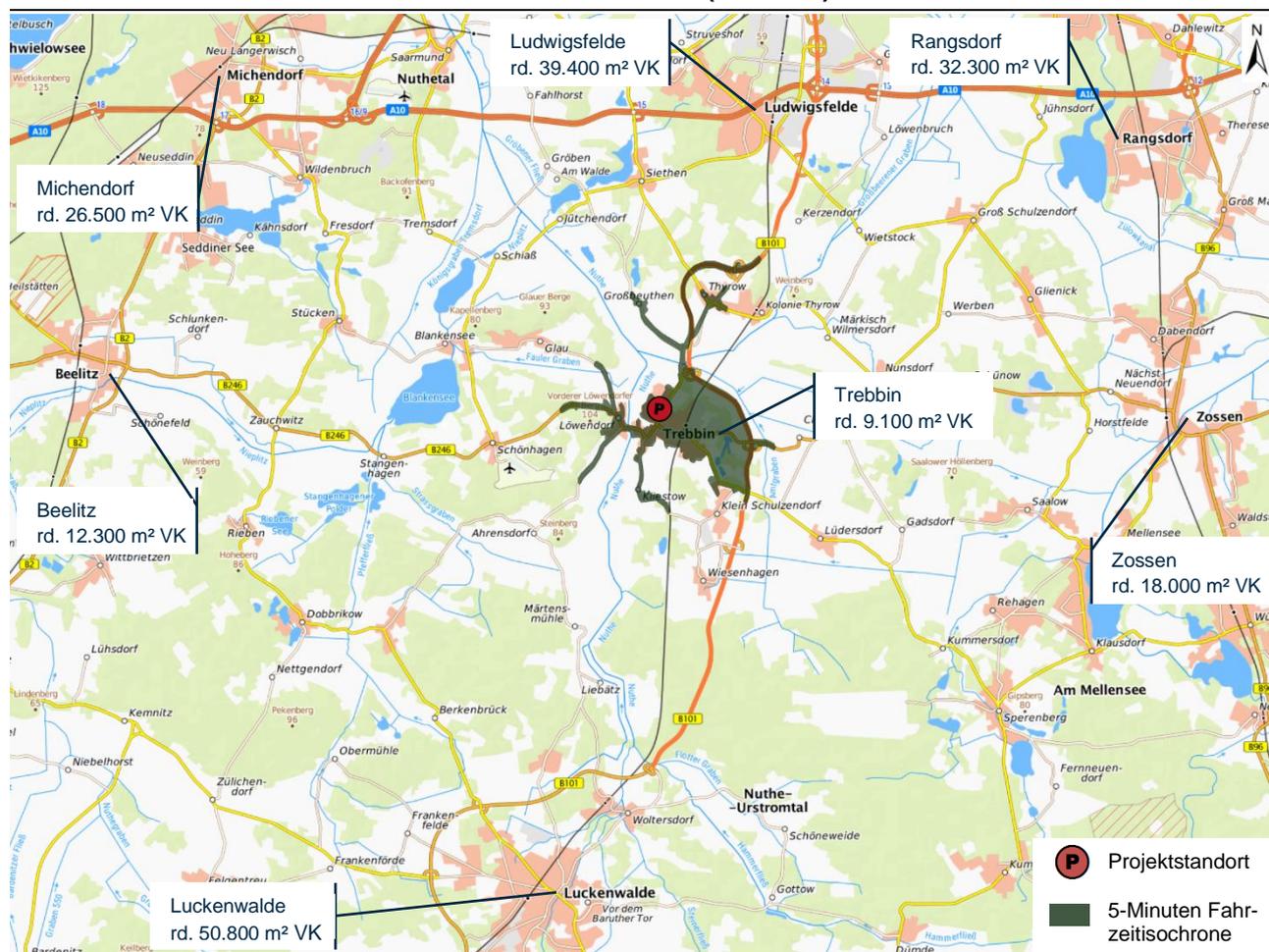
Als Einzugsgebiet wird ein räumlich abgegrenzter Bereich definiert, aus dem Konsumenten regelmäßig Versorgungsangebote eines Handelsbetriebs in Anspruch nehmen. In diesem Bereich ist jedoch von keiner ausschließlichen Einkaufsorientierung zu einem Handelsstandort auszugehen, da sich Verbraucher polyorientiert verhalten und zur Nachfragedeckung auch konkurrierende Einzelhandelslagen aufsuchen.

Zur **Abgrenzung des Einzugsgebiets** der geplanten Betriebe sind u.a. folgende Kriterien eingeflossen:

- die Zeit- und Wegedistanzen zum Erreichen des Planstandortes und die Verkehrsanbindung,
- die Standortqualität des Projektstandortes und die Strahlkraft der einzelnen Fachmärkte, die durch die Betriebsgröße, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad der Konzepte bestimmt werden,
- die bereits bestehenden Kundenverflechtungen der Bestandsbetriebe dieses Handelsstandortes und
- das Handelsangebot in konkurrierenden Städten im regionalen Umfeld von Trebbin.

Von besonderer Bedeutung für die Abgrenzung des Einzugsgebiets ist neben der Erreichbarkeit vor allem die Angebotslage im regionalen Umfeld von Trebbin. Die folgend dargestellten Orte stellen dabei einen begrenzenden Faktor für das Einzugsgebiet des Trebbiner Einzelhandels allgemein dar.

Karte 5: Wettbewerbsstandorte im Umfeld von Trebbin (Auswahl) und 5-Minuten-Fahrzeitzone



Karte: GeoBasis-DE / BKG 2022

Daten: <http://sg.geodatenzentrum.de>, Einzelhandelserfassung im Land Brandenburg 2022

Als **Konkurrenzorte** – die das Einzugsgebiet des Trebbiner Einzelhandels auch bereits heute limitieren – sind umliegende Kommunen einzustufen, die hinsichtlich Struktur und Angebot eine attraktive und umfangreiche Ausstattung an Handelsbetrieben besitzen. Von besonderer Bedeutung sind Orte, die – mit Blick auf die geplanten Betriebe (vgl. Seite 3) – auch durch angebotsaffine Fachmärkte bestückt sind.

Im regionalen Umfeld von Trebbin sind dies speziell die Kreisstadt Luckenwalde und Ludwigsfelde, in denen ein vollumfängliches und attraktives Handelsangebot ausgeprägt ist. Dies zeigt sich insbesondere in dem hohen flächenseitigen Angebot (vgl. vorstehende Karte 5), dass eine stadtübergreifende Ausstrahlung aufweist. In Luckenwalde liegt die Verkaufsflächendichte bei 2,5 m² je Einwohner, in Ludwigsfelde bei 1,4 m² je Einwohner²¹ und somit deutlich über dem Trebbiner Flächenwert von 0,9 m² je Einwohner (vgl. Tab. 2).

Als regionaler Einzelhandelsmagnet fungiert – neben dem A10-Center in Wildau²² – auch das Südringcenter in Rangsdorf. Die Flächenausstattung der Gemeinde liegt aktuell bei ca. 32.000 m² Verkaufsfläche (dies entspricht einer Verkaufsflächendichte von 2,8 m² je Ew.); nach der Revitalisierung und Wiedereröffnung des vormaligen SB-Warenhauses real durch Edeka wird die Flächendichte deutlich ansteigen.²³

In den Kommunen Beelitz, Michendorf und Zossen wird – mit Blick auf die vorstehend benannten Orte – ein flächenseitig geringeres Einzelhandelsangebot vorgehalten, das jedoch über der Ausstattung von Trebbin rangiert. Die Handelsbetriebe in diesen Kommunen induzieren eine überörtliche Ausstrahlung und limitieren folglich den Marktbereich des Trebbiner Einzelhandels.

Maßgeblich wird der Einzugsbereich der prüfungsrelevanten Betriebe auch durch die **Erreichbarkeit** (Fahrzeitdistanz) begrenzt, da für den Verbraucher die Attraktivität von Handelsbetrieben mit zunehmender Distanz und dem damit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand geringer wird. Die Zeit-Distanz-Empfindlichkeit wird wesentlich durch den Warenwert und die Häufigkeit der Nachfrage bestimmt. So weisen insbesondere Güter des täglichen Bedarfs (z.B. Lebensmittel, Drogeriewaren – die geplanten Kernsortimente des B-Zentrums Am Mühlengraben)²⁴ hinsichtlich des niedrigen Warenwerts und der hohen Nachfragefrequenz eine hohe Zeit-Distanz-Empfindlichkeit auf. In Folge nimmt die Nachfrage nach diesen Gütern bereits mit einer leicht ansteigenden Fahrzeitdistanz deutlich ab.

Unter Berücksichtigung der Zeit-/ Wegedistanzen zum Erreichen des Planstandortes und vor allem der aufgezeigten regionalen Angebotssituation wird in der umseitig eingefügten Karte 6 das **Einzugsgebiet** der zu prüfenden Betriebe nach den zu erwartenden Intensitätsabstufungen hinsichtlich der Kundenbindung zoniert.

Das Kerneinzugsgebiet (Zone I) der Fachmärkte bezieht sich auf die Kernstadt von Trebbin und den siedlungsgeographisch verbundenen Ortsteil Löwendorf. Aus diesem Bereich ist der Planstandort zeitnah – aus großen Teilen der Kernstadt auch fußläufig – zu erreichen. In diesem Marktbereich leben rd. 3.900 Personen.

Das erweiterte Einzugsgebiet (Zone II) umfasst die restlichen dezentralen Ortsteile von Trebbin. Ferner sind zu diesem Marktbereich zwei kleinere Gemeinden (Ahrensdorf und Mietgendorf, ca. 200 Einwohner) zu zählen, die direkt an Trebbin angrenzen. In dem skizzierten Gebiet ist kein adäquates Einzelhandelsangebot ausgebildet, daher werden von den Konsumenten Versorgungsfahrten nach Trebbin, aber auch in andere Städte in der Region getätigt. Im Einzugsgebiet der Zone II wohnen ca. 6.300 Einwohner, folglich können die geplanten Handelsmärkte in Summe auf ein Konsumentenpotenzial von rd. 10.200 Personen zurückgreifen.

Der betriebliche Einzugsbereich der in Rede stehenden Fachmärkte erstreckt sich – mit Ausnahme von zwei Gemeinden – über das Trebbiner Stadtgebiet. Eine überörtliche Ausstrahlung bzw. eine Ausweitung des Marktbereiches ist auf Basis der vorstehend skizzierten Angebotslage im regionalen Umland von Trebbin unrealistisch; ferner sind auch auf Grund der negativen Arbeitsplatzzentralität keine Kaufkraftzuflüsse durch

21 Quelle: Einzelhandelserfassung 2022 Land Brandenburg.

22 In der Gemeinde Wildau ist ein Einzelhandelsangebot von rd. 69.900 m² vorhanden, unter Berücksichtigung der lokalen Einwohnerzahl errechnet sich eine Verkaufsflächendichte von 6,4 m² Verkaufsfläche je Einwohner.

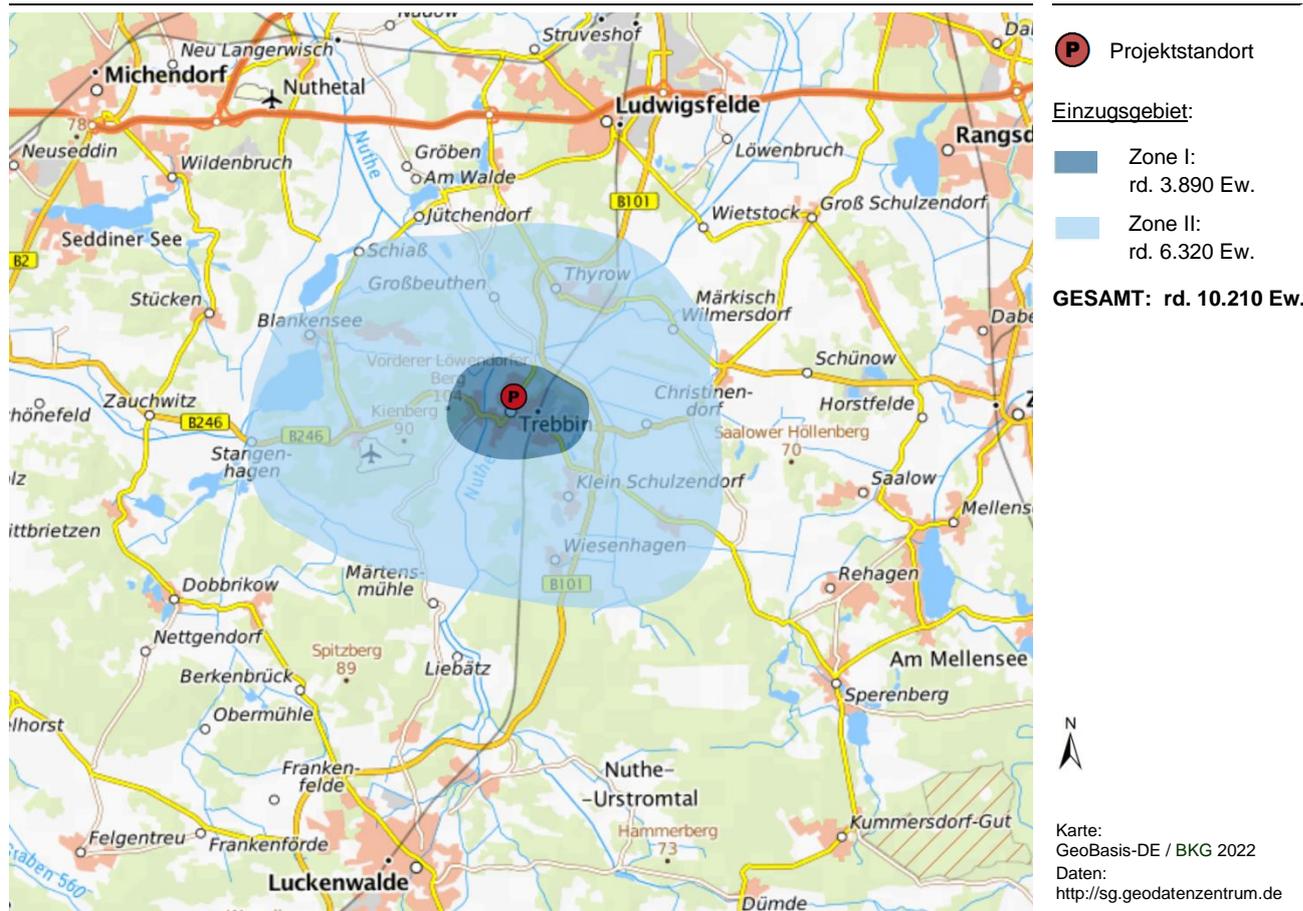
23 Edeka wird im Dezember 2022 im Südringcenter ein Marktkauf SB-Warenhaus eröffnen. Unter Berücksichtigung der zu erwartenden Verkaufsfläche von knapp 8.000 m² errechnet sich für die Gemeinde Rangsdorf dann eine Verkaufsflächendichte von rd. 3,5 m² je Einwohner.

24 Verbraucher akzeptieren zum Einkauf von kurzfristigen Bedarfsgütern i.d.R. eine Entfernung zwischen Wohnung und Einkaufsort von etwa 5 Auto-Minuten.

Pendler (vgl. Seite 7) zu erwarten. Dies sagt auch das Einzelhandelskonzept der Stadt Trebbin aus, hier wird als Einzugsgebiet des lokalen Handels ebenfalls lediglich das Trebbiner Stadtgebiet gesehen.²⁵

Die folgende Karte 6 zeigt die Zonierung des Einzugsgebiets des Trebbiner Handels bzw. korrespondierend hierzu der angefragten Fachmärkte auf. Eine Ausweitung des skizzierten Einzugsgebiets ist insbesondere auf Grund der vorstehend aufgezeigten Konkurrenzsituation im regionalen Umfeld von Trebbin (vgl. Karte 5) – auch zukünftig – unrealistisch.

Karte 6: Zonierung des Einzugsgebiets der prüfungsrelevanten Fachmärkte



Grundlegend sind Einzugsgebiete nicht als statische Gebilde anzusehen, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil des betrachteten Vorhabens stammt. Mögliche diffuse Zuflüsse von außerhalb liegen in der Natur der Sache; der aufgezeigte Marktbereich der Fachmärkte und des Trebbiner Einzelhandels allgemein endet deshalb nicht punktgenau an der dargestellten Grenze. Für die lokalen Handelsbetriebe ist mit weiteren Umsatzpotenzialen zu rechnen, die aus sog. **Streuumsätzen** (diffuse Umsätze ohne direkten Ortsbezug) resultieren.

Diese Erlöse ergeben sich von Zufallskunden oder aperiodisch einkaufenden Verbrauchern. Die umliegenden Gebiete außerhalb des abgegrenzten Einzugsbereichs sind jedoch nicht zum festen Marktgebiet des Trebbiner Handels zu zählen, da die Verflechtungsintensität signifikant nachlässt und bereits mit verstärkten Einflüssen von konkurrierenden Handelsstandorten im regionalen Umfeld von Trebbin (hauptsächlich von Luckenwalde, Ludwigsfelde und von Rangsdorf, vgl. Karte 5) zu rechnen ist.

²⁵ „Das Einzugsgebiet von Trebbin umfasst im Wesentlichen das eigene Stadtgebiet“.
vgl. Einzelhandelskonzept mit Fokus auf die Nahversorgung für die Stadt Trebbin 10/2021, Seite 37.

5.2. Marktpotenzial

Das Marktpotenzial wird durch die jährlichen bundesdurchschnittlichen **Pro-Kopf-Ausgaben** für den jeweils projektrelevanten Sortimentsbereich bestimmt. Bei diesen Verbrauchsausgaben werden die Ausgabevolumina für Direktvertrieb, Home-Shopping und sonstige Anbieter abgezogen, so dass nur die reinen Konsumausgaben für die vorhabenrelevanten Sortimente angesetzt werden.

Der Durchschnittswert der Verbrauchsausgaben wird mit Hilfe der jeweiligen **sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffer** an die lokalen Verhältnisse im Einzugsgebiet angepasst. Die sortimentspezifische Kaufkraft spiegelt die Nachfrage der privaten Haushalte bzw. Personen einer Stadt oder einer Region für spezielle Sortimente bzw. Warengruppen im Einzelhandel wider. Sie weicht von der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ab, die zusammenfassend die Ausgaben über alle Sortimente im Einzelhandel darstellt (vgl. Abb. 3). Durch die sortimentspezifische Kaufkraft werden die unterschiedlichen Elastizitäten innerhalb der einzelnen Branchen des Einzelhandels abgebildet.

Die beiden vorstehenden Determinanten werden mit dem **Einwohnerpotenzial** in dem abgegrenzten Einzugsgebiet multipliziert, so dass sich das einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen der prüfungsrelevanten Sortimente in dem Marktgebiet errechnet.

Tabelle 4: Marktpotenzial der prüfungsrelevanten Sortimente im Einzugsgebiet

		Einwohner	Verbrauchs-	sortimentspez.	Marktpotenzial
		abs.	ausgaben p.a.	Kaufkraftindex ²⁶	Mio. EUR p.a.
			EUR p.P.	%	
Getränke	Zone I	3.890	553	94,2	2,03
	Zone II	6.320			3,29
Gesamt					5,32
Drogeriewaren	Zone I	3.890	364	92,4	1,31
	Zone II	6.320			2,13
Gesamt					3,44
Bekleidung	Zone I	3.890	467	86,0	1,56
	Zone II	6.320			2,54
Gesamt					4,10
Schuhe, Lederwaren	Zone I	3.890	98	87,6	0,33
	Zone II	6.320			0,54
Gesamt					0,87
Zoobedarf/ Tier- nahrung	Zone I	3.890	59	92,7	0,21
	Zone II	6.320			0,35
Gesamt					0,56

Quelle: Institut für Handelsforschung Köln, Marktvolumina 2021
 MB-Research Nürnberg, Sortimentspezifische Kaufkraftkennziffern 2021 für die einzelnen Sortimente für Trebbin und die Orte im Einzugsgebiet

²⁶ Die sortimentspezifische Kaufkraftkennziffer der Zone II wurde aus den nach der Einwohnerzahl gewichteten Kaufkraftwerten der einzelnen Orte im Einzugsgebiet gebildet.

Das Angebot eines **Multisortimentsmarktes**²⁷ beinhaltet i.d.R. zwischen 70 bis 80 % aller Warengruppen²⁸ des Einzelhandels, so dass sich ein sehr hoher Pro-Kopf-Ausgabebetrag bei der Berechnung des projektrelevanten Nachfragevolumens ergibt. Da andererseits wiederum der Marktanteil an den einzelnen zahlreichen Sortimenten extrem niedrig ausfällt und auch die Warengruppenzusammensetzung im Jahresverlauf schwankt, ist eine Umsatzermittlung über das Marktanteilkonzept nicht zielführend. Aus diesem Grund wird auf die Berechnung des Nachfragevolumens für den Multisortimentsmarkt verzichtet.

27 Als Beispiel für solche „Mehrbranchenbetriebe“ sind Filialisten wie Pfennigpfeiffer, Thomas Phillips, Tedi, Mäc Geiz, Wreesmann Sonderpostenmärkte, Action, Woolworth, Euroshop oder Groschenmarkt zu nennen.

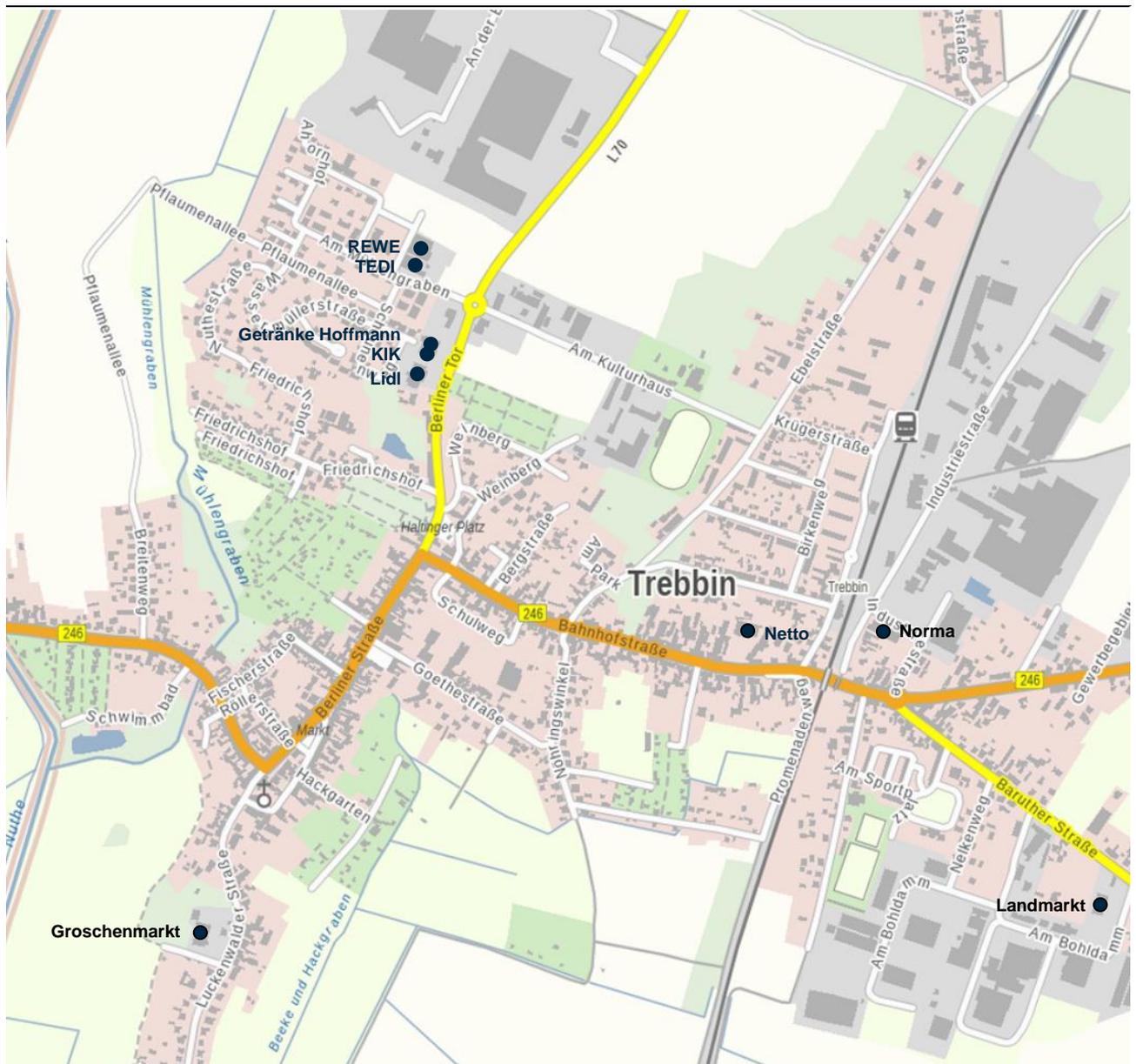
28 Die sog. Multisortimentsmärkte decken fast die gesamte Breite des Einzelhandels ab, es werden jedoch i.d.R. keine pharmazeutischen, medizinischen und orthopädischen Artikel, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Computer, Uhren/Schmuck, Optik, Schnittblumen, Bettwaren (Lattenroste, Matratzen, Oberbetten), Kinderwagen, Möbel, Antiquitäten, Kunstgegenstände oder Frischwaren geführt.

5.3. Angebot

5.3.1. Überblick

Im November 2022 wurden alle Handelsbetriebe in Trebbin im Rahmen einer Vor-Ort-Erhebung aufgenommen. Nachstehend werden kartographisch die **strukturprägenden Anbieter**²⁹ innerhalb der einzelnen untersuchungsrelevanten Branchen abgebildet. Alle projektrelevanten Betriebe sind in Trebbin adressiert; in den beiden Gemeinden im überörtlichen Einzugsgebiet ist kein Einzelhandelsangebot vorzufinden.

Karte 7: Strukturprägende projektrelevante Handelsbetriebe in Trebbin



Karte: GeoBasis-DE / BKG 2022
Bearbeitung: BBE Handelsberatung

²⁹ Es ist explizit darauf hinzuweisen, dass eine Totalerhebung des Angebots erfolgte, d.h. es wurden alle Angebotsbetriebe ermittelt, welche die projektrelevanten Waren als Hauptsortiment führen. Auf Grund der spezifischen Sortimentsbreite und -tiefe der zu prüfenden Fachmärkte stehen vor allem flächenseitig vergleichbar große Betriebe im Fokus, nur diese Betriebe wurde in der Karte 7 abgebildet.

5.3.2. Getränke

Das Angebot in dem untersuchungsrelevanten Sortiment ist durch einen **Getränkemarkt** (Getränke Hoffmann) geprägt, der auf etwa 470 m² die Nachfrage nach alkoholischen und nicht-alkoholischen Getränken abdeckt. Getränke Hoffmann ist als ein kompetenter und leistungsfähiger Anbieter einzustufen, das Angebot besitzt gegenüber den Getränkeabteilungen in Discountern und Supermärkten eine höhere Spezialisierung; d.h. es wird eine deutlich höhere Artikelzahl und es werden mehr Markenprodukte angeboten. Im Vergleich zu Lebensmittelmärkten – speziell zu Discountern – wird mehr Kistenware verkauft; ein Getränkemarkt führt deutlich weniger Eigenmarkten und zeichnet sich durch eine höhere Mehrwegquote aus.

In Trebbin führen alle vier **Lebensmittelmärkte** ebenfalls Getränke. Die Discounter offerieren ein Sortiment, das sich überwiegend auf preisorientierte Getränke beschränkt. Der Supermarkt REWE verfügt über die größte Getränkeabteilung und zeigt ein umfangreiches und breit gefächertes Sortiment.

Neben den vorstehend skizzierten Hauptanbietern von Getränken wird dieses Sortiment noch im Randsortiment in vereinzelt Betrieben (u.a. Tankstellen, SB-Geschäfte) auf Kleinstflächen geführt.

Abschließend wird in der Tabelle 5 das Angebot an Betrieben – die alkoholische und nicht-alkoholische Getränke führen – differenziert nach Betrieben, Verkaufsflächen und generiertem Gesamtumsatz³⁰ – nach Versorgungslagen synoptisch dargestellt. Hierbei wird nach dem Angebot in den beiden zentralen Versorgungsbereichen, nach Streulagen und nach Betrieben in den dezentralen Ortsteilen unterschieden, wengleich in der Trebbiner Innenstadt kein Anbieter mit Getränken vorhanden ist.

Tabelle 5: Angebotsnetz von Betrieben mit Getränken im Einzugsgebiet

	Betriebe	Verkaufsfläche	Umsatz ³¹	Raumleistung
	abs.	m ²	Mio. EUR	EUR/m ²
B-Zentrum Am Mühlengraben (zVB)	3	2.700	12,49	4.630
Streulagen Kernstadt	3	1.850	8,26	4.460
dezentrale Ortsteile	3	160	0,65	4.060
Gesamt	9	4.710	21,40	4.540

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen

5.3.3. Drogeriewaren

In Trebbin und in den beiden Gemeinden im überörtlichen Einzugsgebiet ist kein Drogeriemarkt vorhanden. Auf Grund des Fehlens eines entsprechenden Betriebes erfolgt die Nachfrage nach diesen Warengruppen in Auszügen im Lebensmittelhandel. So haben alle vier Trebbiner **Lebensmittelmärkte** eine entsprechende Randsortimentsabteilung mit Drogeriewaren, wobei die Angebotsfläche je nach Betriebstyp bzw. Gesamtfläche des Lebensmittelmarktes variiert.³²

30 Die Bewertung des Umsatzes (Brutto-Jahresumsatz) jedes einzelnen Betriebes erfolgt auf Grundlage der ortstypischen Raumleistung, die mit der Verkaufsfläche des jeweiligen Betriebes multipliziert wird. Die Kennwerte der Raumleistung werden aus den Erfahrungen der einzelnen spezialisierten BBE-Branchenberater abgeleitet. Ferner werden diese Raumleistungen auch mit der aktuellen Handelsliteratur oder mit Veröffentlichungen von Großbetriebsformen abgeglichen.

Durch die Vor-Ort-Begehung jedes einzelnen Geschäftes werden in der Umsatzbewertung ebenfalls qualitative Aspekte, die Wettbewerbsfähigkeit der einzelnen Anbieter oder mikroräumliche bzw. lageseitige Standortbedingungen berücksichtigt.

31 Es ist der Gesamtumsatz der einzelnen Betriebe angegeben, da es bei der späteren Berechnung der Umsatzumlenkungen auf den Umsatzentzug des gesamten Betriebes ankommt, nicht den Umsatzverlust innerhalb eines Sortiments.

32 Die Verkaufsfläche, die in Lebensmittelmärkten mit Drogeriewaren belegt wird, liegt i.d.R. zwischen 5 bis 7 % der jeweiligen Verkaufsfläche eines Lebensmittelmarktes.

Eine qualitativ und quantitativ umfassende Nachfrageabdeckung kann derzeit in Trebbin nicht erreicht werden, so dass eine vollumfassende eigenkommunale Versorgung in diesem Bedarfssegment nicht möglich ist. Es sind Kaufkraftabflüsse an umliegende Einzelhandelsstandorte außerhalb der Stadt zu erwarten.

In der folgenden Tabelle werden die Umsätze der betroffenen Lebensmittelmärkte aufgeführt, da diese Betriebe bzw. speziell deren Drogeriewarenabteilungen nach dem Hinzutreten eines Drogeriemarktes Umsatzverluste hinzunehmen haben.

Tabelle 6: Angebotsnetz von Betrieben mit Drogeriewaren im Einzugsgebiet

	Betriebe	Verkaufsfläche	Umsatz	Raumleistung
	abs.	m ²	Mio. EUR	EUR/m ²
B-Zentrum Am Mühlengraben (zVB)	2	2.230	11,74	5.260
Streulagen Kernstadt	2	1.790	8,01	4.470
Gesamt	4	4.020	19,75	4.910

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen

Bei der Betrachtung der absatzwirtschaftlichen Beeinträchtigung durch den neu hinzutretenden Drogeriemarkt sind jeweils die Gesamtumsätze eines Betriebes und nicht die Umsatzverluste innerhalb einer Warengruppe zu beachten. Dies ist zudem auch unter dem Aspekt der Sortimentszusammensetzung eines Drogeriemarktes relevant, da dieser u.a. auch ausgewählte Nahrungs- und Genussmittel (u.a. Süßwaren, Getränke, Weine, Bio-Lebensmittel) und Tiernahrung mit führt, wengleich diese Sortimente in einem Drogeriemarkt flächenseitig tendenziell eine geringere Umsatzbedeutung einnehmen. Jedoch werden die Erlöse in diesen Warengruppen maßgeblich auch von den Lebensmittelmärkten in Trebbin abgezogen. Daher ergibt sich eine erhöhte Umsatzumlenkung von den Bestandsmärkten des Lebensmittelhandels, wobei diese bereits in der vorstehenden Tabelle 6 mit erfasst wurden.

5.3.4. Bekleidung

In der Textilbranche sind in Trebbin aktuell vier Anbieter aktiv. Der **Textilfachmarkt KIK** offeriert auf knapp 500 m² ein breites Sortiment an Non-Name-Ware in einem sehr günstigen Preis-Leistungs-Verhältnis, die Ausstattung und der Marktauftritt sind als einfach und funktional zu beschreiben.

In der Innenstadt sind mit einem attraktiven Textilfachgeschäft (Kikobell), einem Jagdhausstatter und einem Second-Hand-Shop **drei weitere Anbieter** ansässig. Insgesamt ist für Trebbin in dieser Warengruppe nur eine geringe Auswahlvielfalt zu konstatieren, so dass die Nachfrage nach modischen Waren überwiegend außerhalb der Stadt erfolgt.

Tabelle 7: Angebotsnetz von Betrieben mit Bekleidung im Einzugsgebiet

	Betriebe	Verkaufsfläche	Umsatz	Raumleistung
	abs.	m ²	Mio. EUR	EUR/m ²
A-Zentrum Innenstadt (zVB)	3	160	0,55	3.440
B-Zentrum Am Mühlengraben (zVB)	1	490	0,74	1.510
Gesamt	4	650	1,29	1.980

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen

5.3.5. Schuhe

In Trebbin ist lediglich **ein Schuhfachgeschäft** ansässig. Der Betrieb – in der Innenstadt etabliert – bietet in einem mittleren Preisniveau ein attraktives Sortiment an; die Ladenausstattung und das Niveau sind als ansprechend einzustufen. Mit Blick auf die Auswahlbreite kann dieses Fachgeschäft jedoch allenfalls anteilig das Sortiment anreißen, eine vollumfängliche Bedarfsabdeckung ist nicht möglich. Der Großteil der lokalen Nachfrage fließt demnach an andere Angebotsstandorte im regionalen Umfeld bzw. zum Online-Handel ab.

Tabelle 8: Angebotsnetz von Betrieben mit Schuhen im Einzugsgebiet

	Betriebe	Verkaufsfläche	Umsatz	Raumleistung
	abs.	m ²	Mio. EUR	EUR/m ²
A-Zentrum Innenstadt (zVB)	1	50	0,22	4.400

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen

5.3.6. Zoobedarf/Tiernahrung

In Trebbin ist in diesem Segment kein spezieller Anbieter ansässig. Im südöstlichen Kernstadtgebiet ist mit **Ihr Landmarkt** ein Betrieb aktiv, der neben Garten- und Baumarktartikeln auch in einem geringen Umfang Zoobedarf und Futtermittel mit verkauft. Auf Grund der limitierten Gesamtverkaufsfläche wird grundsätzlich nur eine eingeschränkte Auswahl gezeigt, die sich auf das Thema „Rund um Haus & Garten“ konzentriert.

An der Bahnhofstraße ist mit **Futtermittel Maaß** ein weiterer Anbieter ansässig. Der Betrieb fokussiert – wie Ihr Landmarkt – auf Futtermittel³³ für Nutztiere, so dass in dem vorhabenrelevanten Sortiment Heimtiernahrung aktuell kein spezialisierter Anbieter in Trebbin angesiedelt ist.

In dem Multisortimentsmarkt **Tedi** werden u.a. Kleintierspielwaren und Pflegeprodukte auf einer Kleinstfläche angeboten.

Der konventionelle Lebensmittelhandel stellt die Hauptvertriebslinie im Bereich Heimtiernahrung dar, dementsprechend wird diese Warengruppe in allen vier Trebbiner **Lebensmittelmärkten** in einer entsprechenden Randsortimentsabteilung geführt. Die Angebotsflächen fallen je nach Betriebstyp bzw. Gesamtfläche des Lebensmittelmarktes jedoch sehr gering aus.

Tabelle 9: Angebotsnetz von Betrieben mit Zoobedarf/Tiernahrung im Einzugsgebiet

	Betriebe	Verkaufsfläche	Umsatz ³⁴	Raumleistung
	abs.	m ²	Mio. EUR	EUR/m ²
A-Zentrum Innenstadt (zVB)	1	130	0,27	2.080
B-Zentrum Am Mühlengraben (zVB)	3	3.150	13,02	4.130
Streulagen Kernstadt	3	2.220	8,91	4.010
Gesamt	7	5.500	22,20	4.040

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen

³³ Der Betrieb führt u.a. Pferde-, Hühner-, Kaninchen- und Taubenfutter. Das Angebot ist mit den Produkten eines Zoofachmarktes – der eine Fokussierung auf Heimtiernahrung besitzt – nicht vollumfänglich identisch.

³⁴ Es ist der Gesamtumsatz der einzelnen Betriebe angegeben, da es bei der späteren Berechnung der Umsatzumlenkungen auf den Umsatzentzug des gesamten Betriebes ankommt, nicht den Umsatzverlust innerhalb eines Sortiments.

5.3.7. Multisortiment

Die sog. Multisortimentsmärkte stellen wegen ihres spezifischen Sortiments mit im Jahresverlauf teilweise wechselnden Angeboten und der gezielten Preisausrichtung eine **Sonderform unter den Betriebstypen** im Handel dar. Das Sortiment dieser Non-Food-Discounter lässt sich lediglich dadurch eingrenzen, dass es sich um begrenzt lieferbare Waren handelt, die aus verschiedensten Gründen besonders günstig angeboten werden. Meist handelt es sich um Waren aus Konkursen, Liquidationsmassen, Schadensfällen, Geschäftsaufgaben, Überproduktionen, Restposten auslaufender Artikel oder eigens hergestellten Waren von günstigen Produktionsstandorten, überwiegend aus dem ostasiatischen Raum.

Es werden in sich ändernden Zusammensetzungen vornehmlich Sortimente wie Haushaltswaren, Kleinlektrowaren, Geschenkartikel, Dekorationsartikel, Werkzeuge, Bau- und Gartenmarktartikel, Kleinmöbel, Schreib- und Spielwaren, Textilien/Lederwaren, Handarbeitsartikel, Lebensmittel (keine Frischeprodukte), Drogeriewaren u.ä. angeboten.

Das Sortiment umfasst im Wesentlichen schnelldrehende Waren des täglichen Bedarfs, wobei kein eindeutiges Kernsortiment vorhanden ist. Vielmehr zeigt sich, dass das Sortimentskonzept von Multisortimentsmärkten extrem differenziert ist und eine Vielzahl an Warengruppen umfasst, wobei jede Warengruppe für sich betrachtet allerdings nur in einem sehr schmalen Ausschnitt angeboten wird.

Von der Verkaufsphilosophie her sind derartige Märkte nicht auf Zielkäufer ausgerichtet, sondern wollen mit einer absoluten Discountstrategie (bspw. 1-Euro-Strategie) zu Impuls- oder Zusatzkäufen anregen. Dabei ist durchgängig eine eindeutige Preisorientierung festzustellen. Vor diesem Hintergrund sind i.d.R. kaum Markenprodukte im Angebot vorzufinden, so dass nahezu ausschließlich markenlose Ware angeboten wird.

Hinsichtlich Preis- und Qualitätsgenre bestehen tendenziell keine maßgeblichen Überschneidungen mit dem Fachhandel, da hier größtenteils Markenwaren angeboten werden. Ebenso weisen Multisortimentsmärkte folglich auch nur einen stark ingeschränkten Wettbewerbsbezug zum „traditionellen“ Einzelhandel (Fachgeschäft, Fachmarkt, Waren-/ Kaufhaus) auf, der vom Kunden gezielt wegen eines bestimmten Sortiments aufgesucht wird und im jeweiligen Sortiment – sowohl in der Breite als auch in der Tiefe – ein wesentlich umfassenderes Angebot vorhält.

Die Ladeneinrichtung und die Ausgestaltung der Märkte erfolgt i.d.R. meist mit einfachsten Mitteln und stellen sich für den Kunden teilweise unterdurchschnittlich attraktiv dar, dadurch wird jedoch die Fokussierung auf ein discountorientiertes Preisniveau unterstrichen. Die Ware wird in Multisortimentsmärkten ausschließlich in Selbstbedienung angeboten, Service und Beratung spielen keine Rolle.

In Trebbin sind mit **Tedi** und mit **Groschenmarkt** zwei Anbieter vorhanden, die Betriebe liegen im nordwestlichen bzw. südwestlichen Kernstadtgebiet (vgl. Karte 7). Die Gesamtverkaufsfläche beider Märkte beträgt knapp über 1.700 m². Unter Berücksichtigung der Stadtgröße und der Positionierung beider Betriebe zeigt sich in diesem Segment ein attraktives Angebot.

Auf Grund der vorab dargelegten Sortimentsstruktur des geplanten Non-Food-Discounters wird dieser die größten Angebotsüberschneidungen mit den beide typgleichen Multisortimentsmärkten Tedi und Groschenmarkt aufweisen. Ferner wird der Anbieter jedoch auch mit **weiteren Handelsbetrieben**, insbesondere mit preisorientierten Einzelhandelsanbietern konkurrieren, während nur eingeschränkte Sortimentsüberschneidungen mit dem kleinteiligen Facheinzelhandel gegeben sind.

In Bezug auf möglicherweise betroffene Anbieter ist u.a. auf diskontierende Fachmarktconzepte zu verweisen. So werden in Trebbin ein preisorientierter Textilfachmarkt, die drei Lebensmitteldiscounter und der Supermarkt³⁵ in Konkurrenzbeziehung zu dem geplanten Multisortimentsmarkt stehen; geringe Wettbewerbsbeziehungen ergeben sich zu dem Garten-/ Baumarkt und je einem innerstädtischen Anbieter von Haushaltswaren bzw. Elektroartikeln.

³⁵ Hierbei sind z.B. die Lebensmitteldiscounter auf Grund ihres meist wöchentlich wechselnden Aktionswarensortiments wettbewerbsrelevant. Ferner wird bspw. auch die Non-Food-Randsortimentsabteilung oder die Drogeriewarenabteilung von Supermärkten tangiert.

Im Fazit erfolgen die Wettbewerbsauswirkungen des Multisortimentsmarktes nicht ausschließlich betriebs-typenbezogen. Auf Grund der Angebotsstruktur eines solchen Marktes sind sortimentsseitige Auswirkungen in diversen Branchen zu erwarten, da der projektierte Markt mit verschiedenen weiteren Anbietern in Konkurrenz tritt und von diesen Betrieben Kunden und somit auch Umsätze abzieht. Demzufolge werden alle Anbieter berücksichtigt, die eine wesentliche Sortimentsüberschneidung mit dem geplanten Multisortimentsmarkt aufweisen.³⁶

In der folgenden Tabelle 10 werden summiert die Gesamtumsätze der projektrelevanten Betriebe, die durch das Hinzutreten eines neuen Multisortimentsmarktes absatzwirtschaftlich tangiert werden, nach einzelnen **Versorgungslagen** aufgeführt.

Tabelle 10: Angebot im Segment Multisortiment in Trebbin nach Lagebereichen

	Betriebe	Verkaufsfläche	Umsatz	Raumleistung
	abs.	m ²	Mio. EUR	EUR/m ²
A-Zentrum Innenstadt (zVB)	2	160	0,62	3.880
B-Zentrum Am Mühlengraben (zVB)	5	4.100	14,51	3.540
Streulagen Kernstadt	4	3.040	9,89	3.250
Gesamt	11	7.300	25,02	3.430

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen

In der vorstehenden Tabelle erfolgte eine räumliche Zuordnung der Betriebe nach den einzelnen Lagekategorien. In der folgenden Übersicht werden diese Betriebe – die mit dem geplanten Multisortimentsmarkt in eine Wettbewerbsbeziehung treten werden – nach den einzelnen **Branchen** dargestellt, wobei die sortimentsseitige Zuordnung nach dem Umsatzschwerpunkt eines jeden Betriebs erfolgt. Somit kann bei einer hohen lagespezifischen Auswirkung – beispielsweise auf einen schützenswerten zentralen Versorgungsbereich – in Folge ermittelt werden, in welcher Branche mit negativen Auswirkungen zu rechnen wäre.

Tabelle 11: Angebot im Segment Multisortiment in Trebbin nach Branchen

	Betriebe	Verkaufsfläche	Umsatz	Raumleistung
	abs.	m ²	Mio. EUR	EUR/m ²
Haushaltwaren/ Hausrat/ Glaswaren/ Geschenkartikel ³⁷	3	1.810	2,54	1.400
Lebensmittel	5	4.490	20,51	4.570
Bekleidung	1	490	0,74	1.510
Elektrowaren	1	80	0,33	4.130
Bau-/ Gartenmarktartikel/ Werkzeuge/ Raumausstattung	1	430	0,90	2.090
Gesamt	11	7.300	25,02	3.430

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen

³⁶ Es wurden nur die Wettbewerber aufgeführt, die auch tatsächlich eine Angebotsüberschneidung mit einem Multisortimentsmarkt besitzen. Im Bereich Tiernahrung wurde bspw. der Futtermittelhandel in der Bahnhofstraße nicht berücksichtigt, ebenso wurden im Segment Nahrungs-/ Genussmittel nur Lebensmittelmärkte mit einer entsprechenden Randsortimentsabteilung aufgenommen; Bäcker oder Fleischer wurden beispielsweise nicht betrachtet.

³⁷ Die beiden Multisortimentsmärkte in Trebbin wurden dieser Branche zugeordnet, da – trotz des fehlenden Sortimentsschwerpunktes dieser Anbieter – ein wesentlicher Teil des Angebots diesem Sortiment zuzurechnen ist.

5.3.8. Zentralität der untersuchungsrelevanten Branchen

Abschließend wird die **Umsatz-Kaufkraft-Relation** (Zentralität) der projektrelevanten Branchen in dem untersuchten Einzugsgebiet berechnet, die das Verhältnis zwischen den erzielten Einzelhandelsumsätzen mit dem jeweiligen Sortiment³⁸ und dem vorhandenen Nachfragevolumen (vgl. Tab. 4) ausdrückt. Durch die Gegenüberstellung können Aussagen abgeleitet werden, ob per Saldo Kaufkraftzuflüsse (> 100 %) oder Kaufkraftabflüsse (< 100 %) in dem jeweiligen Sortiment aus dem Einzugsgebiet existieren.

Tabelle 12: Kaufkraftbindungsquote der untersuchungsrelevanten Sortimente im Einzugsgebiet

	Marktpotenzial	sortimentspezifische Umsätze	Zentralität	Kaufkraftzu-/abfluss
	Mio. EUR	Mio. EUR	%	Mio. EUR
Getränke	5,32	5,03	95	-0,29
Drogeriewaren	3,44	1,13	33	-2,31
Bekleidung	4,10	1,07	26	-3,03
Schuhe/Lederwaren	0,87	0,22	25	-0,65
Zooartikel/Tiernahrung	0,56	0,68	121	+0,12

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Auf Basis des Nachfragevolumens und der betriebs- bzw. ortstypischen Einzelhandelsumsätze mit **Getränken** können die lokalen Anbieter eine Kaufkraftbindungsquote von 95 % erzielen. Folglich binden insbesondere die lokalen Lebensmittelmärkte und der Getränkemarkt einen Großteil der örtlichen Kaufkraft.

In der Branche **Drogeriewaren, Bekleidung** und bei **Schuhen** zeigt sich ein deutlicher Kaufkraftabfluss. Dies ist durch das geringe flächenseitige Angebot bedingt, so dass lokale Konsumenten einen Großteil ihrer Nachfrage an umliegenden Angebotsstandorten (vgl. Karte 5) und im Online-Handel tätigen.

Die Anbieter mit **Zooartikeln/Tiernahrung** können – per Saldo – einen Kaufkraftzufluss nach Trebbin induzieren. Einerseits wird dieses Sortiment (vorwiegend Tierfutter) in zwei lokalen Betrieben angeboten; andererseits wird Heimtiernahrung in den Trebbiner Lebensmittelmärkten nachgefragt, ferner führt Tedi ein ergänzendes Randsortiment. In Summe ist ein umfassendes Angebot ausgeprägt.

Die in Tabelle 12 berechneten Kaufkraftbindungsquoten sind mit Blick auf das **Trebbiner Einzelhandelskonzept** plausibel. Für das gesamte Sortiment Lebensmittel wurde laut Einzelhandelskonzept zum Erstellungszeitpunkt³⁹ eine Zentralität von 98 %⁴⁰ ausgewiesen, so dass sich das Teilsortiment Getränke mit rd. 95 % in diesen Wert einordnet.

Für den Sortimentsbereich Drogeriewaren/Apotheken wird im Einzelhandelskonzept eine Zentralität von 63 % errechnet, die gemäß den vorstehenden Berechnungen (33 %) geringer ausfällt. Dies ist durch die Sortimentszuordnung im Einzelhandelskonzept bedingt, da diesem Bereich auch das Segment Apotheke und die hier erzielten Umsätze mit zugerechnet wurden. Im Einzelhandelskonzept wird folglich mit Blick auf die geringe Zentralität bei Drogeriewaren ausgeführt: *„In der Warengruppe der Drogeriewaren/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken sind hingegen bei einer Zentralität von 0,63 im Saldo deutliche Kaufkraftabflüsse in die nächstgelegenen zentralen Orte zu verzeichnen, dies ist insbesondere auf das Fehlen des Betriebstypus Drogeriefachmarkt im Stadtgebiet zurückzuführen.“*

38 Bei der Berechnung der Umsatz-Kaufkraft-Bindung (Zentralität) wurden jeweils nur die sortimentspezifischen Umsätze betrachtet. Das heißt, in den Lebensmittelmärkten wurden lediglich die Umsätze mit Getränken angesetzt. Ebenso beispielsweise bei Drogeriewaren, hier wurden lediglich die Flächen betrachtet, auf denen Umsätze mit Drogeriewaren getätigt werden.

39 Naturgemäß unterliegt die Kaufkraftbindung auf Grund von üblichen Sortimentsverschiebungen im Handel und auch der An- oder Absiedlung von Betrieben laufenden Veränderungen und beschreibt die Situation jeweils zu einem Erhebungszeitpunkt. Die Flächendaten zum Einzelhandelskonzept wurden im Januar 2021 erhoben.

40 vgl. Einzelhandelskonzept mit Fokus auf die Nahversorgung für die Stadt Trebbin 10/2021, Tab. 4.

Für die restlichen Sortimente wurde im Trebbiner Einzelhandelskonzept keine detaillierte Analyse vorgenommen. Die aggregierten Zentralitätswerte für den mittel- und langfristigen Bedarfsbereich (dem sind die Sortimente Bekleidung und Schuhe/Lederwaren zuzuordnen) weisen jedoch mit einer Bindungsquote von lediglich 38 % bzw. 21 % auf einen deutlichen Kaufkraftabfluss hin und korrespondieren mit den in Tabelle 12 errechneten sortimentspezifischen Werten (Bekleidung 26 % / Schuhe 25 %). Das Einzelhandelskonzept formuliert folgende Feststellung: „*Entsprechend der Versorgungsfunktion Trebbins als grundfunktionaler Schwerpunkt sind in den Warengruppen der mittel- und langfristigen Bedarfsstufe mit 0,38 bzw. 0,21 erhebliche Kaufkraftabflüsse festzustellen.*“

Abbildung 7: Einzelhandelszentralität von Trebbin gemäß Einzelhandelskonzept

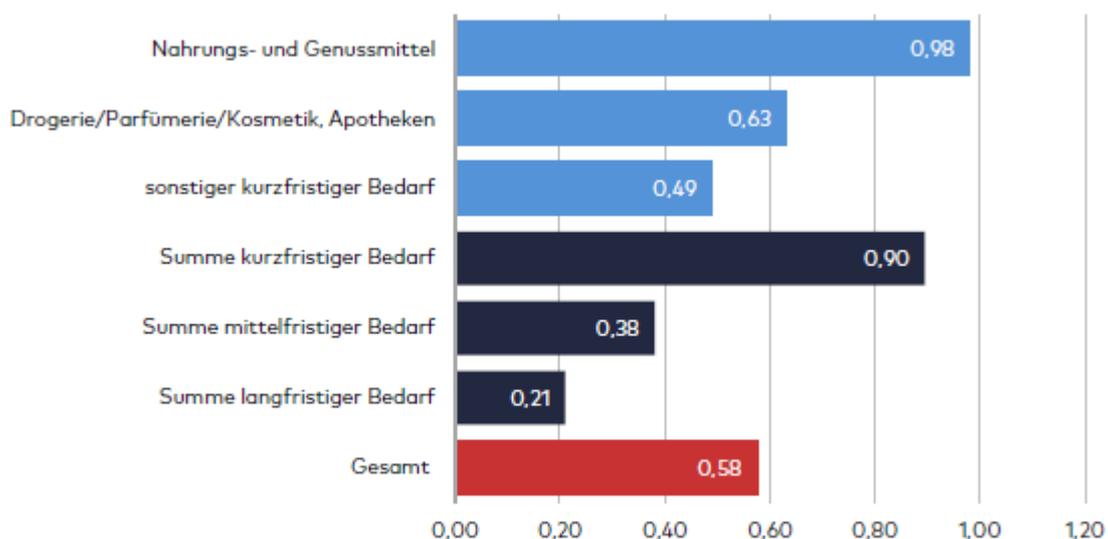


Abbildung 7: Sortimentsspezifische Einzelhandelszentralität in Trebbin

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel

Quelle: Einzelhandelskonzept mit Fokus auf die Nahversorgung für die Stadt Trebbin 10/2021, Abb. 7

6. Städtebauliche Bewertung des Projektvorhabens

6.1. Rechtliche Beurteilungsgrundlagen

Für die Liegenschaft der angefragten Fachmärkte in Trebbin ist die Ausweisung eines Sondergebiets für großflächigen Einzelhandel nach § 11 Abs. 3 BauNVO geplant.⁴¹ Für die Schaffung der bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen ist im Rahmen des Bebauungsplanverfahrens zu untersuchen, ob von dem Projektvorhaben nicht nur unwesentliche **Auswirkungen auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung** ausgehen. Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung ist insbesondere zu prüfen, welche Auswirkungen

- auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung und
- auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in Trebbin bzw. in umliegenden Gemeinden

im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO anzunehmen sind. Dabei spielen vor allem die ökonomischen Auswirkungen (d.h. die Umsatzumlenkungen) auf die zentralen Versorgungsbereiche bzw. bestehende Nahversorgungslagen eine wesentliche Rolle. Dadurch soll der Schutz des Einzelhandels an solchen Standorten sichergestellt werden, die funktionsgerecht in das städtebauliche Ordnungssystem eingebunden sind.

Ein fest definierter Schwellenwert für einen städtebaulich beachtlichen Kaufkraftabfluss, ab dessen Höhe mit schädlichen Auswirkungen zu rechnen wäre, ist gesetzlich nicht vorgegeben.⁴² In der Planungs- und Rechtsprechungspraxis hat sich – abgeleitet aus der Zulässigkeit von Vorhaben nach § 34 Abs. 3 BauGB – als **quantitative Orientierungsgröße** etabliert, dass bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust i.d.R. ab 10 %, bei anderen Sortimenten ab 20 % zu Geschäftsaufgaben führen kann und als abwägungsrelevant angesehen wird.⁴³

Tabelle 13: Orientierungswerte der Umsatzumverlagerungen bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben

	Sortiment	
	zentrenrelevant	nicht-zentrenrelevant
Abwägungsschwellenwert, Folgen auf den Wettbewerb sind wahrscheinlich	<10 %	<10 %
Nicht nur unwesentliche städtebauliche Folgen sind wahrscheinlich	10 – 20 %	>20 %
Nicht nur unwesentliche raumordnerische Folgen sind wahrscheinlich	>20 %	20 – 30 %
Unverträglichkeit	>20 %	>30 %

Quelle: eigene Darstellung nach: Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Langzeitstudie im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg (1998)⁴⁴

41 vgl. Beschluss zur Aufstellung des Bebauungsplans „Fachmarkt Am Mühlengraben 1“ der Stadt Trebbin vom 06.10.2021.

42 Das OVG Nordrhein-Westfalen führt in einem Urteil zu dieser Thematik aus: „Auch in der obergerichtlichen Rechtsprechung wird die Frage, ob und gegebenenfalls bei welchen Prozentsätzen ein prognostizierter Kaufkraftabzug den Schluss auf negative städtebauliche Folgen für die davon betroffene Gemeinde zulässt, mit unterschiedlichen Ergebnissen diskutiert. Der Bandbreite der angenommenen Werte, die von mindestens 10 % bis hin zu etwa 30 % reicht, ist allerdings die Tendenz zu entnehmen, dass erst Umsatzverluste ab einer Größenordnung von mehr als 10 % als gewichtig angesehen werden.“
vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10A 1676/08] vom 30.09.2009.

43 Die Diskussion der obergerichtlichen Rechtsprechung, ab welchen „Schwellenwerten“ negative städtebauliche Folgen zu erwarten sind, reicht von einer Umsatzumlenkung von 10 % (OVG Brandenburg [3 B 116/98] vom 16.12.1998, OVG NRW [7 A 2902/93] vom 05.09.1997, OVG Koblenz [8 A 11441/ 00] vom 25.04.2001), über 10 bis 20 % (OVG Koblenz [8 B 12650/98] vom 08.01.1999, BayVGH [26 N 99.2961] vom 07.06.2000) bis zu etwa 30 % (Thüringer OVG [1 N 1096/03] vom 20.12.2004).

44 Eine DSSW-Studie aus dem Jahr 2017 hat bestätigt, dass sich für die Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes grundsätzlich die Orientierung an den Schwellenwerten der Umverteilungsquoten bewährt hat.
vgl. DSSW-Studie, Langzeitwirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe (Kurzfassung), 2017.

Die vorstehend benannten Richtwerte sind jedoch schematisch und berücksichtigen nicht die Situation im Einzelfall. Die städtebauliche Verträglichkeit von Einzelhandelsvorhaben ist auch aus den **individuellen lokalen Gegebenheiten** betroffener Bereiche und deren Stabilität abzuleiten. Daher müssen weitere Aspekte (u.a. Sortimentsausrichtung betroffener Betriebe, qualitative Aspekte, städtebauliche Gegebenheiten, Einzelhandelsstruktur, etwaige Vorschädigungen von Versorgungsbereichen) in die Bewertung mit einbezogen werden.

Insbesondere sind beispielsweise bei einer bestehenden Vorschädigung, bei Attraktivitätsmängeln (z.B. geringe städtebauliche Qualität, niedrige Aufenthaltsqualität des Stadtraums, geringe Einzelhandelsdichte, Ladenleerstände, unattraktives Angebot) oder bei Erreichbarkeitsdefiziten (z.B. schlechte Straßenanbindung, geringes Stellplatzangebot, fehlende ÖPNV-Anbindung) Stabilitätsverluste bei Handelsbetrieben zu erwarten. Der Abwägungsschwellenwert von 10 % ist somit ein wesentlicher Indikator für mögliche schädliche Auswirkungen, jedoch nicht als „Demarkationslinie“ zu sehen.⁴⁵

Des Weiteren ist zu prüfen, inwieweit ein Planvorhaben auf solche Sortimente abzielt, die in dem jeweiligen zentralen Versorgungsbereich von einem „Magnetbetrieb“ angeboten werden, dessen unbeeinträchtigter Bestand maßgebliche Bedeutung für die weitere Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches hat. Grundsätzlich sind schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche gerade dann zu erwarten, wenn deren **Funktionsfähigkeit** so nachhaltig gestört wird, dass sie ihren Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr substantiell wahrnehmen können.⁴⁶

Mögliche Umsatzumlenkungen, die keine schädlichen Folgen haben, sind bezüglich der Beurteilung der **baurechtlichen Genehmigungsfähigkeit** hinzunehmen, da Genehmigungsverfahren kein Instrument zur Wettbewerbssteuerung darstellen sollen. Potenzielle Auswirkungen dürfen nicht unter dem Aspekt des Wettbewerbschutzes gesehen werden, zumal das Bauplanungsrecht nicht die Wahrung von Wettbewerbsinteressen im Blick hat, sondern sich in dieser Hinsicht neutral verhält. Selbst ein größerer Umsatzverlust in einzelnen Branchen gilt als unschädlich, solange der gesamte zentrale Versorgungsbereich nicht in eine kritische Lage versetzt wird.

Derartige Versorgungsbereiche sind i.d.R. in städtebaulichen Konzepten definiert und können nachvollziehbar⁴⁷ an den eindeutigen Verhältnissen vor Ort identifiziert werden. Diese Bereiche können neben der besonders zu schützenden Innenstadt auch Stadtteil-, Quartiers- und Ortsteilzentren umfassen. Im vorliegenden Fall verfügt die Stadt Trebbin über ein **Zentrenkonzept**, in dem zwei zentrale Versorgungsbereiche definiert sind. Demzufolge sind gemäß dem Prüfauftrag die Auswirkungen auf diese ausgewiesenen Versorgungsbereiche zu thematisieren.

Nach einer Ortsbegehung der beiden Kommunen im **überörtlichen Einzugsgebiet** konnte hier kein faktischer zentraler Versorgungsbereich identifiziert werden. In beiden Orten (Ahrensdorf und Mietgendorf, ca. 200 Einwohner) ist kein relevantes Einzelhandelsangebot vorhanden, so dass die Ausprägung von umfänglichen Handelsstrukturen und insbesondere von zentralen Versorgungsbereichen – auch zukünftig – nicht möglich ist.

45 Das OVG Nordrhein-Westfalen führt in einem Urteil zu dieser Thematik aus: „Ein bestimmter Schwellenwert für einen städtebaulich beachtlichen Kaufkraftabfluss ist gesetzlich nicht vorgegeben. Prozentual ermittelte – und prognostisch nur bedingt verlässlich greifbare – Umsatzumverteilungssätze lassen nicht lediglich einen einzigen logischen Schluss zu. In der Tendenz kann – faustformelartig – davon ausgegangen werden, dass erst Umsatzverluste ab einer Größenordnung von mehr als 10 % als gewichtig anzusehen sind. Allerdings bietet das 10 %-Kriterium nicht mehr als einen Anhalt. Es muss im Zusammenhang mit den sonstigen Einzelfallumständen gewertet werden.“ vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [2 D 63/11.NE] vom 09.11.2012.

46 vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007 und Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10A 1417/07] vom 06.11.2008.

47 vgl. Beschluss BVerwG [4 B 5.09] vom 12.02.2009.

6.2. Umsatzprognose

Für die Bewertung der absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen eines Handelsbetriebs ist der Umsatz relevant, da dieser teilweise in Form von Umsatzumlenkungen wettbewerbswirksam wird. Nachfolgend wird für die in Rede stehenden Fachmärkte jeweils eine Umsatzherkunftsprognose auf Basis des potenziell erzielbaren Marktanteils im Einzugsgebiet (= **Marktanteilskonzept**⁴⁸) erstellt. Auf Grundlage

- der Lagequalität des Projektstandortes,
- der Größe, des Betriebstyps und der spezifischen Leistungsfähigkeit des jeweiligen Marktes,
- der örtlichen Nachfrageplattform und
- der Wettbewerbsintensität in Trebbin

ist mit folgenden Erlösen der einzelnen Fachmärkte zu rechnen.

6.2.1. Getränkemarkt

Für den angefragten Getränkemarkt ist mit einem Zielumsatz zwischen 0,9 und 1,0 Mio. EUR p.a. zu kalkulieren. Folgende Tabelle stellt die **Umsatzprognose** (vgl. Karte 6 i.V.m. Tab. 4) des Marktes in seinem Einzugsgebiet dar, wobei für die weitere Berechnung im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung mit dem maximal zu erwartenden Umsatz des Betriebes gerechnet wird.

Tabelle 14: Marktanteilsprognose des angefragten Getränkemarktes

Sortiment	Einzugsgebiet	Marktpotenzial Mio. EUR	Ø Marktanteil ⁴⁹		Umsatz	
			min. / max.		min.	max.
			%		Mio. EUR p.a.	Mio. EUR p.a.
Getränke	Zone I	2,03	~20 / ~24		0,41	0,49
	Zone II	3,29	~12 / ~14		0,40	0,47
	<i>Zwischensumme</i>	<i>5,32</i>	<i>~15 / ~18</i>		<i>0,81</i>	<i>0,96</i>
Streuumsätze				0,06	0,06	
Gesamt				0,87	1,02	

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnung

Der Getränkemarkt dürfte in der Trebbiner Kernstadt und dem angrenzenden Ortsteil Löwendorf (Zone I) einen Marktanteil von maximal 24 % auf sich vereinen können. Eine höhere Marktdurchdringung ist nicht möglich, da alle vier Trebbiner Lebensmittelmärkte und auch weitere Anbieter Getränke führen und somit eine direkte Konkurrenz darstellen.

Im Einzugsgebiet der Zone II wird der Marktanteil deutlich absinken, da für den Einkauf dieser Waren kundenseitig nur eine äußerst geringe Zeit-/ Wegedistanz akzeptiert wird bzw. der Einkauf von Getränken i.d.R. in Verbindung mit einem Lebensmitteleinkauf erfolgt. Separate Einkaufsfahrten werden meist nicht getätigt.

In Bezug auf die geführten Sortimente werden in dem Getränkemarkt keine Non-Food-Waren angeboten. Zuzüglich der Streuumsätze von knapp 0,1 Mio. EUR – die aus der Lage an einer innerörtlichen Durch-

48 Bei dem sog. Marktanteilskonzept werden das relevante Nachfragevolumen im Einzugsgebiet und die mögliche Kaufkraftabschöpfung eines Vorhabens (= Marktanteil) gegenübergestellt. Der ausgewiesene Umsatz versteht sich als Bruttoumsatz, d.h. inklusive Mehrwertsteuer.

49 Die Marktanteile wurden jeweils separat für die einzelnen Orte bzw. Bereiche im Einzugsgebiet prognostiziert. Der in der Tabelle ausgewiesene Marktanteil stellt somit einen aggregierten Wert dar.

fahrtsstraße resultieren – ist ein jährlicher Gesamtumsatz des Getränkemarktes von maximal 1,0 Mio. EUR zu erwarten.

Die **Raumleistung** des Getränkemarktes wird mit knapp 1.600 EUR/m² im Rahmen von branchenüblichen Vergleichswerten liegen, da Getränkemarkte i.d.R. bundesweit eine Flächenleistung zwischen 1.400 bis 1.800 EUR/m² erreichen.⁵⁰

Tabelle 15: Prospektive Raumleistung des Getränkemarktes

Branche	Betriebstyp	Umsatzprognose	Verkaufsfläche	Raumleistung
		Mio. EUR	m ²	EUR/m ²
Lebensmittel	Getränkemarkt	1,02	650	1.570

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Ein höherer Umsatz ist für diesen Getränkemarkt nicht zu erwarten, was sich aus

- der im Bundesvergleich niedrigeren sortimentsspezifischen Kaufkraft in Trebbin (94,2 %, vgl. Tab. 4) und des daraus folgenden geringeren (absoluten) Nachfragepotenzials,
- des Wettbewerbsdrucks durch einen weiteren Getränkemarkt und vier Lebensmittelmärkte in Trebbin,
- des begrenzten und auch zukünftig nicht ausdehnbaren Einzugsgebiets des Getränkemarktes und
- eines nicht wesentlich zu steigenden Marktanteils⁵¹ des Betriebes

ableitet. Ferner liegt die Fläche des geplanten Getränkemarktes mit ca. 650 m² sehr hoch, so dass bei dieser Größendimension mit einer tendenziell geringen Raumleistung zu rechnen ist.⁵²

6.2.2. Drogeriemarkt

An dem Projektstandort ist die Ansiedlung eines Drogeriemarktes mit maximal 750 m² Verkaufsfläche geplant. Unter Zugrundelegung der Marktanteilsprognose sowie der unter Punkt 6.2 aufgeführten umsatzrelevanten Faktoren sind für diesen Markt maximale **Umsätze** von rd. 3,1 Mio. EUR zu erwarten.

Im Naheinzugsgebiet des zu prüfenden Drogeriemarktes (Zone I) ist mit einem maximalen Marktanteil von rd. 55 % des vorhandenen Nachfragevolumens für Drogeriewaren zu rechnen. Die hohe Marktdurchdringung ergibt sich aus dem Fehlen eines weiteren Drogeriemarktes in Trebbin, so dass als direkte Konkurrenz lediglich die Randsortimentsabteilungen der Lebensmittelmärkte zu sehen sind. Eine höhere Marktdurchdringung ist jedoch nicht möglich, da zahlreiche Verbraucher auch weiterhin einen Teil ihrer Nachfrage nach Drogeriewaren bei einem Einkauf in einem Lebensmittelmarkt decken.

Im Einzugsgebiet der Zone II ist von einer fast gleichbleibenden Marktdurchdringung auszugehen, da auch in diesem Bereich kein anderer Drogeriemarkt ansässig ist. Bei einem zu erwartenden Marktanteil von maximal 53 % ergibt sich ein Jahresumsatz mit Drogeriewaren von ca. 1,1 Mio. EUR.

Der Umsatz des Drogeriemarktes wird hauptsächlich mit dem Kernsortiment Drogeriewaren erzielt, das i.d.R. einen Flächenanteil von rd. 65 % einnimmt. Die Randsortimente umfassen u.a. Lebensmittel (v.a. Naturkost [auch Bio-Waren], Weine, Süßwaren), Büro-/ Schreibwaren, Spielwaren, Tiernahrung, Multimedia-/ Foto-Artikel und Haushaltswaren/Bastelartikel. Dieser Sortimentsbereich setzt sich aus einem festen Artikelstamm zusammen; die Erlöse dieser Randsortimente sind auf ca. 1,0 Mio. EUR zu prognostizieren.

⁵⁰ vgl. Anlage 1.

⁵¹ Eine vollständige bzw. selbst überwiegende Marktabdeckung durch nur ein Lebensmittelkonzept ist prinzipiell nicht möglich, da sich Konsumenten i.d.R. bei mehreren Betriebsformen versorgen. Die Marktdurchdringung eines Getränkemarktes ist nicht beliebig steigerungsfähig, somit ist eine wesentliche Erhöhung des Marktanteils dieses Getränkemarktes – auch zukünftig – nicht realistisch und auch nicht umsetzbar. Demnach stellt die ausgewiesene Raumleistung einen Maximalwert für diesen Markt dar.

⁵² Der Branchenwert der Raumleistung bezieht sich bei Getränkemarkten auf eine durchschnittliche Verkaufsfläche von ca. 400 m². Bei einer höheren Flächenausstattung ist grundsätzlich mit einer sinkenden Raumleistung zu rechnen.

Zu den Umsätzen mit Kunden aus dem Einzugsgebiet ist mit Streuumsätzen zu rechnen, da auch Verbraucher von außerhalb des Einzugsgebiets den in Rede stehenden Markt aperiodisch aufsuchen werden. Die Streuumsätze sind auf rd. 0,2 Mio. EUR zu schätzen.

Tabelle 16: Marktanteilsprognose des angefragten Drogeriemarktes

Sortiment	Einzugsgebiet	Marktpotenzial Mio. EUR	Ø Marktanteil		Umsatz	
			min. / max. %	min. Mio. EUR p.a.	max. Mio. EUR p.a.	
Drogeriewaren	Zone I	1,31	~51 / ~55		0,67	0,72
	Zone II	2,13	~49 / ~53		1,04	1,13
	<i>Zwischensumme</i>	<i>3,44</i>	<i>~50 / ~54</i>		<i>1,71</i>	<i>1,85</i>
Randsortimente					0,93	1,00
	<i>Zwischensumme</i>				<i>2,64</i>	<i>2,85</i>
Streuumsätze					0,24	0,24
Gesamt					2,88	3,09

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnung

Unter Zugrundelegung der vorstehenden Umsatzprognose und der avisierten Verkaufsfläche errechnet sich die **Raumleistung** des Drogeriemarktes. Diese liegt mit ca. 4.100 EUR/m² unterhalb bundesdurchschnittlicher Vergleichswerte, da Drogeriemärkte i.d.R. eine Flächenleistung zwischen 5.000 bis 6.000 EUR/m² erzielen.⁵³

Tabelle 17: Prospektive Raumleistung des Drogeriemarktes

Branche	Betriebstyp	Umsatzprognose	Verkaufsfläche	Raumleistung
		Mio. EUR	m ²	EUR/m ²
Drogeriewaren	Drogeriemarkt	3,09	750	4.120

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Ein höherer Umsatz und folglich eine höhere Raumleistung⁵⁴ des zu prüfenden Drogeriemarktes sind unrealistisch, was auf

- der im Bundesvergleich niedrigeren sortimentspezifischen Kaufkraft (92,4 %, vgl. Tab. 4) und des daraus folgenden geringeren (absoluten) Nachfragepotenzials in Trebbin und vor allem
- eines nicht wesentlich zu steigenden Marktanteils⁵⁵ eines Drogeriemarktes

ergibt. Eine Umsatzerhöhung eines solchen Marktes in Trebbin ist daher nicht realistisch.

⁵³ vgl. Anlage 1.

⁵⁴ Der Vergleichswert der Raumleistung bezieht sich auf eine geringere Verkaufsfläche von etwa 600 m², wobei sich bei einer ansteigenden Verkaufsfläche die Raumleistung nicht proportional mitentwickelt, sondern absinkt. Die geplante Drogeriemarkfläche liegt mit 750 m² um +25 % über der deutschlandweiten Vergleichsfläche für Drogeriemärkte, so dass keine analoge bundesübliche Raumleistung zum direkten Vergleich herangezogen werden kann.

⁵⁵ Das Sortiment Drogeriewaren wird einerseits im „klassischen“ Drogeriewarenhandel vertrieben, andererseits werden diese Waren auch im Randsortiment von branchenfremden Anbietern mit verkauft. Der Drogeriewarenhandel erreicht einen Marktanteil von ca. 45 %, der Lebensmittelhandel von ca. 33 % und sonstige Anbieter von ca. 22 %. Somit stellt der kalkulierte Marktanteil von 55 % (vgl. Tab. 16) bereits eindeutig einen Maximalwert dar.

6.2.3. Textilmarkt

An dem Projektstandort soll der Markteintritt von zwei Textilfachmärkten mit einer Gesamtverkaufsfläche von maximal 800 m² geprüft werden. Für das Vorhaben liegt keine konkrete einzelbetriebliche Flächendimensionierung vor, so dass die Umsatzprognose für die Gesamtfläche vorgenommen wird. Unter Zugrundelegung einer Marktanteilsprognose sind auf der Fläche jährliche **Umsätze** von maximal 1,2 Mio. EUR zu kalkulieren.

Tabelle 18: Marktanteilsprognose der angefragten Textilmärkte

Sortiment	Einzugsgebiet	Marktpotenzial Mio. EUR	Ø Marktanteil	Umsatz	
			min. / max. %	min. Mio. EUR p.a.	max. Mio. EUR p.a.
Bekleidung	Zone I	1,56	~27 / ~29	0,42	0,46
	Zone II	2,54	~25 / ~27	0,63	0,69
	<i>Zwischensumme</i>	<i>4,10</i>	<i>~26 / ~28</i>	<i>1,05</i>	<i>1,15</i>
Streuumsätze				0,06	0,06
Gesamt				1,11	1,21

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnung

Im Kerneinzugsgebiet der zu prüfenden Textilmärkte (Zone I) ist mit einem summierten Marktanteil von maximal 29 % des vorhandenen Nachfragevolumens für Bekleidung (vgl. Tab. 4) zu rechnen. Die relativ hohe Marktdurchdringung ergibt sich aus der geringen Angebotsdichte in Trebbin, da mit dem benachbarten KIK-Markt lediglich ein weiterer größerer Anbieter in diesem Gebiet agiert.

Die Konsumenten im Einzugsgebiet der Zone II decken ihre Nachfrage u.a. auch in benachbarten Kommunen ab. Bei einem maximal zu realisierenden Marktanteil von rd. 27 % ergibt sich aus diesem Bereich ein Jahresumsatz mit Bekleidung von knapp 0,7 Mio. EUR.

Ferner ist mit Streuumsätzen durch Verbraucher von außerhalb des Einzugsgebiets zu rechnen, die jedoch mit deutlich unter 0,1 Mio. EUR anzusetzen sind.

Auf Basis der Umsatzprognose und der angefragten Verkaufsfläche ergibt sich die **Raumleistung**. Der Wert von rd. 1.500 EUR/m² liegt im Rahmen bundesdurchschnittlicher Vergleichswerte, da Fachmärkte i.d.R. eine Flächenleistung von zwischen 1.000 bis 1.600 EUR/m² erzielen.⁵⁶

Tabelle 19: Prospektive Raumleistung der Textilmärkte

Branche	Betriebstyp	Umsatzprognose	Verkaufsfläche m ²	Raumleistung
		Mio. EUR		EUR/m ²
Textilien	Textilfachmarkt	1,21	800	1.510

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Eine Steigerung der Raumleistung ist bezüglich der limitierten Marktdurchdringung von Textilfachmärkten unrealistisch. Ferner ist ein erhöhter Gesamtumsatz speziell auf Grund der sehr geringen sortimentspezifischen Kaufkraft für Bekleidung – diese liegt in Trebbin bei lediglich 86,0 % (vgl. Tab. 4) und folglich mit 14 %-Punkten unverkennbar unter dem Bundesdurchschnitt – nicht realistisch; somit steht den lokalen Bewohnern ein deutlich geringerer absoluter Ausgabebetrag zur Verfügung. Ferner werden beide Betriebe untereinander auch in starker Konkurrenz stehen, somit ist eine Umsatzausweitung auf der angefragten Marktfläche über 1,2 Mio. EUR unrealistisch.

⁵⁶ vgl. Anlage 1.

6.2.4. Schuhmarkt

In Trebbin ist mit einem Schuhfachgeschäft lediglich ein geringes Angebot ausgeprägt, daher könnte ein neuer potenzieller Betreiber sich einen hohen Marktanteil sichern. Für einen entsprechenden Markt mit etwa 500 m² Verkaufsfläche würde sich ein **Umsatz** von ca. 0,5 Mio. EUR ergeben.

Tabelle 20: Marktanteilsprognose des angefragten Schuhmarktes

Sortiment	Einzugsgebiet	Marktpotenzial Mio. EUR	Ø Marktanteil		Umsatz	
			min. / max.		min.	max.
			%		Mio. EUR p.a.	Mio. EUR p.a.
Schuhe	Zone I	0,33	~55 / ~61		0,18	0,20
	Zone II	0,54	~50 / ~56		0,27	0,30
	<i>Zwischensumme</i>	<i>0,87</i>	<i>~52 / ~57</i>		<i>0,45</i>	<i>0,50</i>
Streuumsätze				0,03	0,03	
Gesamt				0,48	0,53	

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnung

Im Einzugsgebiet der Zone I ist mit einem maximalen Marktanteil von rd. 61 % zu rechnen. Der hohe Marktanteilswert resultiert aus dem geringen Angebot, da in Trebbin lediglich ein kleineres Schuhfachgeschäft ansässig ist.

Im Einzugsgebiet der Zone II ist eine niedrigere Marktdurchdringung anzunehmen; bei einem maximalen Marktanteil von rd. 56 % resultiert aus diesem Bereich ein Umsatz von rd. 0,3 Mio. EUR. Zuzüglich von Streuumsätzen von außerhalb des Einzugsgebiets zeigt sich ein möglicher Gesamtumsatz von knapp über 0,5 Mio. EUR p.a.

Auf Basis der Umsatzprognose und unter Berücksichtigung der Verkaufsfläche wird die **Raumleistung** knapp 1.100 EUR/m² betragen. Dieser Wert liegt deutlich unterhalb von bundesdurchschnittlichen Vergleichswerten, wobei Schuhfachmärkte in Abhängigkeit ihrer Größe eine Flächenleistung von 1.800 bis 2.400 EUR/m² erzielen.⁵⁷

Tabelle 21: Prospektive Raumleistung des Schuhmarktes

Branche	Betriebstyp	Umsatzprognose	Verkaufsfläche	Raumleistung
		Mio. EUR	m ²	EUR/m ²
Schuhe	Schuhfachmarkt	0,53	500	1.060

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Mit Blick auf die niedrige Raumleistung ist zu konstatieren, dass das Nachfragepotenzial in Trebbin zur wirtschaftlichen Auslastung eines größeren Schuhfachmarktes mit rd. 500 m² nicht ausreicht. Ein potenzieller Betreiber könnte auf Grund des begrenzten Nachfragepotenzials diese Fachmarktfläche nicht nachhaltig bespielen. Eine Ausweitung des Marktgebietes des Trebbiner Einzelhandels und die Akquise eines höheren Kundenpotenzials ist dabei unrealistisch, ebenso wie die unterdurchschnittliche sortimentspezifische Kaufkraft für Schuhe (87,6 %, vgl. Tab. 4) einen höheren Umsatz vor Ort nicht zulässt.

⁵⁷ vgl. Anlage 1.

6.2.5. Zoomarkt

Für einen potenziellen Zoofachmarkt in Trebbin zeigen sich nur limitierte Umsatzchancen, dies beruht auf den verhältnismäßig geringen Pro-Kopf-Ausgaben für dieses Sortiment (vgl. Tab. 4) und der daraus resultierenden niedrigen gesamtörtlichen Nachfrage. Der jährliche **Umsatz** eines entsprechenden Marktes mit ca. 600 m² könnte nur etwa 0,3 Mio. EUR betragen.

Tabelle 22: Marktanteilsprognose des angefragten Zoomarktes

Sortiment	Einzugsgebiet	Marktpotenzial Mio. EUR	Ø Marktanteil		Umsatz	
			min. / max.		min.	max.
			%		Mio. EUR p.a.	Mio. EUR p.a.
Zoobedarf	Zone I	0,21	~52 / ~57		0,11	0,12
	Zone II	0,35	~46 / ~51		0,16	0,18
	<i>Zwischensumme</i>	<i>0,56</i>	<i>~48 / ~54</i>		<i>0,27</i>	<i>0,30</i>
Streuumsätze				0,02	0,02	
Gesamt				0,29	0,32	

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnung

Im Kerneinzugsgebiet (Zone I) wäre selbst bei einem maximalen Marktanteil von rd. 57 % lediglich ein geringer Umsatz von rd. 0,1 Mio. EUR zu erwarten. Im Einzugsgebiet der Zone II wäre mit knapp 0,2 Mio. EUR ein leicht höherer Umsatz zu prognostizieren, wobei für einen potenziellen Betreiber – unter Einschluss von möglichen Streuumsätzen – ein jährlicher Gesamtumsatz von rd. 0,3 Mio. EUR zu erwarten ist.

Die **Raumleistung** von rd. 500 EUR/m² wird deutlich unterhalb des Branchendurchschnitts liegen, da Zoofachmärkte bundesübliche Vergleichswerte von 1.200 bis 1.800 EUR/m² erreichen.⁵⁸

Tabelle 23: Prospektive Raumleistung des Zoomarktes

Branche	Betriebstyp	Umsatzprognose	Verkaufsfläche	Raumleistung
		Mio. EUR	m ²	EUR/m ²
Zoobedarf	Zoofachmarkt	0,32	600	530

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Die Bewertung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit eines entsprechenden Marktes mit rd. 600 m² Verkaufsfläche zeigt, dass der langfristig rentable Betrieb eines Zoofachmarktes in Trebbin unrealistisch ist. Die Nachfrage reicht – wie im Fall des Schuhfachmarktes – nicht aus, einen standortsichernden Umsatz zu erzielen bzw. die Fläche des Marktes wirtschaftlich auszulasten.

⁵⁸ vgl. Anlage 1.

6.2.6. Multisortimentsmarkt

Für die Umsatzprognose von sog. Multisortimentsmärkten ist die Erstellung einer Marktanteilsprognose nicht zielführend. Das Angebot eines Multisortimentsmarktes beinhaltet bis **zu 80 % aller Warengruppen**⁵⁹ des Einzelhandels, so dass sich ein sehr hoher Pro-Kopf-Ausgabebetrag bei der Berechnung des Nachfragevolumens ergibt. Auf der anderen Seite fällt der Marktanteil an den einzelnen zahlreichen Sortimenten extrem niedrig aus und ist i.d.R. nicht planbar; zumal auch die Warengruppenzusammensetzung im Jahresverlauf permanent schwankt. Aus diesem Grund wird bei der Umsatzplanung nicht auf die sog. Marktanteilsberechnung zurückgegriffen.

Für die Abschätzung der zu erwartenden Umsätze werden daher branchenspezifische Durchschnittswerte für die **Raumleistung** (Umsatz in Euro/m²) herangezogen. Diese Raumleistung wird unter Berücksichtigung des konkreten Planstandortes, der Kaufkraftverhältnisse, der geplanten Verkaufsfläche und der lokalen Wettbewerbssituation angepasst. Aus der Multiplikation der so ermittelten Raumleistung mit der Größe der Verkaufsfläche ergibt sich der Planumsatz.

Die nachfolgende **Umsatzprognose** wurde für den geplanten Multisortimentsmarkt auf Basis einer branchenüblichen Raumleistung von rd. 1.300 EUR/m² erstellt, die einen Durchschnittswert⁶⁰ für solche Betriebe darstellt. Unter Berücksichtigung der angedachten Verkaufsfläche von rd. 800 m² ergibt sich ein Jahresumsatz von ca. 1,0 Mio. EUR.

Tabelle 24: Umsatzprognose des Multisortimentsmarktes

Branche	Betriebstyp	Verkaufsfläche m ²	Raumleistung EUR/m ²	Umsatzprognose Mio. EUR
Multisortiment	Fachmarkt	800	1.300	1,04

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

59 Die sog. Multisortimentsmärkte decken fast die gesamte Breite des Einzelhandels ab, es werden jedoch i.d.R. keine pharmazeutischen, medizinischen und orthopädischen Artikel, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Computer, Uhren/Schmuck, Optik, Schnittblumen, Bettwaren (Lattenroste, Matratzen, Oberbetten), Kinderwagen, Möbel, Antiquitäten, Kunstgegenstände oder Frischwaren geführt.

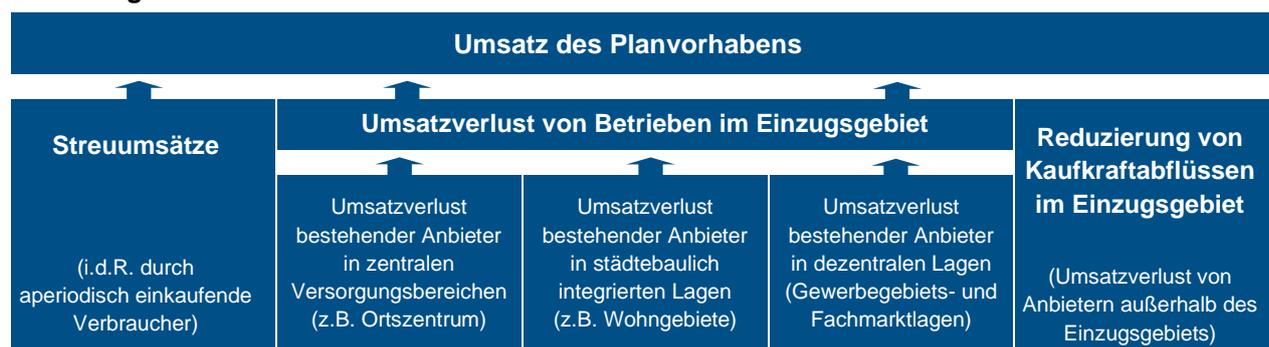
60 Die bundesdurchschnittliche Raumleistung (brutto) liegt bei Multisortimentsmärkten auf Grund von Branchenerfahrungen der BBE zwischen 1.000 bis 1.600 EUR/m² VK, der Mittelwert liegt bei ca. 1.300 EUR/m² VK.

6.3. Wirkungsprognose

6.3.1. Methodische Vorgehensweise

Die **Umsätze** eines Ansiedlungsvorhabens im Einzelhandel setzen sich aus mehreren Faktoren zusammen. In Abhängigkeit von Art, Größe und Lage des Vorhabens sowie der Wettbewerbssituation fallen die verschiedenen Quellen der Umsatzherkunft unterschiedlich ins Gewicht.

Abbildung 8: Quellen der Umsatzherkunft eines Einzelhandelsvorhabens



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Ein verstärkter Umsatzzufluss von außerhalb des Einzugsgebietes ist vor allem durch sog. Streuumsätze möglich. Diese diffusen Umsätze, deren Herkunft nicht genau bestimmt werden kann, resultieren beispielsweise aus einer verkehrsgünstigen Lage des Projektstandortes, von Besuchern eines Standortes oder aus Kopplungseffekten zu bereits bestehenden Angeboten oder auch von Zufallseinkäufen.

Mögliche Umsatzumverteilungen innerhalb des betrachteten Einzugsgebietes entstehen, wenn ein Attraktivitätsgefälle zwischen den bestehenden lokalen Anbietern und dem Planvorhaben gegeben ist. Sie fallen umso höher aus, je größer der Unterschied zu den bestehenden Anbietern ist. Städtebaulich relevant sind Umsatzumverteilungen jedoch nur, wenn sie zu Lasten schützenswerter Bereiche gehen und dabei eine bestimmte Schwelle überschreiten (vgl. Pkt. 6.1).

Prinzipiell resultiert bei einem unter dem lokalen Nachfragepotenzial liegenden Angebot ein Umsatzanteil aus der Reduzierung von Kaufkraftabflüssen aus dem Einzugsgebiet. Je geringer das bestehende Angebot an einem Standort in Relation zur dort durch die Verbraucher erzeugten Nachfrage ist, desto höher ist regelmäßig der Umsatzanteil aus der Reduzierung von Kaufkraftabflüssen. Diese Umsätze gehen Betrieben außerhalb des Einzugsgebiets verloren.

Für die weitere Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind die durch das Vorhaben induzierten **Umsatzumlenkungseffekte** für die im Einzugsgebiet ansässigen Betriebe relevant. Dabei geht im Realisierungsfall der am Planstandort zu erwartende Umsatz zwangsläufig Wettbewerbern an anderer Stelle verloren, da durch die Realisierung nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbern umgelenkt wird. Die Auswirkungen dieser Umsatzverlagerungen auf die anderen Marktteilnehmer in dem Einzugsgebiet werden unter dem folgenden Punkt diskutiert.

Im Fall des zu beurteilenden Vorhabens spielt eine Rückholung von Kaufkraftabflüssen von Betrieben außerhalb des Einzugsgebiets eine wesentliche Rolle. Dies leitet sich aus dem geringen flächenseitigen Handelsangebot in Trebbin und der hieraus resultierenden niedrigen Zentralität (vgl. Pkt. 5.3.8) innerhalb der einzelnen Sortimente – mit Ausnahme von Getränken und Zoo-Artikeln – ab.

Demnach geht ein Teil des zu erwartenden Umsatzes der zu prüfenden Betriebe auch zu Lasten von Anbietern außerhalb des Einzugsgebietes; dies betrifft gerade die Branchen, die in Trebbin schwach ausgeprägt sind und Kunden die Nachfrage nach diesen Waren überwiegend in anderen Städten tätigen. Aus diesem Grund wird eine Einschätzung zu den Auswirkungen auf umliegende Orte in der Region vorgenommen.

Bei der Ermittlung der **Umsatzherkunft** der untersuchungsrelevanten Betriebe wird die Kaufkraftbindung (Zentralität) des Trebbiner Einzelhandels vor Ort berücksichtigt (vgl. Pkt. 5.3.8). In den Branchen mit einer hohen Kaufkraftbindung bzw. einem gut ausgebildeten Angebot (Getränke, Zoobedarf, Multisortiment) werden sich die Wettbewerbswirkungen maßgeblich gegenüber den lokalen Anbietern in Trebbin vollziehen; bei einem gering ausgeprägten Angebot resultiert die Umsatzherkunft überwiegend aus der Rückholung von abfließender Kaufkraft aus Trebbin (vgl. Tab. 12).

Tabelle 25: Umsatzherkunft der zu prüfenden Handelsbetriebe

	Plan- umsatz Mio. EUR	Umsatzumlenkung	
		innerhalb des Einzugsgebiets	außerhalb des Ein- zugsgebiets
		Mio. EUR	Mio. EUR
Getränkemarkt	1,02	0,99	0,03
Drogeriemarkt	3,09	0,90	2,19
Textilmärkte	1,21	0,12	1,09
Schuhmarkt	0,53	0,03	0,50
Zoomarkt	0,32	0,31	0,01
Multisortimentsmarkt	1,04	1,02	0,02

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Die Ermittlung der Umsatzumlenkungen erfolgt unter Anwendung eines Gravitationsmodells⁶¹, in welches die für den Untersuchungsraum relevanten Berechnungskennwerte einfließen. Die Eingangswerte sind dabei

- die bestehenden sortimentspezifischen Verkaufsflächen im Untersuchungsraum,
- die Raumleistung bzw. der erzielte Umsatz eines jeden Betriebes,
- die Betriebstypenzugehörigkeit der einzelnen Anbieter,
- die Raumdistanzen bzw. räumlichen Widerstände zwischen den relevanten Handelsbetrieben und dem Projektstandort,
- die Bewertung der Attraktivität und der Leistungsfähigkeit betroffener Handelsbetriebe und
- der Prognoseumsatz der geplanten Betriebe.

Das eingesetzte Gravitationsmodell⁶² liefert eine Berechnung der standortspezifischen Auswirkungen, welche dann in einem zweiten Schritt unter Berücksichtigung der **konkreten Standortgegebenheiten** der betroffenen Betriebe bewertet werden müssen. Auf Grundlage der absatzwirtschaftlichen Untersuchung erfolgt eine Einschätzung von möglichen städtebaulichen Auswirkungen auf die im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO schützenswerten zentralen Versorgungsbereiche und auf die verbrauchernahe Versorgung.

61 Das Gravitationsmodell liefert Wahrscheinlichkeitsaussagen über mögliche Kaufkraftumverteilungen, die durch das Vorhaben ausgelöst werden. Dabei sind die dargestellten Quellen der Umsatzherkunft („Aus welchem Gebiet kommen die künftigen Kunden her“ – vgl. Karte 6 i.V.m. Tab.14/16/18/20/22/24) mit den ausgelösten Umsatzumverteilungen („Wo haben die Kunden bislang eingekauft, welcher Handelsbetrieb bzw. welche Lage wird Umsatz verlieren“ – vgl. Tab. 26ff) nicht identisch.

62 Für die Prognose der von dem Projektvorhaben ausgehenden absatzwirtschaftlichen Wirkungen wurde ein Gravitationsmodell eingesetzt, das auf dem Modell von D.L. HUFF ("Defining and Estimating a Trading Area") basiert. Das HUFF-Modell ist ein ökonomisches Interaktions- und Prognosemodell zur Herleitung von Kaufkraftströmen bzw. des Einkaufsverhaltens der Konsumenten. Es werden beispielsweise die Attraktivität und die Leistungsfähigkeit der betroffenen Einkaufsstätten ebenso wie deren Standortqualität, die Intensität der Wettbewerbsbeziehung oder die Zeitdistanzen zwischen dem Projektstandort und betroffenen Betrieben berücksichtigt. Das Modell wurde auf Grundlage der lokalen Einzelhandels- und Umsatzstrukturen in dem betrachteten Untersuchungsgebiet kalibriert, um eine Prognose der Umsatzumverlagerungen bei einer Umsetzung der geplanten Ansiedlungsvorhaben vornehmen zu können.

Bei der Darstellung der Auswirkungen ist von der **gegebenen städtebaulichen Situation** auszugehen, die auch durch die beiden zu verlagernden Märkte von KIK und von Getränke Hoffmann geprägt ist. Die Nachbelegung der beiden Märkte durch einen anderen Betreiber ist prinzipiell baurechtlich möglich, da die ausgesprochene Baugenehmigung mit der avisierten Betreiberaufgabe bzw. Verlagerung nicht unwirksam wird; die Baugenehmigung bleibt durch den Vorgang unangetastet. Demnach sind die beiden Märkte mit ihrem Bestand bei der Analyse der Auswirkungen mit zu berücksichtigen.⁶³

⁶³ Die Ausweisung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen bei Getränken und bei Bekleidung stellt folglich einen Maximalwert dar, da die tatsächlichen Umsatzzumverlagerungen auf Grund der „Umsatzmitnahme“ von KIK und von Getränke Hoffmann geringer ausfallen werden.

6.3.2. Städtebauliche Auswirkungen im Einzugsgebiet

Auf Basis der prognostizierten Umsatzumlenkungen innerhalb des Einzugsgebietes (vgl. Tab. 25) errechnet sich mit Blick auf die jeweiligen Bestandsumsätze die **durchschnittliche Umsatzumlenkungsquote** für die betroffenen Handelslagen. Insbesondere variiert auf Grund

- der Entfernung betroffener Betriebe zu dem Projektstandort,
- der Betriebstypenzugehörigkeit und
- der unterschiedlichen Leistungsfähigkeit der jeweils betroffenen Betriebe

lagespezifisch die prozentuale Umsatzumlenkung der einzelnen Betriebe im Einzugsgebiet. Durch die Sortimentszusammensetzung bzw. die Positionierung der zu prüfenden Fachmärkte werden absatzwirtschaftlich in erster Linie jene Betriebe tangiert, die ein **vergleichbares Betreiberkonzept** führen. Somit werden vorwiegend fachmarktorientierte Vertriebsformen betroffen sein, die als sog. Systemwettbewerber einzustufen sind. Andere Anbieter – beispielsweise Fachgeschäfte oder kleinformatische Betriebe – werden i.d.R. deutlich geringere Auswirkungen zu verkraften haben.

6.3.3. Getränkemarkt

Die folgende Tabelle 26 beschreibt die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des angefragten Getränkemarktes in den drei betroffenen Lagebereichen des Einzugsgebietes (vgl. Tab. 5).

Tabelle 26: Prognostizierte Umsatzumlenkungen eines Getränkemarktes im Einzugsgebiet

	Bestandsumsatz		Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR		Mio. EUR	%
B-Zentrum Am Mühlengraben (zVB)	12,49		0,71	5,7
Streulagen Kernstadt	8,26		0,26	3,1
dezentrale Ortsteile	0,65		0,02	n.n.
Gesamt	21,40		0,99	4,6

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen / n.n. = nicht nachweisbar, Umsatzumlenkungen unter 0,10 Mio. EUR

Auswirkungen auf das A-Zentrum Innenstadt

In der Trebbiner Innenstadt ist kein Lebensmittelanbieter bzw. kein Anbieter mit Getränken ansässig, der eine Konkurrenz zu dem angefragten Getränkemarkt darstellen könnte. Demnach sind Auswirkungen auf diesen schützenswerten Bereich naturgemäß auszuschließen.

Auswirkungen auf das B-Zentrum Am Mühlengraben

In dem zentralen Versorgungsbereich Am Mühlengraben werden REWE, Lidl und Getränke Hoffmann von der Ansiedlung des angefragten Getränkemarktes absatzwirtschaftlich tangiert. Die Umsatzverluste von REWE (rd. 5 %) und von Lidl (rd. 4 %) werden niedrig liegen und sind für beide Betriebe als verkraftbar zu bewerten. Ein Rückzug dieser Filialisten ist auszuschließen, zumal in beiden Märkten jeweils nur ein Teilsortiment betroffen wird.

Der Umsatzverlust von Getränke Hoffmann ist auf etwa 20 % zu schätzen. Die hohen Umsatzumverlagerungen sind auf die Angebotsgleichheit beider Märkte zurückzuführen, die in einen direkten Wettbewerb treten werden; folglich wäre ein Rückzug von Getränke Hoffmann nicht auszuschließen. Innerhalb dieses zentralen Versorgungsbereiches wäre jedoch keine Absiedlung dieses Sortiments zu erwarten, da der zu prüfende

Getränkemarkt weiterhin die Versorgungsfunktion in diesem Segment aufrechterhalten würde. Demnach ist kein Funktionsverlust zu erwarten.

Unter Berücksichtigung der Tatsache, dass es sich um eine Verlagerung des bestehenden Hoffmann-Getränkemarktes handelt, ist mit deutlich geringeren Auswirkungen zu rechnen. Tatsächlich würde lediglich die Mehrverkaufsfläche des Getränkemarktes wettbewerbswirksam werden, so dass die Auswirkungen für die restlichen Marktteilnehmer geringer – als in Tabelle 26 ausgewiesen – ausfallen werden.

Auswirkungen auf Streulagen

In den kernstädtischen Streulagen sind mit Netto und Norma zwei Lebensmittelmärkte aktiv, die ebenfalls Getränke anbieten. Nach dem Hinzutreten des neu geplanten Getränkemarktes sind die durchschnittlichen Umsatzverluste auf rd. 3 % zu beziffern; ein Rückzug der beiden benannten Discounter ist auszuschließen. Die trifft auch auf die Tankstelle Total zu, die Getränke im Randsortiment mit führt. Folglich gehen von dem Projektvorhaben keine negativen Auswirkungen in Streulagen innerhalb der Trebbiner Kernstadt aus.

Auswirkungen auf dezentrale Ortsteile

In den peripheren Ortsteilen sind lediglich drei kleinformatische Anbieter ansässig, die Getränke im Randsortiment mit führen. Mit Blick auf die summierte Umsatzabgabe von ca. 0,02 Mio. EUR (vgl. Tab. 26) zeigt sich für diese Betriebe ein äußerst geringer Umsatzumlenkungsbetrag; dieser liegt mit einem hohen Sicherheitsabstand unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze⁶⁴ von 0,10 Mio. EUR, erst ab diesem Schwellenwert zeigen sich tatsächlich messbare Umsatzumverlagerungen. Eine Schließung der benannten Betriebe infolge der Ansiedlung eines Getränkemarktes an dem Projektstandort ist auszuschließen.

Fazit: Mit der Inbetriebnahme eines zweiten Getränkemarktes in Trebbin sind lediglich für den Bestandsmarkt von Getränke Hoffmann hohe Umsatzverluste zu sehen, für die restlichen Anbieter von Getränken zeigen sich verkraftbare Umsatzumlenkungen. Die Ansiedlung des zu prüfenden Getränkemarktes wird demnach nicht zu schädlichen versorgungsstrukturellen Auswirkungen führen.

⁶⁴ Umsatzumlenkungseffekte von unter 0,10 Mio. EUR sind auf einzelne Betriebe mit den Mitteln der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachweisbar bzw. lassen sich mit einer modellbasierenden Wahrscheinlichkeitsrechnung nicht mehr hinreichend genau ermitteln. Unterhalb dieses Wertes sind i.d.R. keine städtebaulich negativen Auswirkungen zu erwarten. vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10 A 1676/08] vom 30.09.2009.

6.3.4. Drogeriemarkt

Nach der Ansiedlung eines Drogeriemarktes werden die Anbieter von Drogeriewaren und auch den Randsortimenten eines Drogeriemarktes⁶⁵ einen summierten Umsatzverlust von rd. 0,9 Mio. EUR (vgl. Tab. 25) hinnehmen müssen. Auf Basis des Bestandsumsatzes der betroffenen Lebensmittelmärkte in Trebbin – den einzigen Anbietern von Drogeriewaren – ist mit einem durchschnittlichen Umsatzverlust von etwa 5 % zu rechnen.

Tabelle 27: Prognostizierte Umsatzzumlenkungen eines Drogeriemarktes im Einzugsgebiet

	Bestandsumsatz	Umsatzzumlenkung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%
B-Zentrum Am Mühlengraben (zVB)	11,74	0,58	4,9
Streulagen Kernstadt	8,01	0,32	4,0
Gesamt	19,75	0,90	4,6

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Auswirkungen auf das A-Zentrum Innenstadt

In der Innenstadt von Trebbin sind das Drogeriewarensortiment ebenso wie die Randsortimente eines Drogeriemarktes (v.a. Tiernahrung oder spezielle Lebensmittel) überhaupt nicht vertreten; die Wettbewerbsadressaten eines Drogeriemarktes – die Trebbiner Lebensmittelmärkte – sind außerhalb dieses Bereiches verortet. Für den Innenstadtbereich sind nach dem Hinzutreten eines Drogeriemarktes keinerlei Auswirkungen zu erwarten.

Auswirkungen auf das B-Zentrum Am Mühlengraben

Für das B-Zentrum Am Mühlengraben werden sich für die beiden hier befindlichen Lebensmittelmärkte von REWE und von Lidl Umsatzverluste von maximal rd. 5 % ergeben. Diese Umsatzabgabe kann nicht zu einer Schließung der beiden Lebensmittelmärkte führen, zumal in den Märkten maßgeblich eine Randsortimentsabteilung tangiert wird. Die geringen Umsatzverluste – auch für das Lebensmittelsortiment – sind als hinnehmbar zu einstufen.

Ferner ist auf die avisierten Erweiterungsvorhaben beider Filialisten⁶⁶ zu verweisen. Die Betriebe können sich im Rahmen ihrer jeweils angedachten Standortverlagerung und auch Flächenerweiterung optimal positionieren und werden sich modern und zukunftssicher aufstellen. Demnach werden die zu erwartenden Umsatzverluste auf Grund der Höhe – diese rangiert deutlich unter dem Abwägungsschwellenwert der Unverträglichkeit von rd. 10 % (vgl. Tab. 13) – nicht zu einem Rückzug beider Betriebe aus Trebbin führen.

Grundsätzlich wird mit der Ansiedlung eines Drogeriemarktes eine Aufwertung dieses zentralen Versorgungsbereiches einhergehen, da ein entsprechender Markt als einziger kompetenter Anbieter von Drogeriewaren ein Alleinstellungsmerkmal für Trebbin haben wird. Von einer möglichen Standortaufwertung können auch die beiden angesprochenen Lebensmittelmärkte profitieren.

Auswirkungen auf Streulagen

In Streulagen der Kernstadt sind Netto und Norma etabliert, beide Discounter bieten im Randsortiment Drogeriewaren und Tiernahrung an. Eine wesentliche Beeinträchtigung dieser Märkte ist auszuschließen, da sich die Umsatzzumlenkung mit etwa 4 % im Rahmen einer üblichen unterjährigen Umsatzschwankung be-

⁶⁵ Einerseits werden die bestehenden Lebensmittelmärkte durch das neu hinzutretende Drogerieangebot tangiert, andererseits führen Drogeriemärkte auch Lebensmittel (v.a. Süßwaren, Getränke, Weine, Bio-Lebensmittel) und Tiernahrung. Die Umsätze in diesen Warengruppen gehen auch zu Lasten der lokalen Lebensmittelmärkte.

⁶⁶ vgl. Stadt Trebbin, Bebauungsplan „LIDL-Markt Trebbin, Am Kulturhausweg“ / Stadt Trebbin, Bebauungsplan „Versorgungszentrum Trebbin“.

wegt. Nach der Ansiedlung eines Drogeriemarktes ist daher keine Schließung der beiden Discounterfilialen zu erwarten.

Fazit: Mit der Ansiedlung eines Drogeriemarktes sind für die Anbieter von Drogeriewaren – dies sind die vier Lebensmittelmärkte in Trebbin – keine schädlichen Umsatzverluste zu sehen. Die Inbetriebnahme eines entsprechenden Marktes würde – im Gegenteil – zu einer Attraktivierung des lokalen Angebots und einer verstärkten Kaufkraftbindung vor Ort führen, wovon auch der lokale Bestands-handel partizipieren kann.

6.3.5. Textilmärkte

Im vorliegenden Fall wurde die Ansiedlung von zwei Textilfachmärkten mit einer Gesamtverkaufsfläche von maximal 800 m² geprüft. Der Großteil des Umsatzes von zwei solchen Märkten würde aus der Kunden- und auch Umsatzrückholung stammen, da die lokalen Verbraucher den größten Teil der örtlichen Nachfrage außerhalb von Trebbin tätigen; hierauf verweist die Zentralität von lediglich rd. 26 % (vgl. Tab. 12). Die Umsatzverluste für die wenigen Anbieter in Trebbin sind auf ca. 0,1 Mio. EUR zu schätzen.

Tabelle 28: Prognostizierte Umsatzumlenkungen von Textilmärkten im Einzugsgebiet

	Bestandsumsatz	Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%
A-Zentrum Innenstadt (zVB)	0,55	0,02	n.n.
B-Zentrum Am Mühlengraben (zVB)	0,74	0,10	13,5
Gesamt	1,29	0,12	9,3

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen / n.n. = nicht nachweisbar, Umsatzumlenkungen unter 0,10 Mio. EUR

Auswirkungen auf das A-Zentrum Innenstadt

In der Textilbranche sind in Trebbin aktuell vier Anbieter aktiv. In der Innenstadt sind hiervon drei Betriebe ansässig; es handelt sich um ein modisches Textilfachgeschäft, einen Jagdausstatter und einen Second-Hand-Shop.

Die geringen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen (vgl. Tab. 28) für die drei Innenstadtanbieter ergeben sich aus dem Fakt, dass von einem Textilmarkt weniger spezialisierte Fachgeschäfte betroffen sein werden, da sich deren Angebot deutlich von dem Großflächenkonzept eines fachmarkttypischen Anbieters⁶⁷ unterscheidet. Mit Blick auf die Positionierung der benannten innerstädtischen Geschäfte zeigt sich keine konzeptionelle Übereinstimmung mit den beiden prüfungsrelevanten Fachmärkten.

Auf Grund der Sortimentsausrichtung von Textilfachmärkten werden absatzwirtschaftlich in erster Linie die Betriebe tangiert, die adäquate Sortimente mit einem vergleichbaren Betreiberkonzept und einem ähnlichen Preisniveau führen. Somit werden vorwiegend Textilanbieter betroffen, die als sog. Systemwettbewerber einzustufen sind. Diese sind jedoch in der Innenstadt von Trebbin nicht vorhanden.

Bezüglich der äußerst geringen Umsatzverluste des innerstädtischen Textilhandels, die im Rahmen einer saisonalen Umsatzschwankung liegen, ist nicht mit einem vorhabenausgelösten Rückzug von bestehenden Modeanbietern in der Innenstadt zu rechnen. Zudem liegen die ausgewiesenen Umsatzverluste deutlich unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze von 0,1 Mio. EUR; nachweisbare monetäre Effekte zeigen sich auf die einzelnen Betriebe nicht.

Auswirkungen auf das B-Zentrum Am Mühlengraben

In dem zentralen Versorgungsbereich Am Mühlengraben ist mit dem KIK-Markt ein angebotsgleicher Textilfachmarkt ansässig. Die prognostizierten Umsatzumlenkungen werden bei etwa 13 % liegen, so dass mit einem erhöhten Umsatzrückgang dieses Betriebes zu rechnen ist. Eine Absiedlung ist jedoch nicht zu erwarten, was insbesondere auf das hohe offene Nachfragepotenzial nach Bekleidung in Trebbin zurückzuführen ist.

⁶⁷ Textilfachmärkte sind großformatige Einzelhandelsbetriebe mit einem breiten und tiefen Bekleidungsassortiment, das ggf. durch Randsortimente arrondiert wird. Die Waren werden i.d.R. in Vorwahl und/oder in Selbstbedienung preisaktiv angeboten; es werden ausschließlich No-Name-Waren in einem discountorientiertem Segment geführt, die Betriebe verfügen nur über eine einfache und funktionale Warenpräsentation. Textilfachmärkte decken i.d.R. ein Preisniveau im unteren Genre ab und zeichnen sich durch eine hohe Werbeintensität, d.h. eine aktive Sonderangebots- und Verkaufspolitik aus. Die Marktzutrittsgröße liegt i.d.R. bei minimal 300 m². In der Innenstadt von Trebbin ist kein derartiger Anbieter vertreten.

Aktuell können die Anbieter vor Ort die lokale Nachfrage nach Bekleidung bei Weitem nicht abdecken; die Kaufkraftbindung liegt bei lediglich rd. 26 % (vgl. Tab. 12). Demnach steht für alle örtlichen Anbieter ein hohes Nachfragepotenzial zur Verfügung, das – auch nach dem Hinzutreten der zu prüfenden Textilverkaufsfläche – bei Weitem nicht vollständig vor Ort gebunden werden. Folglich besteht für alle Textilanbieter eine solide Nachfragebasis mit sehr guten Umsatzchancen, so dass sowohl der bestehende Textilfachmarkt als auch die beiden zu prüfenden Fachmärkte vor Ort langfristig rentabel betrieben werden können.

Bei einer möglichen Ansiedlung von Textilanbietern können diese Betriebe mit dem KIK-Markt gewisse Synergien auslösen. Insbesondere würde der Standort für lokale Kunden mehr Kompetenz und eine höhere Auswahlvielfalt abbilden, so dass alle Textilanbieter von diesen Kopplungseffekten profitieren würden. Die Betriebe würden zudem auf Grund der Lage in einem Standortverbund über chancengleiche Wettbewerbsbedingungen verfügen; der Wettbewerb würde sich „auf Augenhöhe“ vollziehen. Insbesondere würde KIK „wettbewerbslich“ antworten und sich gewisse Kunden- und auch Umsatzanteile zurückholen.

Grundsätzlich ist zu konstatieren, dass selbst bei einer – nicht zu erwartenden – Absiedlung des KIK-Marktes auch weiterhin die Versorgungsfunktion dieses B-Zentrums aufrechterhalten wird. Die Versorgung wäre auch weiterhin durch die beiden zu prüfenden Textilmärkte sichergestellt.

Mit Blick auf die geplante Umstrukturierung des gesamten Standortbereiches ist eine Verlagerung des KIK-Marktes angedacht. Da folglich der Großteil der zu prüfenden Verkaufsfläche am Markt⁶⁸ bereits aktiv ist, werden sich die tatsächlichen Auswirkungen deutlich minimieren.

Fazit: Auf Grund des hohen abfließenden Nachfragepotenzials bestehen für alle örtlichen Bekleidungsanbieter sehr gute Umsatzchancen; auch nach einer Erhöhung der Textilverkaufsfläche sind negative Auswirkungen auf bestehende Betriebe auszuschließen. Ferner zeigen die Innenstadtbetriebe eine andersartige Positionierung (Fachmarkt vs. Fachgeschäft) auf, so dass keine messbaren Auswirkungen für diese Anbieter und folglich keine Schädigung des Innenstadtbereiches zu erwarten sind.

68 KIK betreibt derzeit eine Verkaufsfläche von ca. 490 m², so dass tatsächlich bei der Verlagerung des Marktes lediglich das Delta zu der geplanten Verkaufsfläche (800 m²) von rd. 310 m² wettbewerbswirksam würde.

6.3.6. Schuhmarkt

In Trebbin ist ein Schuhanbieter vorhanden; das Fachgeschäft ist in der Innenstadt in der Berliner Straße ansässig. Nach der Ansiedlung eines Fachmarktes sind für diesen Betrieb Umsatzverluste von deutlich unter 0,1 Mio. EUR zu erwarten.

Tabelle 29: Prognostizierte Umsatzumlenkungen eines Schuhmarktes im Einzugsgebiet

	Bestandsumsatz	Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%
A-Zentrum Innenstadt (zVB)	0,22	0,03	n.n.

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen / n.n. = nicht nachweisbar, Umsatzumlenkungen unter 0,10 Mio. EUR

Prinzipiell fallen die zu erwartenden (absoluten) Umsatzverluste gering aus, da der Großteil der Erlöse des Schuhmarktes aus der Umsatzrückholung von derzeit abfließender Kundschaft resultiert; darauf weist die geringe Kaufkraftbindungsquote von lediglich rd. 25 % (vgl. Tab. 12) hin.

Bei dem betroffenen Betrieb handelt es sich um ein flächenseitig kleineres und inhabergeführtes Fachgeschäft, dieses ist im mittelpreisigen Segment aktiv. Grundsätzlich sind die Standortvoraussetzungen in Trebbin für einen solchen Betreiber tendenziell als ungünstig einzustufen:

- Die sortimentspezifische Kaufkraft für dieses Sortiment liegt in Trebbin bei 87,6 % (vgl. Tab. 4) und somit deutlich unter dem Bundesdurchschnitt (100,0 %). Dementsprechend geben die Konsumenten in Trebbin weniger Geld innerhalb dieses Sortimentsbereiches aus.
- In Nachbarschaft zu dem Betrieb befinden sich keine weiteren Modeanbieter (z.B. Anbieter mit Bekleidung, Lederwaren, Sportartikeln) oder andere Betriebe mit konsumigen Sortimenten. Der Betrieb kann nur auf eingeschränkte Kopplungs- und Synergieeffekte zu den anderen Innenstadtanbietern zurückgreifen.
- Die Verkaufsfläche von rd. 50 m² deutet auf eine eingeschränkte Auswahlvielfalt hin. Ein vollumfängliches Angebot für alle Kundengruppen kann nicht gezeigt werden, der Betrieb kann nur eine anteilige Kundenabdeckung erreichen und folglich auf ein limitiertes Verbraucherpotenzial zurückgreifen.
- Das gesamte absolute Nachfragevolumen fällt mit knapp 0,9 Mio. EUR (vgl. Tab. 4) gering aus und lässt nur geringe Umsatzchancen für potenzielle Anbieter vor Ort zu.

Auf Grund der vorstehenden Fakten wäre bei Ansiedlung eines Schuhfachmarktes trotz des geringen absoluten Umsatzverlustes u.U. ein Rückzug des bestehenden Schuhfachgeschäftes in der Trebbiner Innenstadt nicht auszuschließen. Folglich wäre mit einer Schädigung innerhalb dieses zentralen Versorgungsbereiches zu rechnen.

Bei der Umsatzprognose (vgl. Pkt. 6.2.4) hat sich bereits gezeigt, dass das Nachfragevolumen nach Schuhen/Lederwaren mit rd. 0,9 Mio. EUR gering ausfällt und der nachhaltig rentable Betrieb eines entsprechenden Schuhfachmarktes in Trebbin fraglich ist. Folglich sollte – auch mit Blick auf die Auswirkungen auf den Innenstadthandel – auf die Ansiedlung eines entsprechenden Fachmarktes in der beschriebenen Größe verzichtet werden.

Fazit: Die Ansiedlung eines Schuhfachmarktes ist wirtschaftlich nicht tragfähig, zudem sind negative Auswirkungen auf den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich nicht auszuschließen. Die Ansiedlung eines entsprechenden Marktes ist aus gutachterlicher Sicht nicht zu empfehlen.

6.3.7. Zoomarkt

Die Anbieter von Tiernahrung und Zooartikeln in Trebbin werden in Summe einen Umsatzverlust von durchschnittlich rd. 1 % zu verkraften haben. Dieser Wert der Umsatzumverlagerung liegt mit einem deutlichen Sicherheitspuffer unter dem Abwägungsschwellenwert der Unverträglichkeit von rd. 10 % (vgl. Tab. 13), so dass nur von einer geringfügigen Intensivierung des Wettbewerbs in diesem Segment auszugehen ist.

Tabelle 30: Prognostizierte Umsatzumlenkungen eines Zoomarktes im Einzugsgebiet

	Bestandsumsatz	Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%
A-Zentrum Innenstadt (zVB)	0,27	0,02	n.n.
B-Zentrum Am Mühlengraben (zVB)	13,02	0,10	0,8
Streulagen Kernstadt	8,91	0,19	2,1
Gesamt	22,20	0,31	1,4

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen / n.n. = nicht nachweisbar, Umsatzumlenkungen unter 0,10 Mio. EUR

Auswirkungen auf das A-Zentrum Innenstadt

In der Bahnhofstraße ist ein Futtermittelhandel aktiv; der Betrieb fokussiert auf Futtermittel⁶⁹ für Nutztiere, so dass dieser Anbieter mit einem Zoofachmarkt – vorwiegend auf Heimtiernahrung ausgerichtet – nicht im direkten Wettbewerb steht. Ferner besitzt der angesprochene Futtermittelhandel ein Alleinstellungsmerkmal, da dieser auch eine Eigenproduktion für Nutztierfutter betreibt und sich deutlich von dem standardisierten Sortimentsprogramm eines Zoomarktes abhebt. Ein Rückzug dieses Betriebes infolge der Ansiedlung eines Zoofachmarktes ist auszuschließen.

Auswirkungen auf das B-Zentrum Am Mühlengraben

In dem B-Zentrum werden sich für die Lebensmittelmärkte und den Multisortimentsmarkt jeweils keine einzelbetrieblich messbaren Umsatzverluste ergeben; der ausgewiesene Umverteilungsbetrag (0,1 Mio. EUR) verteilt sich auf drei Anbieter und liegt folglich einzelbetrieblich unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze.

Die Warengruppe Heimtiernahrung wird bei REWE und bei Lidl im Randsortiment geführt und nimmt nur einen sehr geringen Umsatzanteil ein. Dies trifft auch auf ausgewählte Pflegeprodukte und auf Kleintierspielwaren zu, die bei Tedi auf einer Kleinfläche angeboten werden. Folglich werden die ausgewiesenen Umsatzumverteilungen bei unter 1 % des jeweiligen Marktes liegen und einzelbetrieblich nicht spürbar sein.

Auswirkungen auf Streulagen

Für die beiden Lebensmitteldiscounter Netto und Norma ergeben sich nur geringe Umsatzrückgänge, die sich auf den Bereich Heimtiernahrung in den beiden Märkten beziehen. Im südöstlichen Kernstadtgebiet ist mit Ihr Landmarkt ein weiterer Anbieter aktiv, der u.a. auch Zoobedarf und Futtermittel mit verkauft. Auf Grund der limitierten Verkaufsfläche in diesem Segment und der tendenziell geringen Erlösen sind auch für diesen Betrieb keine Auswirkungen zu erwarten, die auf eine Schädigung deuten.

Fazit: Nach der Inbetriebnahme eines Zoomarktes sind speziell auf Grund der niedrigen Erlöse keine schädlichen Auswirkungen auf den Bestandhandel in Trebbin zu erwarten. Die Umsatzprognose für einen entsprechenden Betrieb (vgl. Pkt. 6.2.5) deutet auf sehr geringe Erlöse hin. Auf Grund des limitierten Nachfragevolumens und der sich daraus ergebenden geringen Umsätze erscheint die Ansiedlung eines speziellen Fachmarktes wirtschaftlich unrentabel.

69 Der Betrieb führt u.a. Pferde-, Hühner-, Kaninchen- und Taubenfutter. Das Angebot ist mit den Produkten eines Zoofachmarktes – der eine Fokussierung auf Heimtiernahrung besitzt – nicht vollumfänglich identisch.

6.3.8. Multisortimentsmarkt

Nach der Ansiedlung eines Multisortimentsmarktes mit rd. 800 m² Verkaufsfläche sind die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf den lokalen Handel in Trebbin auf etwa 1,0 Mio. EUR (vgl. Tab. 25) zu beziffern. Auf Grund des Handelsbesatzes innerhalb der einzelnen Versorgungslagen ergeben sich folgende **lagespezifischen Auswirkungen** auf den Bestandshandel.

Tabelle 31: Prognostizierte Umsatzumlenkungen eines Multisortimentsmarktes nach Lagebereichen

	Bestandsumsatz		Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR		Mio. EUR	%
A-Zentrum Innenstadt (zVB)	0,62		0,03	n.n.
B-Zentrum Am Mühlengraben (zVB)	14,51		0,66	4,5
Streulagen Kernstadt	9,89		0,33	3,3
Gesamt	25,02		1,02	4,1

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen / n.n. = nicht nachweisbar, Umsatzumlenkungen unter 0,10 Mio. EUR

Die Auswirkungen innerhalb der bestehenden Handelslagen zeigen sich moderat und liegen mit einem Sicherheitsabstand unterhalb des sog. Abwägungsschwellenwertes der Unverträglichkeit (rd. 10 %). Dies ist ausdrücklich für den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich von Bedeutung, so dass eine Schädigung der Handelsstrukturen im Zentrum von Trebbin auszuschließen ist.

Die vorstehende Tabelle 31 weist die aggregierten Umsatzverluste nach Lagen aus. Da die Umsatzabgaben nach einzelnen Standortkategorien zusammengefasst sind, wären ggf. schädliche Auswirkungen in einzelnen Branchen möglich. Nachfolgend werden deshalb die Umsatzverluste sortimentsbezogen dargestellt, so dass die **branchenspezifischen Auswirkungen** überblickt werden können. Im Zusammenhang mit der Ausweisung der lagespezifischen Umsatzumverlagerungen kann in Folge eine zusammenfassende Bewertung der zu erwartenden Auswirkungen erfolgen.

Tabelle 32: Prognostizierte Umsatzumlenkungen eines Multisortimentsmarktes nach Branchen

	Bestandsumsatz		Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR		Mio. EUR	%
Haushaltwaren/Hausrat/Glaswaren/Geschenkartikel ⁷⁰	2,54		0,48	18,9
Lebensmittel	20,51		0,47	2,3
Bekleidung	0,74		0,02	n.n.
Elektrowaren	0,33		0,01	n.n.
Bau-/Gartenmarktartikel/Werkzeuge/Raumausstattung	0,90		0,04	n.n.
Gesamt	25,02		1,02	4,1

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen / n.n. = nicht nachweisbar, Umsatzumlenkungen unter 0,10 Mio. EUR

Für die Betriebe der Branche Haushaltwaren/ Hausrat/ Glaswaren/ Geschenkartikel – dieser Branche sind die beiden Multisortimentsmärkte Tedi und Groschenmarkt zuzuordnen – sind erhöhte Umsatzverluste von ca. 19 % zu erwarten. Da in diesem Segment ein weiterer Anbieter hinzutreten würde, sind hohe Erlösrück-

⁷⁰ Die beiden Multisortimentsmärkte in Trebbin wurden dieser Branche zugeordnet, da – trotz des fehlenden Sortimentsschwerpunktes dieser Anbieter – ein wesentlicher Teil des Angebots diesem Sortiment zuzurechnen ist.

gänge für den naheliegenden Tedi-Markt und insbesondere den im südwestlichen Stadtgebiet befindlichen Groschenmarkt zu sehen.

Trotz der Überschreitung der sog. „10 %-Marke“ (vgl. Tab. 13) ist ein Rückzug der benannten Märkte und maßgeblichen Wettbewerbsadressaten nicht zwingend zu erwarten. Einerseits können sich diese Anbieter in Bezug auf ihr Warenspektrum – das sich zudem unterjährig permanent verändert – an die veränderte Konkurrenzsituation anpassen. Andererseits zeigt sich mit Blick auf die jeweiligen Handelsimmobilien – beide Filialisten nutzen jeweils einen Markt als „Zweitmieter“ nach – eine geringe Kostenbelastung speziell bei der Miete; zudem arbeiten solche Anbieter generell sehr kostenbewusst. Dies trifft sowohl für den Tedi- als auch auf den Groschenmarkt zu, so dass die beiden Filialisten auch bei einem erhöhten Wettbewerb weiterhin am Markt agieren können. Grundsätzlich ist jedoch mit einer deutlichen Wettbewerbsverschärfung zu rechnen.

Bei einem Rückzug des Tedi-Marktes würden sich an dem Standort keine versorgungsstrukturellen Veränderungen ergeben, da der angefragte Multisortimentsmarkt die Versorgung innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches weiterhin sicherstellen würde. Die Absiedlung des Groschenmarktes wäre als hinnehmbar zu bewerten, da sich der Betrieb außerhalb eines schützenswerten zentralen Bereiches befindet.

Für die größeren Lebensmittelmärkte in Trebbin sind Umsatzverluste von rd. 2 % zu prognostizieren. Für die Discounter Aldi, Lidl und Norma – mit einem jeweils vergleichbar hohen Anteil an sog. Aktionswaren – sind leicht erhöhte Umsatzverluste zu sehen, die Anbieter REWE und Netto sind dagegen weniger betroffen. Auf Basis dieser Umsatzumlenkungsquoten sind jedoch negative Auswirkungen sowohl auf die Lebensmittelanbieter in den zentralen Versorgungsbereichen als auch in sonstigen Lagen in Trebbin auszuschließen.

In den restlichen Branchen (Bekleidung, Elektrowaren, Bau-/ Gartenmarktartikel/ Werkzeuge/ Raumausstattung) werden nur marginale Umsatzrückgänge (vgl. Tab. 32) ausgewiesen, die mit einem deutlichen Sicherheitspuffer unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze von 0,10 Mio. EUR liegen. Daher sind unter Zugrundelegung der prognostischen Marktanalyse keine einzelbetrieblichen monetären Auswirkungen nachweisbar; die Umsatzumlenkungen sind ohne städtebauliche Relevanz.

Fazit: Nach dem Markteintritt eines Multisortimentsmarktes sind insbesondere für die Innenstadtbetriebe keinerlei negative Auswirkungen zu erwarten; die Wettbewerbsadressanten liegen außerhalb des Trebbiner Zentrums. Maßgeblich betroffen sind beiden konzeptgleichen Filialen von Tedi und von Groschenmarkt; eine Absiedlung ist prinzipiell nicht auszuschließen, auf Grund der Positionierung der Betriebe erscheint ein Rückzug jedoch unwahrscheinlich.

6.3.9. Städtebauliche Auswirkungen außerhalb des Einzugsgebiets

Eine relevante Wirkung der zu prüfenden Ansiedlungsvorhaben auf Bereiche außerhalb des zonierte Einzugsgebietes wäre zu erwarten, wenn mit der Realisierung der Vorhaben die bestehenden Angebotsstrukturen in umliegenden Orten auf Grund von Wettbewerbswirkungen gravierenden Beeinträchtigungen ausgesetzt wären und somit die Grundversorgung der Bevölkerung oder die Funktion von zentralen Versorgungsbereichen gefährdet wäre.

Grundsätzlich erstreckt sich das Marktgebiet des Trebbiner Einzelhandels maßgeblich über die Stadt selbst und bezieht im Fall des Planvorhabens lediglich zwei kleine Gemeinden im direkten Umfeld der Stadt mit ein. Eine **überörtliche Ausstrahlung bzw. eine Ausweitung des Marktbereiches** ist auf Grund

- des limitierten Einzelhandelsangebots in Trebbin (rd. 0,9 m² VK je Einwohner, vgl. Tab. 2) und der fehlenden stadtübergreifenden Strahlkraft des lokalen Handels und vor allem
- des leistungsstarken Einzelhandelsangebots in umliegenden Orten der Region (vgl. Karte 5)

unrealistisch. Dies sagt auch das Einzelhandelskonzept der Stadt Trebbin aus, hier wird als Einzugsgebiet des örtlichen Handels das Trebbiner Stadtgebiet gesehen.⁷¹ Folglich sind überörtliche Kaufkraftzuflüsse und eine Beeinträchtigung von Handelsbetrieben in umliegenden – speziell in zentralen Orten – auszuschließen.

Derzeit decken lokale Verbraucher aus Trebbin auch außerhalb ihrer Stadt die Nachfrage nach Einzelhandelsgütern. Während beispielsweise im Segment Lebensmittel oder bei Zooartikeln/Tiernahrung ein ausreichendes Angebot besteht, fällt die Kundenbindung bei modischen Sortimenten (Bekleidung, Schuhe) oder bei Drogeriewaren sehr gering aus (vgl. Pkt. 5.3.8). Folglich bestehen verschiedene **Kundenverflechtungen** zu Handelsstandorten im regionalen Umfeld von Trebbin, wobei hauptsächlich Kunden aus den Randbereichen des Einzugsgebiets bzw. den dezentralen Ortsteilen in umliegenden Städten ihrer Nachfrage bedienen. Die abfließende Kaufkraft aus dem Einzugsgebiet ist im Modesegment (Bekleidung, Schuhe) aktuell auf ca. 3,7 Mio. EUR und im Segment Drogeriewaren auf rd. 2,3 Mio. EUR (vgl. Tab. 12) zu quantifizieren; im Bereich Getränke und bei Zooartikeln zeigt sich dagegen eine höhere Kaufkraftbindung. Durch die angefragte Projektentwicklung kann keine vollständige Kaufkraftbindung vor Ort in Trebbin (mit Ausnahme bei Zoowaren) erfolgen; es werden weiterhin Kundenabflüsse zu umliegenden Handelsstandorten bestehen bleiben. Die folgende Tabelle 33 stellt die aktuelle Kaufkraftbindung und die **prospektive Bindung der lokalen Nachfrage** vor Ort nach Umsetzung des jeweiligen Ansiedlungsvorhabens dar.

Tabelle 33: Kaufkraftbindungsquote (IST/PLAN) der projektrelevanten Sortimente im Einzugsgebiet

	Marktpotenzial	sortiments-spezifische Umsätze IST	Zentralität IST	sortiments-spezifische Umsätze PLAN ⁷²	Zentralität PLAN
	Mio. EUR	Mio. EUR	%	Mio. EUR	Mio. EUR
Getränke	5,32	5,03	95	5,06	95
Drogeriewaren	3,44	1,13	33	3,32	97
Bekleidung	4,10	1,07	26	2,16	53
Schuhe/Lederwaren	0,87	0,22	25	0,72	83
Zooartikel/Tiernahrung	0,56	0,68	121	0,70	125

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

71 „Das Einzugsgebiet von Trebbin umfasst im Wesentlichen das eigene Stadtgebiet“. vgl. Einzelhandelskonzept mit Fokus auf die Nahversorgung für die Stadt Trebbin 10/2021, Seite 37.

72 Die prospektiven Umsätze errechnen sich aus den IST-Umsätzen (vgl. Tab. 12) zuzüglich der Kaufkraftrückholung (vgl. Tab. 25). Beispielsweise liegen die IST-Umsätze bei Bekleidung bei 1,07 Mio. EUR, zuzüglich der Kaufkraftrückholung (1,09 Mio. EUR) ergibt sich ein zukünftiger Umsatz mit Bekleidung in Trebbin von 2,16 Mio. EUR.

Mit Blick auf die prospektive Kaufkraftbindung zeigt sich in allen Branchen – mit Ausnahme bei Zoowaren – eine Kaufkraftbindungsquote von unter 100 %. Demnach reicht zur wirtschaftlichen Auslastung der bestehenden Handelsflächen und auch der angefragten Fachmärkte das Einwohner- bzw. Nachfragepotenzial in dem Einzugsgebiet aus; es sind **keine Kundenzuflüsse von außerhalb des Einzugsgebietes** notwendig. Dies ist auch unter dem Aspekt zu sehen, dass bei den einzelnen Fachmarkt Konzepten jeweils eine Maximalfläche angesetzt wurde, die im Realisierungsfall geringer ausfallen wird.

In der Zoobranche werden – wie auch derzeit bereits – geringe Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Einzugsgebiets ausgelöst. Diese sind durch die beiden bestehenden Anbieter Ihr Landmarkt und Futtermittel Maaß bedingt, die als Spezialanbieter ein stadtübergreifendes Einzugsgebiet erschließen. Unter Berücksichtigung der Höhe der Kaufkraftüberbuchung von rd. 0,14 Mio. EUR (vgl. Tab. 33) zeigt sich jedoch allenfalls ein sehr geringer absoluter Betrag.

Die Höhe der Umsatzrückholung deutet grundsätzlich nicht auf überdimensionierte Werte hin, die beispielsweise auf eine über das Einzugsgebiet hinausgehende Versorgungsfunktion der Fachmärkte oder auf eine im Verhältnis zur Einwohnerzahl in Trebbin standortangepasste Verkaufsfläche hinweisen. Prinzipiell handelt es sich bei der Kunden- bzw. Umsatzrückholung lediglich um eine verstärkte und vor allem um eine **legitime Bindung der lokalen Kaufkraft vor Ort in Trebbin**, da die Fachmärkte keine zählbaren Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes – mit Ausnahme von Streukunden – akquirieren können. Dies ergibt sich speziell

- aus der Begrenzung des Einzugsgebiets des Trebbiner Handels durch umliegende konkurrierende Städte mit einem deutlich höherem und attraktiveren Handelsangebot (vgl. Karte 5),
- des Vorhandenseins von angebots- bzw. betriebsgleichen Fachmärkten den umliegenden Städten,
- auf Grund fehlender Alleinstellungsmerkmale hinsichtlich des marktüblichen Konzepts der einzelnen Fachmärkte und
- der Ausrichtung der einzelnen Fachmärkte bzw. des gesamten Standortbereiches auf ein überwiegend lokales Marktgebiet.

Die Kunden und die Umsätze, die zukünftig durch einen möglicherweise neu hinzutretenden Drogeriemarkt, Bekleidungsfachmarkt oder Schuhfachmarkt⁷³ verstärkt gebunden bzw. „zurückgeholt“ werden, gehen naturgemäß umliegenden Standorten außerhalb des Einzugsgebietes verloren. Hierbei sind maßgeblich die Betriebe im Umfeld von Trebbin betroffen, die eine qualifizierte und vergleichbare **Einkaufsalternative** für die Bewohner innerhalb des betrachteten Einzugsbereiches bieten.

Als vornehmliche Konkurrenzorte im regionalen Umfeld sind das Südringcenter in Rangsdorf sowie Zossen, Luckenwalde und Ludwigsfelde einzustufen; wengleich auch partiell Kaufkraft in andere Städte oder zum Online-Handel abfließt. Unter Berücksichtigung der angefragten Fachmärkte in den Branchen Drogeriewaren, Bekleidung und Schuhe zeigt sich in diesem Segment in den benannten Orten⁷⁴ ein umfassendes fachmarkttypisches Angebot, dass durch zahlreiche mittelständische Anbieter und auch filialisierte Betriebe ergänzt wird.

73 Auf Grund der Verkaufsflächenausstattung vor Ort sind Umsatzrückholungen lediglich in den Sortimenten Drogeriewaren, Bekleidung und Schuhen/Lederwaren zu sehen. Die Segmente Getränke, Zoowaren und das sog. Multisortiment sind vor Ort in Trebbin bereits gut ausgebildet, so dass keine messbare Kaufkraft abfließt (vgl. Tab. 12).

74 Im regionalen Umfeld von Trebbin ist in folgenden Orten ein prägendes Angebot in den prüfungsrelevanten Branchen Drogeriewaren, Bekleidung und Schuhen ausgeprägt:
Rangsdorf: Drogeriewaren u.a. mit Müller (1.300 m²) und Drogeriewarenabteilung von Marktkauf, Bekleidung u.a. mit Adler (2.700 m²), Schuhe u.a. mit Siemes Schuh Center (930 m²)
Zossen: Drogeriewaren u.a. mit Drogeriewarenabteilung von Kaufland (2.900 m²), Bekleidung u.a. mit Takko (450 m²) und AWG (1.370 m²), Schuhe u.a. mit Deichmann (400 m²)
Luckenwalde: Drogeriewaren u.a. mit dm (760 m²), Rossmann (650 m²) und der Drogeriewarenabteilung von Kaufland (3.300 m²) und von Marktkauf (4.900 m²), Bekleidung u.a. mit Takko (530 m²) und KIK (670 m²), Schuhe u.a. mit Deichmann (350 m²)
Ludwigsfelde: Drogeriewaren u.a. mit dm (500 m²), Rossmann (590 m²) und Drogeriewarenabteilung von Kaufland (3.500 m²), Bekleidung u.a. mit Woolworth (1.000 m²), KIK (530 m²) und Takko (290 m²), Schuhe u.a. mit Deichmann (310 m²) und K&K Schuhcenter (280 m²)

Die verstärkte Kaufkraftbindung in den untersuchten Branchen in Trebbin bzw. der Umsatzrückgang in umliegenden Städten der Region wird auf Grund

- der breiten räumlichen Streuung über verschiedene Betriebe in unterschiedlichen Städten und
- der jeweils geringen einzelbetrieblichen Werte

nicht zu einer Absiedlung von angebotsgleichen Betrieben im Umfeld von Trebbin, insbesondere in den umseitig benannten Orten führen. Die Kunden- und auch Umsatzrückholung wird für die Anbieter von Drogeriewaren, Bekleidung oder Schuhen in umliegenden Orten monetär nicht spürbar sein, so dass **keine schädlichen Auswirkungen** eintreten werden.

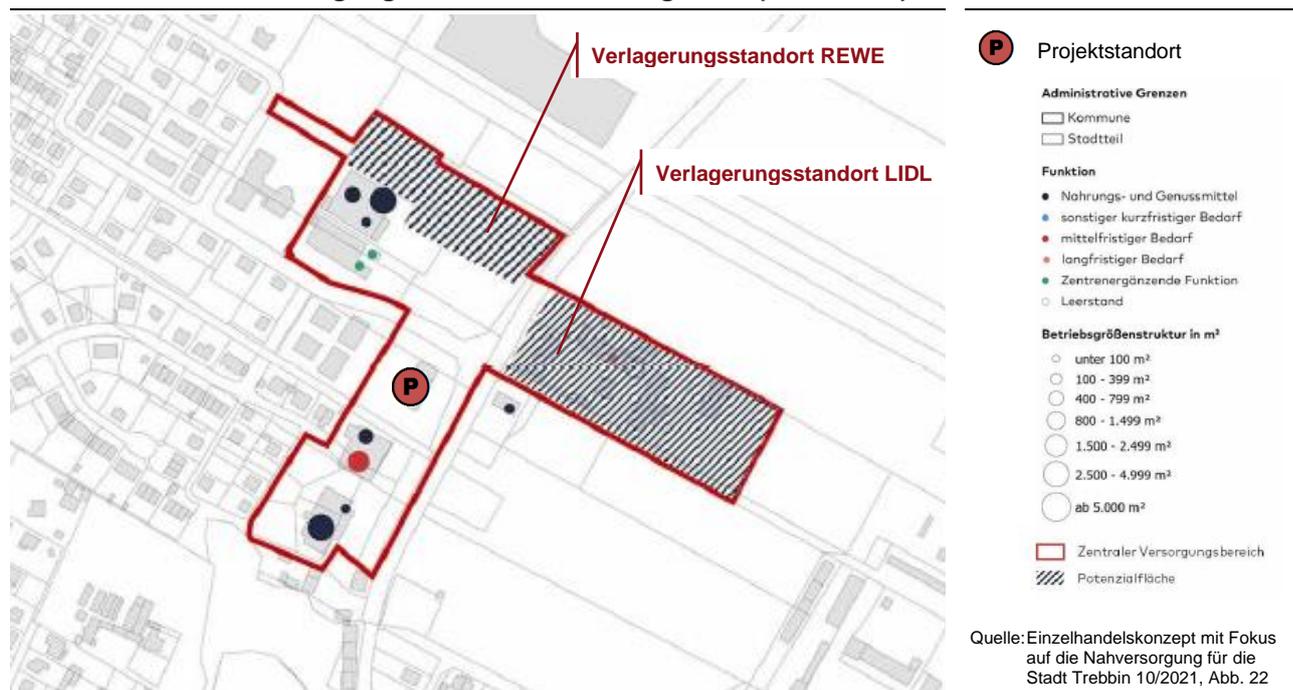
Abschließend ist nochmals darauf zu verweisen, dass es sich bei der Kaufkraftrückholung um eine legitime Eigenbindung von Kunden in Trebbin handelt, die auch unter dem Aspekt der Ausweisung von Trebbin als Grundfunktionaler Schwerpunkt zu sehen ist. Daher ist die Kaufkraftrückholung aus anderen Orten prinzipiell als hinnehmbar einzustufen, zumal die prüfungsrelevanten Fachmärkte – wie auch der gesamte Trebbiner Handel – nicht auf umliegende zentrale Orte ausstrahlen. Ferner erfolgt die Bindung der lokalen Verbraucher innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches und entspricht so den lokalen Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung.

Fazit: Mit der Ansiedlung der prüfungsrelevanten Fachmärkte werden keine negativen Auswirkungen auf umliegende Städte – speziell nicht auf zentrale Orte – im regionalen Umfeld von Trebbin ausgelöst. Die zurückgeholte Kaufkraft, die aus der legitimen Kaufkraftbindung vor Ort resultiert, wird auf Grund der breiten räumlichen Streuung über verschiedene Handelsstandorte keine negativen Auswirkungen auslösen, zumal auch die geplanten Fachmärkte keine messbare überörtliche Ausstrahlung über Trebbin hinaus induzieren können. Das zentralörtlich abgestufte Versorgungssystem in der Region wird daher nicht beeinträchtigt.

6.4. Kompatibilität des Vorhabens mit dem Trebbiner Einzelhandelskonzept

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Trebbin – vom Stadtrat als städtebauliches Entwicklungskonzept i.S.d. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB beschlossen – widerspiegelt die städtischen Zielvorstellungen zur lokalen Einzelhandelsentwicklung. Der Planstandort befindet sich dabei in zentraler Lage innerhalb des ausgewiesenen **zentralen Versorgungsbereichs Am Mühlengraben**, der bezüglich seiner Hierarchiestufe als sog. B-Zentrum definiert wurde.⁷⁵

Karte 8: Zentraler Versorgungsbereich Am Mühlengraben (B-Zentrum)



Unter Berücksichtigung der Lage gliedert sich Projektvorhaben **räumlich** funktionsgerecht in die örtliche Einzelhandelsstruktur ein. Der Standortbereich kann nach seiner Inwertsetzung ein Bindeglied zwischen den einzelnen drei Standortlagen (Lidl/KIK/Getränke Hoffmann – REWE/Tedi – Lidl-Verlagerungsstandort) darstellen und die benannten Bereiche miteinander verknüpfen.

Mit Blick auf die Aussagen im Einzelhandelskonzept⁷⁶ ist das B-Zentrum als sog. „Positivstandort für den großformatigen Einzelhandel in Form von Fachmärkten“ festgelegt. Dem entspricht das Projektvorhaben vollumfänglich, da die Ansiedlung ausschließlich von fachmarkttypischen Betrieben erfolgen soll.

Gemäß dem Einzelhandelskonzept ist der Einzelhandel mit zentrenrelevantem Hauptsortiment prioritär im A-Zentrum Innenstadt anzusiedeln, das B-Zentrum nimmt eine Ergänzungsfunktion ein; bei „einer Nicht-Umsetzbarkeit eines entsprechenden Planvorhabens kann sekundär eine Ansiedlung am B-Zentrum Am Mühlengraben erfolgen“. In dem Innenstadtbereich sind die flächenseitigen Ansiedlungsvoraussetzungen für großformatige Betriebe im Bestand nicht gegeben. Der Immobilienbestand des Trebbiner Zentrums setzt sich aus einer *kleinteiligen und kompakten Bebauungsstruktur* zusammen, wobei keine Verkaufsfläche in der von einem Fachmarkt benötigten Größenordnung existiert. Es besteht *kein großformatiger Leerstand*, da lediglich kleine Ladengeschäfte als Angebotsreserve zur Verfügung stehen. Die durchschnittliche Flächen-größe der leerstehenden Ladenflächen liegt bei durchschnittlich etwa 40 m² je Leerstand (vgl. Seite 10) und fällt für die Ansiedlung eines Fachmarktes definitiv zu klein aus.

⁷⁵ Derzeit stellt der Bereich mit seinem leerstehenden Autohaus eine Funktionsunterbrechung zwischen dem Standortbereich Lidl/KIK/Getränke Hoffmann und REWE/Tedi dar.

⁷⁶ vgl. Einzelhandelskonzept mit Fokus auf die Nahversorgung für die Stadt Trebbin 10/2021, Punkt 7.2.2.

Mögliche *Potenzialflächen*, die für eine Bebauung mit Fachmärkten infrage kommen würden, sind augenscheinlich im Ortskern von Trebbin nicht vorhanden; es besteht straßenbegleitend zur Berliner Straße und zur abzweigenden Bahnhofstraße sowie am Trebbiner Markt eine fast durchgängige und geschlossene Bebauung (vgl. Abb. 5). Die vereinzelt bestehenden Baulücken sind für die Ansiedlung eines großformatigen Handelsbetriebes zu klein und ungeeignet. Demnach ist die Ansiedlung eines größeren Fachmarktes auf Grund der fehlenden räumlichen Entwicklungsperspektiven in der Innenstadt nicht durchführbar.⁷⁷

Des Weiteren entspricht das Projektvorhaben mit seinen ausschließlich großformatigen Betrieben auch der Maßgabe, dass in dem B-Zentrum „keine weitere Ansiedlung von kleinteiligeren Einzelhandelsstrukturen, v.a. in Fachgeschäftgröße (v.a. spezialisierte Anbieter oder Optiker und Apotheken) oder zentrenergänzenden Funktionen“ erfolgen soll. An dem Projektstandort sind ausschließlich Fachmärkte geplant, so dass betriebstypenseitig keine direkte Konkurrenz zum kleinteiligen Innenstadthandel aufgebaut wird, ferner sind keine zentrenergänzenden Funktionen geplant. Unter Berücksichtigung der in Rede stehenden Projektentwicklung entspricht die Ansiedlung von großen Fachmärkten folglich auch **funktional** dem Trebbiner Einzelhandelskonzept.

Fazit: Das Planvorhaben zur Ansiedlung von Fachmärkten fügt sich räumlich in die Einzelhandelskonzeption der Stadt Trebbin ein und entspricht auch funktional den Maßgaben dieses städtebaulichen Entwicklungskonzepts.

⁷⁷ Diese Aussage findet sich auch im Einzelhandelskonzept wieder: „Als Potenzial- und mögliche Entwicklungsflächen sind im Innenstadtbereich insbesondere Leerstände erkennbar, größere Potenzial- und Entwicklungsflächen für großformatige Einzelhandelsbetriebe, die als zusätzlich als Magnetbetriebe für den zentralen Versorgungsbereich fungieren könnten, sind im Bereich der Innenstadt nicht erkennbar.“ vgl. Einzelhandelskonzept mit Fokus auf die Nahversorgung für die Stadt Trebbin 10/2021, Seite 55.

7. Zusammenfassung

Nachstehend werden die wichtigsten Aspekte der Untersuchung zu den Auswirkungen, die aus der geplanten Umstrukturierung des Fachmarktzentrums am Standort „Berliner Tor“ in Trebbin resultieren, zusammengefasst.

- Die Atlas Bau GmbH aus Weimar plant in Trebbin und hier im Kreuzungsbereich der Straßen Berliner Tor und Am Mühlengraben die Ansiedlung von Fachmärkten. Auf dem **Vorhabenareal** ist derzeit ein stillgelegtes Autohaus situiert, dieses soll rückgebaut und mit einer Fachmarktzeile neu belegt werden. Mit der Inwertsetzung des Grundstücks erfolgt eine städtebauliche Aufwertung dieses im Ortseingangsbereich von Trebbin befindlichen Gebiets.
- Im Rahmen der Projektentwicklung ist die **Ansiedlung von Fachmärkten** geplant; die maximale Verkaufsfläche kann 1.700 m² betragen. Bei der Ansiedlung handelt es sich einerseits um die Verlagerung von zwei bestehenden, südlich des Projektstandortes befindlichen Märkten (KIK/Getränke Hoffmann), andererseits sollen u.U. weitere Fachmärkte angesiedelt werden. Der Verlagerungsbedarf ergibt sich aus der anstehenden Umsiedlung des Discounters Lidl; die gesamte Fläche soll perspektivisch mit einem neuen großflächigen Lebensmittelmarkt genutzt werden.
- Das Vorhabenareal liegt verbrauchernah und stellt räumliche und funktionale Bezüge zu den angrenzenden Wohnsiedlungsbereichen her. Der **städtebaulich integrierte Standort** ist fußläufig aus den umliegenden Wohnquartieren zu erreichen und leistet einen Beitrag zur wohnortnahen Versorgung im nördlichen Kernstadtbereich. Im fußläufigen Nahbereich (800 m-Laufweg) leben ca. 1.300 Einwohner, somit kann der Standort für fast ein Drittel der kernstädtischen Bevölkerung eine fußläufige Einzelhandelsversorgung anbieten.
- Der Standortbereich ist räumlich funktionsgerecht in die lokalen Einzelhandelsstrukturen eingebunden, da sich die Liegenschaft gemäß dem Trebbiner Einzelhandelskonzept innerhalb eines **zentralen Versorgungsbereichs** befindet. Folglich ist der Standort ein wichtiger Teil des planerischen Gesamtkonzepts der Stadt Trebbin zur Einzelhandelsversorgung; das Vorhaben fügt sich in die städtebaulichen Zielvorstellungen ein.
- In Trebbin agieren aktuell knapp 50 Handelsbetriebe auf einer **Verkaufsfläche** von ca. 9.100 m²; die Verkaufsflächendichte ist mit 0,9 m² je Einwohner für die Ortsgröße als sehr niedrig einzustufen, eine stadtübergreifende Ausstrahlung des lokalen Handels wird nicht sichtbar. Diese Tatsache ist auch aus dem Einzelhandelskonzept der Stadt ablesbar; hier wird die Einzelhandelszentralität mit 58 % ausgewiesen, was auf einen hohen Abfluss der lokalen Nachfrage in umliegende Städte hindeutet.
- In den untersuchungsrelevanten Sortimenten Getränke und Zoowaren/Heimtiernahrung zeigt sich eine zufriedenstellende Abdeckung der örtlichen Nachfrage. Die **Zentralität** in den Branchen Drogeriewaren, Bekleidung und Schuhe deutet dagegen auf einen hohen Kaufkraftabfluss aus Trebbin hin, die Angebotsmasse ist in diesen Segmenten flächenseitig unterdurchschnittlich ausgeprägt. Eine Ansiedlung in den benannten Branchen führt daher zu einer höheren Eigenversorgungsquote der Stadt und kann entsprechende Kunden- und auch Umsatzabflüsse merklich reduzieren.
- Der **betriebliche Einzugsbereich** der angefragten Fachmärkte erstreckt sich ebenso wie der Marktbereich des Trebbiner Einzelhandels maßgeblich über die Stadt selbst und vereinzelt angrenzende Gemeinden. Der lokale Handel kann auf ein Konsumentenpotenzial von etwa 10.200 Personen zurückgreifen. Die positive Bevölkerungsentwicklung in der Vergangenheit hat zu einer steigenden einzelhandelsrelevanten Nachfrage geführt, dieser Trend dürfte sich in der Zukunft fortsetzen.
- In den Segmenten Getränke, Drogeriewaren, Bekleidung und im sog. Multisortiment sind für potenzielle Fachmärkte ausreichende Nachfragevolumina vorhanden, die den **rentablen Betrieb** eines entsprechenden Fachmarktes gewährleisten. Diese Tatsache ist in den Branchen Schuhe und Zoo-

artikel/Heimtiernahrung nicht der Fall; die lokale Nachfrage reicht für den dauerhaft wirtschaftlichen Betrieb eines entsprechenden Fachmarktes nicht aus, darauf deutet die geringe Flächenleistung bei diesen beiden Fachmärkten hin.

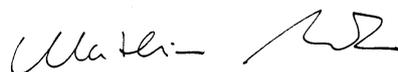
- Der Umsatz der zu prüfenden Fachmärkte wird u.a. aus **Verdrängungsumsätzen** zu Lasten von bestehenden Handelsbetrieben aus Trebbin rekrutiert. Die prognostizierten Umsatzverluste erreichen im Falle der Ansiedlung
 - eines Getränkemarktes (max. 650 m² VK),
 - eines Drogeriemarktes (max. 750 m² VK),
 - von Textilfachmärkten (max. 800 m² VK),
 - eines Zoofachmarktes (max. 600 m² VK) und
 - eines Multisortimentsmarktes (max. 800 m² VK)

für den Bestandshandel keinen Wert, der auf eine Geschäftsaufgabe schließen lässt. Dies trifft sowohl für Betriebe innerhalb der beiden zentralen Versorgungsbereiche als auch für Lagen außerhalb dieser schützenswerten Bereiche zu. Lediglich im Falle der Ansiedlung eines Schuhfachmarktes wären negative Auswirkungen auf einen innerstädtischen Anbieter zu erwarten.

- Bei der Ansiedlung eines Drogeriemarktes, von Bekleidungsfachmärkten und eines Schuhfachmarktes stammt ein großer Teil des Umsatzes aus der **Rückholung von abfließender Kaufkraft**. Die Kaufkraftrückholungen – die auf der legitimen Bindung von lokalen Kunden in Trebbin basieren – können auf Grund der breiten räumlichen Streuung über verschiedene Handelsstandorte in umliegenden Orten nicht zu schädlichen Auswirkungen führen. Die beschriebenen Fachmärkte besitzen kein Alleinstellungsmerkmal bzw. können auch keine messbare überörtliche Strahlkraft erzeugen, so dass eine Beeinträchtigung von umliegenden Handelsstandorten nicht möglich ist.
- Das Vorhaben zur Ansiedlung von Fachmärkten fügt sich räumlich in die **Einzelhandelskonzeption** der Stadt Trebbin ein, da der Vorhabenstandort innerhalb eines ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiches adressiert ist. Das Vorhaben entspricht auch funktional den Maßgaben dieses städtebaulichen Entwicklungskonzepts, da der zentralen Versorgungsbereich Am Mühlengraben als sog. Positivstandort für den großformatigen Einzelhandel in Form von Fachmärkten festgelegt ist.

Vorstehendes Gutachten dient als Beurteilungsgrundlage für den Planungs- und Genehmigungsprozess des Vorhabens bzw. als Abwägungsgrundlage für das Bebauungsplanverfahren.

BBE Handelsberatung GmbH



i.V. Dipl.-oec. Mathias Vlcek

Projektleitung

Erfurt, 20. Dezember 2022

Anlage 1: Durchschnittliche Raumleistungen ausgewählter Branchen im Einzelhandel
Lebensmittelhandel:

Betriebsform	MIN	Durchschnitt	MAX
	€/m ² p.a.	€/m ² p.a.	€/m ² p.a.
SB-Warenhäuser nur Food-Abteilung nur Non-Food-Abteilung	6.600 2.000	7.100 2.500	7.600 3.000
Verbrauchermärkte nur Food-Abteilung nur Non-Food-Abteilung	5.100 1.500	5.600 2.000	6.100 2.500
Große Supermärkte (ab 2.500 Verkaufsfläche)	3.300	4.000	4.300
Supermärkte (bis 2.500 Verkaufsfläche)	3.300	3.600	4.100
Discounter	3.800	4.800	5.800
SB-Märkte	3.600	4.100	4.600
City-Supermärkte	3.800	4.300	4.900
Metzgereien	6.800	7.300	7.800
Bäckereien	4.500	5.000	5.500
Getränkemärkte	1.400	1.600	1.800

Drogeriewarenhandel:

Betriebsform	MIN	Durchschnitt	MAX
	€/m ² p.a.	€/m ² p.a.	€/m ² p.a.
Drogeriemärkte	5.000	5.500	6.000
Parfümerien	5.300	6.300	7.300

Textilhandel

Betriebsform	MIN	Durchschnitt	MAX
	€/m ² p.a.	€/m ² p.a.	€/m ² p.a.
Bekleidungs-Fachgeschäfte	3.000	3.300	3.700 ³
Kaufhäuser	2.500	3.000	3.500
Fachmärkte	1.000	1.300	1.600
Bekleidungs-Outlets (FOC)	3.000	4.000	5.000 ⁴

Schuhhandel

Betriebsform	MIN	Durchschnitt	MAX
	€/m ² p.a.	€/m ² p.a.	€/m ² p.a.
Fachgeschäfte	2.900	3.300	3.700
Fachmärkte	1.800	2.100	2.400
Outlets im FOC	3.000	4.000	5.000 ⁶

Handel mit Zooartikeln und Tieren

Betriebsform	MIN	Durchschnitt	MAX
	€/m ² p.a.	€/m ² p.a.	€/m ² p.a.
Zoofachgeschäft	2.100	2.600	3.100
Fachmärkte f. Tiernahrung/ Zubehör (inkl. Gartencenter und –abteil.)	1.200	1.500	1.800

Quelle: Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie, Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2020

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung von Trebbin im Vergleich	6
Tabelle 2: Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in Trebbin	8
Tabelle 3: Räumliche Verteilung des Handelsbestands in Trebbin.....	11
Tabelle 4: Marktpotenzial der prüfungsrelevanten Sortimente im Einzugsgebiet	18
Tabelle 5: Angebotsnetz von Betrieben mit Getränken im Einzugsgebiet	21
Tabelle 6: Angebotsnetz von Betrieben mit Drogeriewaren im Einzugsgebiet	22
Tabelle 7: Angebotsnetz von Betrieben mit Bekleidung im Einzugsgebiet	22
Tabelle 8: Angebotsnetz von Betrieben mit Schuhen im Einzugsgebiet.....	23
Tabelle 9: Angebotsnetz von Betrieben mit Zoobedarf/Tiernahrung im Einzugsgebiet.....	23
Tabelle 10: Angebot im Segment Multisortiment in Trebbin nach Lagebereichen.....	25
Tabelle 11: Angebot im Segment Multisortiment in Trebbin nach Branchen	25
Tabelle 12: Kaufkraftbindungsquote der untersuchungsrelevanten Sortimente im Einzugsgebiet.....	26
Tabelle 13: Orientierungswerte der Umsatzumverlagerungen bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben	28
Tabelle 14: Marktanteilsprognose des angefragten Getränkemarktes	30
Tabelle 15: Prospektive Raumleistung des Getränkemarktes	31
Tabelle 16: Marktanteilsprognose des angefragten Drogeriemarktes	32
Tabelle 17: Prospektive Raumleistung des Drogeriemarktes	32
Tabelle 18: Marktanteilsprognose der angefragten Textilmärkte	33
Tabelle 19: Prospektive Raumleistung der Textilmärkte	33
Tabelle 20: Marktanteilsprognose des angefragten Schuhmarktes	34
Tabelle 21: Prospektive Raumleistung des Schuhmarktes	34
Tabelle 22: Marktanteilsprognose des angefragten Zoomarktes	35
Tabelle 23: Prospektive Raumleistung des Zoomarktes	35
Tabelle 24: Umsatzprognose des Multisortimentsmarktes	36
Tabelle 25: Umsatzherkunft der zu prüfenden Handelsbetriebe	38
Tabelle 26: Prognostizierte Umsatzumlenkungen eines Getränkemarktes im Einzugsgebiet.....	40
Tabelle 27: Prognostizierte Umsatzumlenkungen eines Drogeriemarktes im Einzugsgebiet.....	42
Tabelle 28: Prognostizierte Umsatzumlenkungen von Textilmärkten im Einzugsgebiet	44
Tabelle 29: Prognostizierte Umsatzumlenkungen eines Schuhmarktes im Einzugsgebiet	46
Tabelle 30: Prognostizierte Umsatzumlenkungen eines Zoomarktes im Einzugsgebiet	47
Tabelle 31: Prognostizierte Umsatzumlenkungen eines Multisortimentsmarktes nach Lagebereichen	48
Tabelle 32: Prognostizierte Umsatzumlenkungen eines Multisortimentsmarktes nach Branchen	48
Tabelle 33: Kaufkraftbindungsquote (IST/PLAN) der projektrelevanten Sortimente im Einzugsgebiet	50

Kartenverzeichnis

Karte 1: Raumstruktur Planungsregion Havelland-Fläming (Ausschnitt) 5
 Karte 2: Strukturprägende Handelslagen/ -betriebe in Trebbin..... 9
 Karte 3: Mikroörtliche Lage des Projektstandortes in Trebbin (Skizzierung) 12
 Karte 4: Fußläufiger Nahbereich des angefragten Projektstandortes 13
 Karte 5: Wettbewerbsstandorte im Umfeld von Trebbin (Auswahl) und 5-Minuten-Fahrzeitzone 15
 Karte 6: Zonierung des Einzugsgebiets der prüfungsrelevanten Fachmärkte 17
 Karte 7: Strukturprägende projektrelevante Handelsbetriebe in Trebbin 20
 Karte 8: Zentraler Versorgungsbereich Am Mühlengraben (B-Zentrum) 53

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Objektsituation auf dem Projektgrundstück Am Mühlengraben 1 in Trebbin 3
 Abbildung 2: Lageplan der avisierten Fachmärkte im zentralen Versorgungsbereich Am Mühlengraben 4
 Abbildung 3: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 7
 Abbildung 4: Einzelhandelsstruktur Trebbin..... 8
 Abbildung 5: Städtebauliche Situation im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt 10
 Abbildung 6: Städtebauliche Situation im zentralen Versorgungsbereich Am Mühlengraben..... 11
 Abbildung 7: Einzelhandelszentralität von Trebbin gemäß Einzelhandelskonzept..... 27
 Abbildung 8: Quellen der Umsatzherkunft eines Einzelhandelsvorhabens 37

Anlageverzeichnis

Anlage 1: Durchschnittliche Raumleistungen ausgewählter Branchen im Einzelhandel 57