

Auswirkungsanalyse

Verlagerung des Penny-Lebensmittelmarktes in 01900 Großröhrsdorf

Auftraggeber:

Penny Markt GmbH
Rheinstraße 8
14513 Teltow

Projektleitung:

Dipl.-oec. Mathias Vlcek

Gesamtleitung:

Dr. Ulrich Kollatz

BBE Handelsberatung GmbH

Futterstraße 14

99084 Erfurt

Telefon: +49 361 7780660

E-Mail: vlcek@bbe.de

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Berlin · Köln · Stuttgart · Leipzig · Erfurt

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangssituation / Projektdaten	3
2. Standortrahmendaten Großröhrsdorf	6
3. Einzelhandelsstrukturen in Großröhrsdorf	8
3.1. Einzelhandelsbestand, Sortimentsstruktur und räumliche Verteilung	8
3.2. Zentrale Versorgungsbereiche	11
4. Mikrostandort	13
5. Markt-/ Wettbewerbsanalyse	16
5.1. Einzugsgebiet	16
5.2. Marktpotenzial	19
5.3. Angebot	20
6. Bewertung des Projektvorhabens	22
6.1. Rechtliche Beurteilungsgrundlagen	22
6.2. Wirkungsanalyse des Penny-Vorhabens	24
6.2.1. Umsatzprognose	24
6.2.2. Umsatzherkunft	27
6.2.3. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen	29
6.2.4. Auswirkungen bei Wiederbelegung des Penny-Altstandortes	34
6.2.5. Nachbelegung des Penny-Marktes in der Adolf-Zschiedrich-Straße 2	36
7. Zusammenfassung	37

1. Ausgangssituation / Projektdaten

Die Handelskette Penny betreibt im sächsischen **Großröhrsdorf** langjährig einen Lebensmittelmarkt. Die Penny-Filiale ist im westlichen Bereich des Ortsteils Bretnig-Hauswalde ansässig und der einzige Lebensmittelmarkt innerhalb dieses Siedlungsbereichs und somit ein wichtiger Träger der örtlichen Grundversorgung.

Der Penny-Markt in der Adolf-Zschiedrich-Straße 2 erfüllt nicht mehr die qualitativen Ansprüche an einen modernen Lebensmittelmarkt. Darüber hinaus entspricht die Filiale auch hinsichtlich ihrer Flächengröße mit rd. 775 m² Verkaufsfläche nicht den quantitativen Anforderungen an einen **marktüblichen Discounter** bzw. den aktuellen vertriebsseitigen Maßgaben des Betreibers.

Am Bestandsstandort ist nach einer Prüfung eine Erweiterung bezüglich des fehlenden Flächenangebots im Umfeld nicht möglich, wobei der Flusslauf der Großen Röder – direkt vor dem Markteingang – eine Erweiterung nicht zulässt. Penny plant daher eine Verlagerung des Marktes auf eine **Potenzialfläche** westlich des Bestandsstandortes, etwa 200 Meter von dem derzeitigen Marktgebäude entfernt. Der Standort wird landwirtschaftlich genutzt.

Im Rahmen des Neubaus können die aktuellen betreiberspezifischen, vor allem die energetischen Maßgaben von Penny umgesetzt werden, ebenso kann das **flächenseitige Layout** auf eine konzeptübliche Flächendimensionierung von rd. 1.000 m² angehoben werden. Die Verkaufsfläche des neu geplanten Marktes rangiert oberhalb der Schwelle zur Großflächigkeit.¹

Tabelle 1: Flächenbilanz der geplanten Umstrukturierung des Penny-Marktes in Großröhrsdorf

	IST-Fläche	PLAN-Fläche	Veränderung
	m ²	m ²	m ²
Penny	775	1.000	+225

Quelle: Penny Markt GmbH

Mit der erweiterten Fläche des Penny-Marktes sollen die **Kundenattraktivität** und die **Einkaufsqualität** – z.B. übersichtlichere Produktpräsentation, niedrigere Regalhöhen, weniger überbaute Bereiche, größere Laufwege, breitere Gänge, größere Abstandsflächen – erhöht werden. Die weitläufigere und modernere Verkaufsfläche sorgt auch für eine angenehmere Einkaufsatmosphäre, ebenso ist eine bessere Orientierung durch eine größere Ladenstruktur – speziell für ältere Verbraucher – möglich.

Die Flächenvergrößerung bezieht sich auch auf **Stellflächen für Waren**, da so größere Mengen je Artikel im Verkaufsraum bereitgestellt werden können. Dies ist vor allem für Produkte mit einem langen Mindesthaltbarkeitsdatum (bspw. Konserven, Nahrungsmittel, Tee/Kaffee, Getränke, Drogeriewaren, Heimtierhaltung) relevant, so dass diese Artikel seltener angeliefert werden müssen und in Folge der Kostenaufwand für die Warenbestückung geringer ausfällt.

Neben der Verbesserung der Präsentationsmöglichkeiten werden durch die erweiterte Fläche auch die **innerbetrieblichen Abläufe** optimiert. Dies führt zu Einsparungen bei Logistik-, Lager- und Personalkosten, da auf Grund der vergrößerten Fläche mehr Artikel in großen Gebinden bzw. ohne zeit- und arbeitsintensive Umladungen und Regalbestückungen auf Paletten oder auf Rollcontainern in den Markt gebracht werden können. Die dazu erforderlichen Gangbreiten führen zusammen mit den entsprechenden „Regalmetern“ pro Produkt auch bei gleichbleibenden Artikelzahlen zu höheren Anforderungen an die Verkaufsfläche.

Nach der Erweiterung wird seitens des Betreibers kein zur Fläche gleichlaufender bzw. proportionaler Umsatzzuwachs erwartet, da die Artikelanzahl in dem Penny-Markt nicht erhöht wird.² Die Maßnahme zielt hauptsächlich auf eine optische Ertüchtigung und eine **langfristige Standortsicherung** ab, um so die

1 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.

2 Grundsätzlich verfügen filialisierte Lebensmittelmärkte über ein einheitliches Sortimentskonzept. Aus internen Organisations- und Strukturgründen ergibt sich aus Verkaufsflächenenerweiterungen keine Ausweitung des vorgehaltenen Sortiments.

Wettbewerbsfähigkeit dieser Filiale in Großröhrsdorf dauerhaft zu erhalten. Insgesamt reagiert das avisierte Vorhaben auf die aktuellen Markterfordernisse im Lebensmittelhandel.

Der nachstehende objektbezogene **Lageplan** stellt die neue Penny-Filiale im räumlichen Kontext dar. Der Baukörper soll im südwestlichen Bereich des Vorhabengrundstücks platziert werden, die Parkplatzanlage – dem Eingangsbereich des Marktes vorgelagert – wird zum Straßenzug Zur Aue ausgerichtet.

Abbildung 1: Lageplan des avisierten Penny-Marktes an Straße Zur Aue im Ortsteil Bretnig



Lageplan:
Ingenieurbüro Ilko Martin
(Borsdorf)

Für das Baugrundstück des Penny-Marktes – dieses befindet sich augenscheinlich im Sinne des § 35 BauGB im Außenbereich – soll ein **Vorhabenbezogener Bebauungsplan** aufgestellt werden, ein entsprechender Aufstellungsbeschluss wurde seitens des Stadtrates Großröhrsdorf im März 2025 einstimmig gefasst.³

Im Bebauungsplanverfahren ist eine Analyse und Bewertung möglicher Auswirkungen des vorstehend angesprochenen Vorhabens notwendig. Es ist aufzuzeigen, inwieweit von dem großflächigem Einzelhandelsbetrieb Auswirkungen auf

- die Versorgung der Bevölkerung und
- die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche⁴

in Großröhrsdorf und in anderen Gemeinden im Sinne von **§ 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO** anzunehmen sind.

³ Der Stadtrat Großröhrsdorf hat in seiner Sitzung am 25.03.2025 die Aufstellung des Vorhabenbezogenen Bebauungsplanes „Ersatzneubau Penny-Lebensmittelmarkt Zur Aue, Bretnig“ beschlossen (Beschluss StR 030-07./25).

⁴ Großröhrsdorf besitzt kein Einzelhandels- oder Zentrenkonzept. Somit werden (faktische) zentrale Versorgungsbereiche im Rahmen einer Vorortanalyse identifiziert.

Die **Nachbelegung des Penny-Marktes** am Bestandsstandort Adolf-Zschiedrich-Straße 2 durch einen anderen Lebensmittelmarkt ist prinzipiell baurechtlich möglich, da die ausgesprochene Baugenehmigung mit der angedachten Betreiberaufgabe nicht unwirksam wird; die Genehmigung bleibt durch den Auszug unangetastet. Der Markteigentümer kann einen neuen Mieter aus dem Lebensmittelhandel akquirieren; sofern sich ein anderer Betreiber in die Baugenehmigung einpasst, ist die Wiederaufnahme eines entsprechenden Marktes möglich. Daher sind auch die Auswirkungen bei Nachbelegung des Penny-Markts am Bestandsstandort zu ermitteln.⁵

Die Ergebnisse einer entsprechenden Untersuchung – im August 2025 durchgeführt – werden im Folgenden dargestellt und beschrieben. Das Gutachten soll als **Entscheidungsgrundlage für Gremien und Behörden** sowie als Abwägungsgrundlage für das Planungs- und Genehmigungsverfahren dienen.

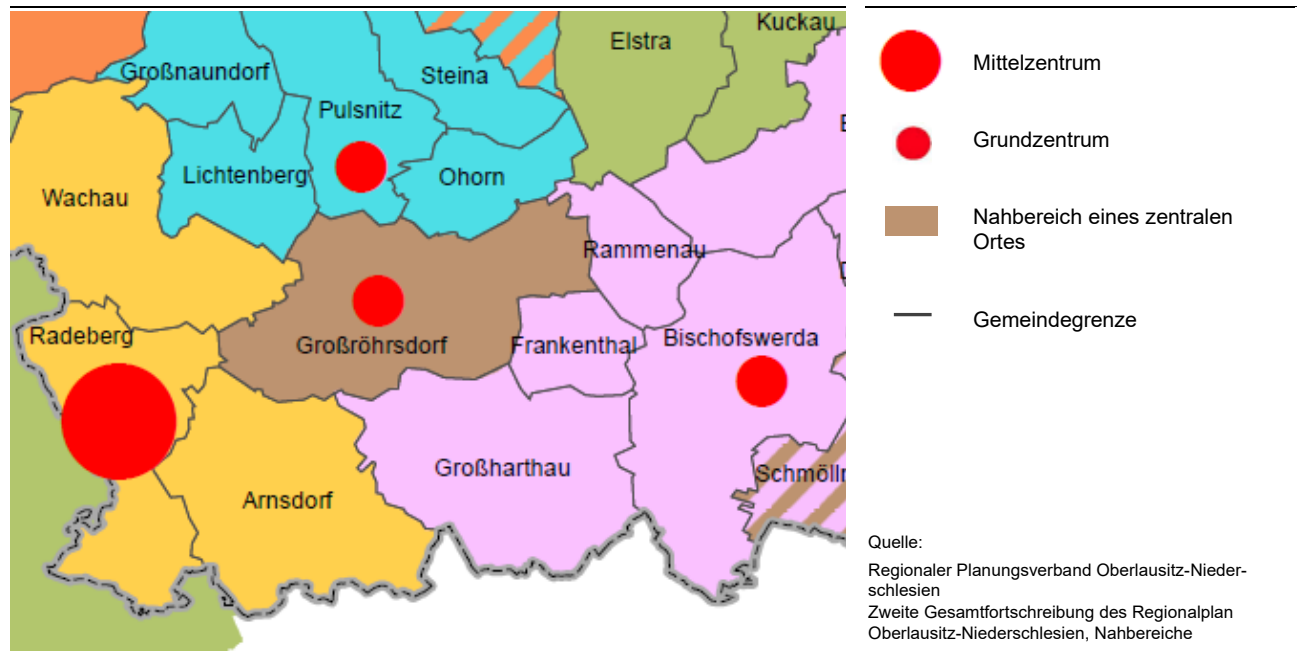
⁵ Eine verbindliche Aussage zur Nachnutzung des Bestandsmarktes kann von Penny nicht getroffen werden, da es sich um ein Mietobjekt handelt. Die Restlaufzeit des Mietvertrages beträgt jedoch noch ca. 7 Jahre, so dass Penny in dieser Zeit Einfluss auf die Nachvermietung hat.

2. Standortrahmendaten Großröhrsdorf

Die Stadt Großröhrsdorf (rd. 9.500 Ew.) ist in Bezug auf ihre **geographische Lage** im östlichen Teil des Freistaats Sachsen und hier im Landkreis Bautzen verortet. Der Siedlungsschwerpunkt ist mit knapp 5.500 Einwohnern im Kernort Großröhrsdorf; der im Januar 2017 eingemeindete Ortsteil Bretnig-Hauswalde hat rd. 3.100 Einwohner, in Kleinröhrsdorf wohnen knapp 900 Personen.

Großröhrsdorf wird im Regionalplan Oberlausitz-Niederschlesien als **Grundzentrum** ausgewiesen.⁶ Grundzentren sollen als Ergänzung zu den höherstufigen zentralen Orten als übergemeindliche Versorgungs- und Dienstleistungszentren fungieren und für die Bevölkerung ihres Verflechtungsbereiches die Sicherung der Daseinsvorsorge übernehmen. Für Großröhrsdorf wurde kein überörtlicher Grundversorgungsbereich ausgewiesen, die Versorgungsfunktion der Kommune beschränkt sich auf den Umgriff ihres Stadtgebietes.

Karte 1: Raumstruktur Ostsachsen (Ausschnitt)



Die **verkehrliche Erreichbarkeit** von Großröhrsdorf erfolgt über die Autobahn A4, deren Trassierung durch das nördliche Stadtgebiet verläuft. Die Anbindung des Kernortes an die A4 erfolgt über die Staatsstraße S56, die gemeinsam mit einer weiteren Staatsstraße (S158) das verkehrliche Grundgerüst für Großröhrsdorf darstellt und die Ortsteile untereinander verbindet. Im Fazit ist sowohl eine gute überörtliche als auch regionale Erreichbarkeit für Großröhrsdorf zu konstatieren.

Großröhrsdorf ist an das **Schienennetz** der Deutschen Bahn angeschlossen und liegt an der S-Bahnstrecke Dresden – Kamenz. Ein Bahnhofpunkt ist im nordwestlichen Ortsgebiet von Großröhrsdorf eingerichtet, ein weiterer Haltepunkt in Kleinröhrsdorf.

Die Erschließung des Stadtgebietes durch den **ÖPNV** wird über Regionalbuslinien sichergestellt. Die Regionalbusse fahren Haltestellen sowohl im Kernort als auch in den beiden Ortsteilen an und gewährleisten die Anbindung an umliegende Orte.

In Großröhrsdorf wohnen knapp 9.500 Einwohner. Die **Bevölkerungsentwicklung** war in der letzten Dekade relativ konstant bzw. -0,9 % nur geringfügig rückläufig und ist vergleichbar mit dem sächsischen Landesdurchschnitt (-0,3 %). Perspektivisch soll die Bevölkerung in Großröhrsdorf ansteigen, die

6 Quelle: Regionaler Planungsverband Oberlausitz-Niederschlesien, Zweite Gesamtfortschreibung des Regionalplanes Oberlausitz-Niederschlesien, Z 1.1.8.

prognostizierte Einwohnerzahl soll im Jahr 2034 zwischen rd. 9.690 und 9.970 Personen liegen. Der mittlere Anstieg von +3,8 % verläuft konträr zur Entwicklung im Landkreis Bautzen (-5,9 %) und dem sächsischen Landestrend (-3,1 %). Aus der vorgenannten Entwicklung lassen sich – wenn auch geringe – nachfrageseitige Impulse für den örtlichen Einzelhandel ableiten.

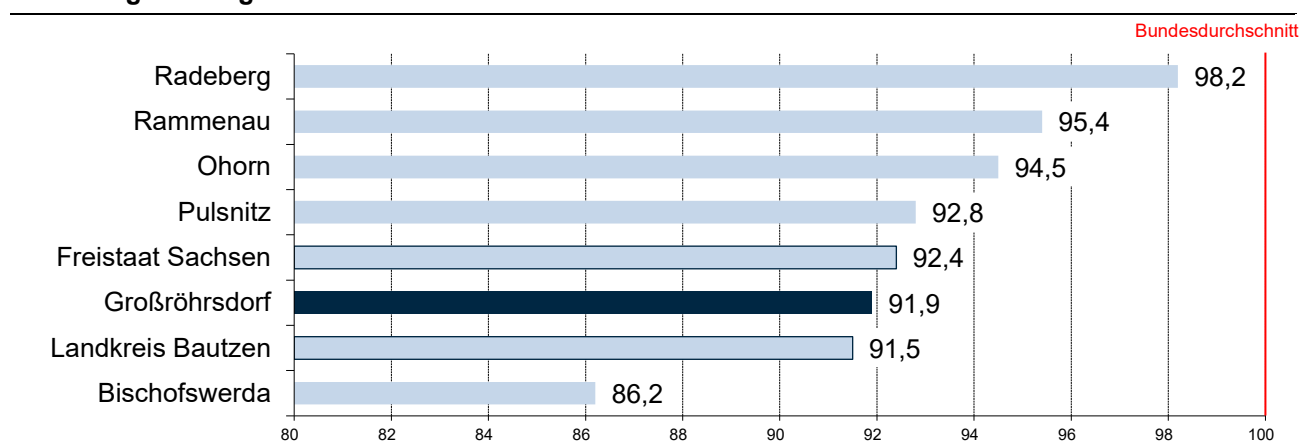
Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung von Großröhrsdorf im Vergleich

	Einwohner		Veränderung	Einwohner		Veränderung
	2014	2024		2034		
	abs.	abs.	%	abs.	%	
Großröhrsdorf	9.566 ⁷	9.477	-0,9	9.840	+3,8	
Landkreis Bautzen	306.570	292.608	-4,6	275.290	-5,9	
Freistaat Sachsen	4.055.274	4.042.422	-0,3	3.916.500	-3,1	

Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, Bevölkerung 31.12.2014 + 31.12.2024 / 8. regionalisierte Bevölkerungsvorausbe-rechnung für den Freistaat Sachsen 2022 bis 2040, Variante 2

Das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau** stellt für den Handel einen wichtigen Faktor dar. Die Kennziffer wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt und gibt das Pro-Kopf-Einkommen in Relation zum Gesamteinkommen in Deutschland an, das nach Abzug einzelhandelsfremder Aufwendungen (z.B. Miete, Vorsorge, Versicherungen, Dienstleistungen) potenziell für Ausgaben im Handel verfügbar ist.

Abbildung 2: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern



Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2024

Im nationalen Vergleich weist Großröhrsdorf eine niedrige einzelhandelsrelevante Kaufkraft auf, die mit 91,9 % unter dem bundesdeutschen Referenzwert (100,0 %) rangiert. Folglich steht dem lokalen Handel ein im Bundesvergleich geringeres Ausgabevolumen zur Verfügung.

Der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex von Großröhrsdorf fällt auch im landesweiten Vergleich unterdurchschnittlich aus, ist jedoch tendenziell mit dem sächsischen Landeswert (92,4 %) und auch der Kaufkraft im Landkreis Bautzen (91,5 %) vergleichbar.

Die **Pendler** können ein zusätzliches Potenzial für den Einzelhandel darstellen, da auch Besorgungen auf dem Arbeitsweg und am Arbeitsort getätigt werden. Großröhrsdorf weist mit einem Pendlersaldo von -210 Personen⁸ weniger Ein- als Auspendler auf, so dass auf Grund der negativen Arbeitsplatzzentralität keine zusätzlichen Kaufkraftpotenziale für die Kommune zu erwarten sind.

⁷ Zur besseren Vergleichbarkeit der Einwohnerentwicklung wurde auch die Bevölkerung des im Januar 2017 eingemeindeten Ortes Bretnig-Hauswalde in die Bevölkerungszahl von 2014 mit einbezogen.

⁸ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Gemeindedaten der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Wohn- und Arbeitsort 2024.

3. Einzelhandelsstrukturen in Großröhrsdorf

3.1. Einzelhandelsbestand, Sortimentsstruktur und räumliche Verteilung

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurden im August 2025 alle Handelsbetriebe und deren Verkaufsflächen in Großröhrsdorf erfasst⁹ und gemäß ihrem Umsatzschwerpunkt der jeweiligen Einzelhandelsbranche zugeordnet. Das **flächenseitige Angebot** der 42 Handelsbetriebe beläuft sich auf rd. 18.300 m², was einer Verkaufsflächendichte rd. 1,9 m² je Einwohner entspricht. Die einwohnerbezogene Flächenausstattung rangiert über dem bundesdeutschen Ausstattungswert¹⁰ von rd. 1,5 m² je Einwohner.

Tabelle 3: Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in Großröhrsdorf

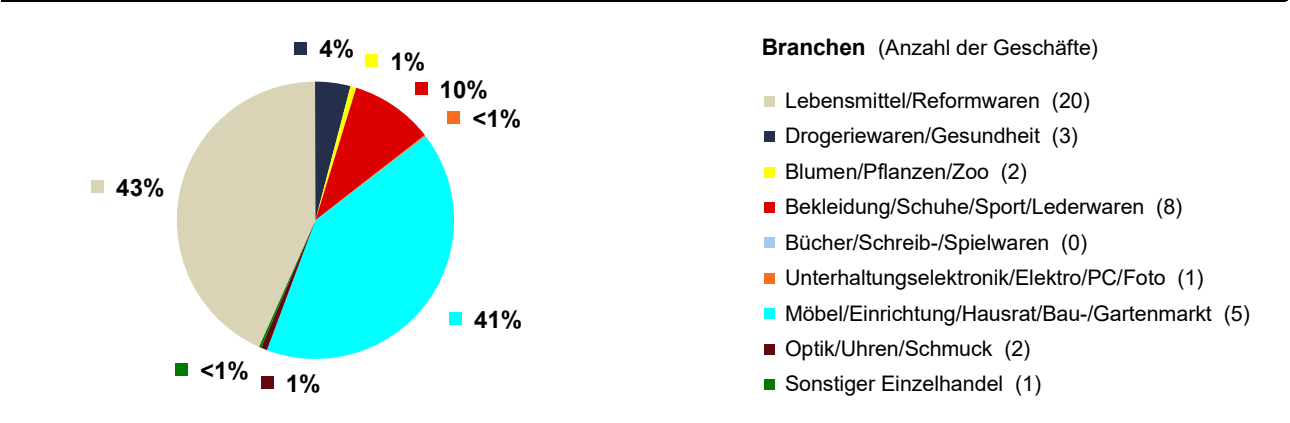
	Verkaufsfläche	Betriebe	Ø Betriebsgröße	Verkaufsflächendichte
	m²	abs.	m²/Betrieb	m²/Einwohner
Großröhrsdorf	18.310	42	~440	1,93

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebung, August 2025 / Einwohner Großröhrsdorf: 9.477 Personen

Zentrale Orte weisen oft eine über dem Bundesdurchschnitt liegende Verkaufsflächendichte auf, da solche Orte auch eine Versorgungsfunktion für ihren umliegenden Raum besitzen und i.d.R. höhere Flächenangebote vorhalten. Unter Beachtung der Flächendichte ist für Großröhrsdorf primär eine **stadtübergreifende Ausstrahlung** des örtlichen Einzelhandels erkennbar, wobei diese Magnetwirkung vor allem durch die Betriebe des Einkaufszentrums Rödertalpark ausgelöst wird.

Die **Einzelhandelsstruktur** von Großröhrsdorf zeigt eine flächenseitige Dominanz des Lebensmittelhandels (ca. 7.900 m² VK), das Angebot ist durch fünf großformatige Lebensmittelmärkte geprägt. Einen hohen Flächenanteil belegt auch die Einrichtungsbranche mit rd. 7.500 m², vertreten u.a. durch einen Baumarkt und zwei Multisortimentsmärkte. Die restlichen Branchen nehmen nur einen geringen Anteil an der gesamtörtlich gemessenen Verkaufsfläche ein, tragen jedoch unter Berücksichtigung der Stadtgröße zu einem relativ breiten Sortimentsmix in Großröhrsdorf bei.

Abbildung 3: Einzelhandelsstruktur Großröhrsdorf



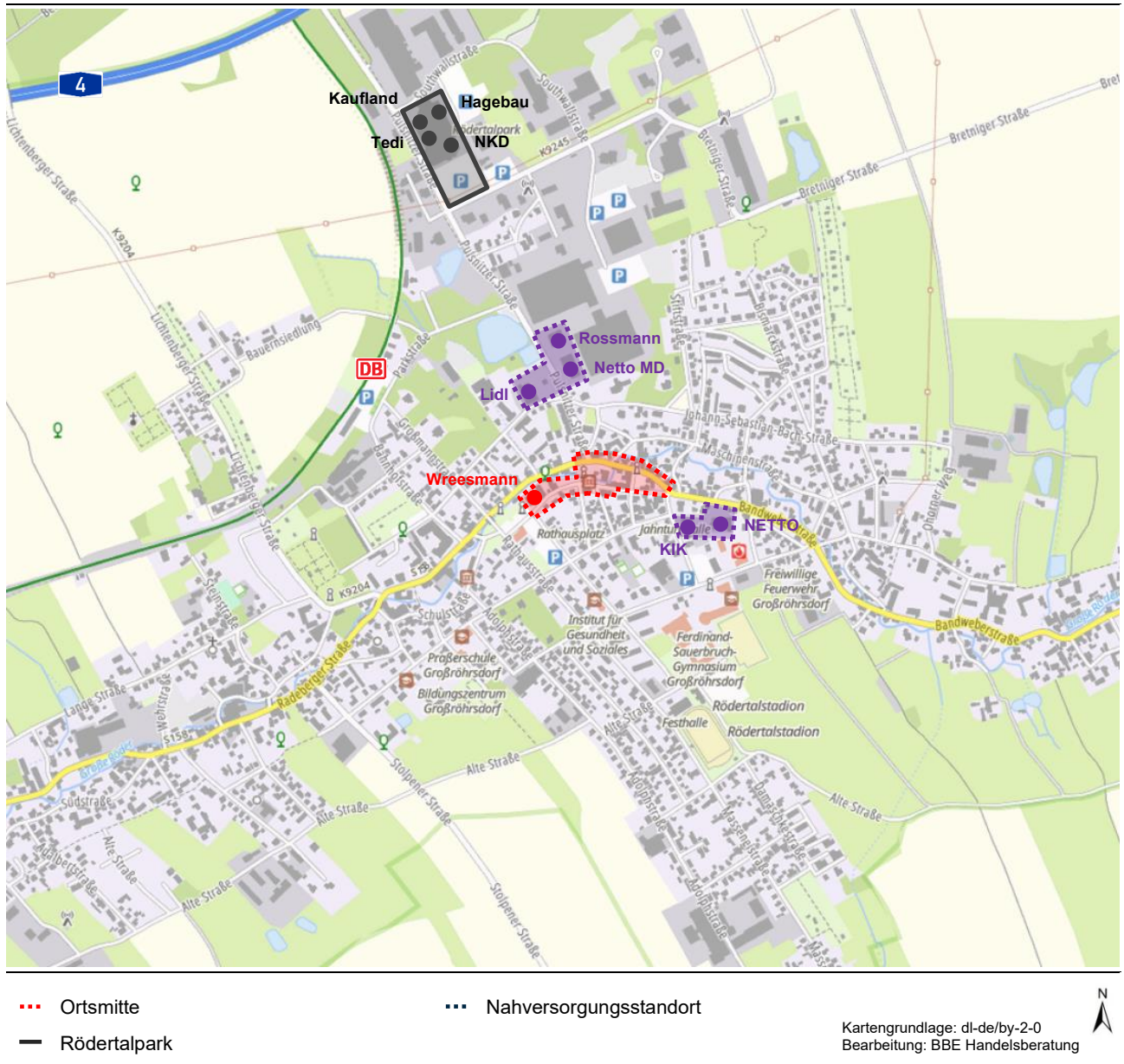
Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, August 2025

9 Die Einzelhandelserhebung wurde für den stationären Einzelhandel im engeren Sinn, d.h. ohne Handel mit Kraftfahrzeugen, Brennstoffen, Versandhandel und ambulantem 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. Bei Betrieben mit angegliederten Produktionsflächen – z.B. Gärtnereien – werden diese Flächen nicht als Einzelhandelsfläche gezählt.

10 Quelle: Statista Hamburg 2025, Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland 2023.

Nachstehend erfolgt überblicksartig eine **kartographische Darstellung** des strukturprägenden Einzelhandelsbestands in Großröhrsdorf.

Karte 2: Strukturprägende Handelslagen/ -betriebe in Großröhrsdorf (nur Kernort)



Hinsichtlich der räumlichen Verteilung des Einzelhandels existiert in der **Ortsmitte** – dies ist der Bereich zwischen Bandweberstraße und Rathausplatz – nur ein geringes Angebot, das sich auf vier Handelsbetriebe mit einer summierten Verkaufsfläche von rd. 1.200 m² beschränkt. Eine komprimierte Einzelhandelslage ist nicht ausgebildet, es fehlen profilbildende Magnetbetriebe und die Angebotsmasse fällt niedrig aus. Der innerörtliche Handel in Großröhrsdorf besitzt – wie oft in vergleichbar großen Orten – keine größere Strahlkraft.

Die Struktur des Ortskerns ist durch eine überwiegend zwei- und dreigeschossige Bebauung geprägt; die vereinzelt Handelsbetriebe und komplementären Nutzungen (v.a. Dienstleistungen) sind in den Erdgeschosslagen der kleinteiligen Wohn- und Geschäftshäuser untergebracht. Auf Grund der kleinstrukturierten Bebauung sind meist kleine Gewerbeeinheiten vorzufinden, wobei der Multisortimentsmarkt Wreesmann (knapp 1.000 m², inkl. Außenverkaufsfläche) eine Ausnahme bildet. Der Markt ist jedoch mit seiner Ausrichtung zur Bandweberstraße nicht in die innerörtliche Geschäftslage an der Mühlstraße eingebunden.

In Großröhrsdorf sind **zwei Nahversorgungsstandorte** ausgebildet. An der südlichen Pulsnitzer Straße sind mit Lidl (inkl. Bäcker), Netto Marken-Discount und Rossmann drei großformatige Märkte aktiv, die auf etwa 2.300 m² ein umfängliches und kompetentes Angebot an nahversorgungsrelevanten Sortimenten offerieren. Zwischen der Bandweberstraße/Schillerstraße sind der Lebensmitteldiscounter Netto (inkl. Fleischer) und ein Getränkemarkt ansässig, ein KIK-Textilmarkt rundet dieses Angebot ab. Die discountorientierten Fachmärkte belegen rd. 1.600 m² Verkaufsfläche, die Baustrukturen sind – wie am Nahversorgungsstandort Pulsnitzer Straße – durch einfache und funktionale Fachmarktgebäude geprägt.

Der handelsseitige Angebotsschwerpunkt ist in Großröhrsdorf im **Rödertalpark** auszumachen. Das Einkaufszentrum – bereits im Jahr 1995 eröffnet – beherbergt über 11.000 m² (aktive) Verkaufsfläche und ist durch die Magnetanbieter Kaufland und Hagebau geprägt. Weitere Fachmarktkonzepte (NKD, Tedi, Mayers Schuhe) und kleinere Handels- und komplementäre Betriebe sorgen für einen ansprechenden Angebotsmix, wenngleich mit dem vormaligen Aldi-Markt (Schließung März 2025) und weiteren Handelsflächen vereinzelte Leerstände zu beobachten sind. Mit Blick auf die hohe Angebotsmasse und die autokundenorientierte Lage erschließt das Einkaufszentrum ein überörtliches Einzugsgebiet.

Neben der vorstehend skizzierten Angebotspalette sind weitere Handelsbetriebe in **Streulagen** ansässig. Im Ortsteil Großröhrsdorf sind dies verschiedene kleinformatige und mittelständische Betriebe, die in Summe nur einen geringen Flächenanteil einnehmen. Im Ortsteil Bretnig-Hauswalde sind neben kleineren Anbietern mit Penny und einem Intersport-Markt zwei größere Unternehmen ansässig.

In der folgenden Tabelle 4 wird abschließend wird die **räumliche Angebotsstruktur** des Großröhrsdorfer Einzelhandels synoptisch abgebildet.

Tabelle 4: Verkaufsflächen und Handelsbetriebe in Großröhrsdorf nach Standortkategorien

	Verkaufsfläche		Betriebe		Ø Betriebsgröße
	m ²	%	abs.	%	m ² /Betrieb
Ortsmitte Großröhrsdorf	1.210	7	4	10	~300
Nahversorgungsstandort Pulsnitzer Str.	2.310	13	4	10	~580
Nahversorgungsstandort Bandweberstr.	1.570	8	4	10	~390
Rödertalpark	11.130	61	11	26	~1.010
Streulagen Großröhrsdorf	520	3	11	26	~50
Streulagen Bretnig-Hauswalde	1.570	8	8	19	~200
Gesamt	18.310	100	42	100	~440

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, August 2025

3.2. Zentrale Versorgungsbereiche

Großröhrsdorf besitzt kein **Einzelhandels- oder Zentrenkonzept**, in welchem die städtebaulichen Zielvorstellungen der Kommune zur Einzelhandelsentwicklung definiert wären. Auf Grund des Fehlens eines solchen städtebaulichen Entwicklungskonzeptes sind demzufolge keine zentralen Versorgungsbereiche im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO ausgewiesen.

Bei **zentralen Versorgungsbereichen** handelt es sich um räumlich abgrenzbare Bereiche, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine maßgebliche 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.¹¹

Einem zentralen Versorgungsbereich muss ferner die städtebauliche Funktion eines Zentrums zukommen, das die kompetente Versorgung des Gemeindegebiets oder zumindest eines größeren räumlichen Teilbereichs mit einem umfassenden Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs und mit Dienstleistungen funktionsgerecht sicherstellen kann.

Mit Blick auf den Handelsbesatz zeigt sich in der **Ortsmitte** von Großröhrsdorf ein geringes Angebot, hier sind lediglich zwei Apotheken und ein Schuhgeschäft ansässig, räumlich abgesetzt ist ein Multisortimentsmarkt (Wreesmann)¹² aktiv. In dem Ortskern – d.h. der Bereich zwischen Bandweberstraße, Mühlstraße und Rathausplatz – sind keine größeren Handelsbetriebe aktiv, die üblicherweise prägend für eine Einkaufsinnenstadt sind (z.B. der Branchen Drogeriewaren, Mode, Sport, Haushaltswaren, Schreibwaren, Spielwaren, Geschenkartikel, Bücher, Optik). Darüber hinaus sind auch keine Lebensmittelanbieter vorzufinden.

Der vorstehend skizzierte Bereich zeigt sich nicht als verdichtetes Handelszentrum; es besteht keine zusammenhängende Einkaufslage. Diese wäre gegeben, wenn sich Handels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe um einen zentralen Platz gruppieren oder beidseitig an einer Einkaufsstraße verortet wären und eine durchgängige Schaufensterfront bilden; eine solch verdichtete Handelslage ist jedoch – auf Grund des rudimentären Angebots, auch mit komplementären Betrieben – nicht ausgeprägt. Zudem sind die Erdgeschosslagen oft durch Wohnraum belegt, eine durchgehende gewerbliche Nutzung ist somit nicht möglich. Im Ergebnis besitzt der Ortskern **nicht die Merkmale eines zentralen Versorgungsbereiches**.¹³

Abbildung 4: Exemplarische städtebauliche Situation in der Ortsmitte (Bandweberstraße/Mühlstraße)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

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

12 Der Ausgang des Wreesmann-Marktes „zeigt“ nicht zur Mühlstraße, sondern zur nördlich verlaufenden Bandweberstraße. Der Markt ist nicht in die Struktur der Mühlstraße eingebunden.

13 Diese Aussage trifft auch für den Ortsteil Brettnig-Hauswalde und hier den Bereich Bischofswerdaer Straße / Zur Aue zu.

Die **Entwicklung eines zentralen Versorgungsbereichs** ist aus gutachterlicher Sicht unrealistisch. Eine überwiegende Belegung der Erdgeschosszonen mit Handelsbetrieben ist nicht umsetzbar, da ein nicht unwesentlicher Teil der Immobilien einer Wohnnutzung unterliegt. Eine prospektive Verwertung mit Einzelhandel ist daher bei vielen Gebäuden objektiv nicht möglich, so dass keine durchgehende bzw. verdichtete Einzelhandelslage geschaffen werden kann.

In der skizzierten Ortsmitte stehen verschiedene Ladenlokale leer. Eine Nutzung dieser Einheiten mit Handel ist jedoch nicht realistisch, da die Wohn- und Geschäftshäuser nur über kleine Grundflächen verfügen und für aktuelle und moderne Handelskonzepte zu klein ausfallen. Es bestehen daher keine größeren Angebotsreserven – vor allem für großformatige Handelsbetriebe – im Bestand.

Eine zukünftige Innenentwicklung der Ortsmitte erscheint zudem unter Berücksichtigung der Nachfrageseite nur schwerlich möglich, da die geringe Mantelbevölkerung in Großröhrsdorf und das hieraus resultierende niedrige Marktpotenzial einen limitierenden Faktor darstellen. Folglich sind der Ansiedlung von Handelsbetrieben nachfrageseitig Grenzen gesetzt, zumal der handelsseitige Angebotsschwerpunkt bereits im Rödertalpark entwickelt wurde. Weitere Potenziale zur Entwicklung einer Einkaufsinnenstadt sind dabei mit Blick auf die dort bereits gebundenen Kunden und Umsätze nicht vorhanden.

Im Fazit der vorstehenden Diskussion kann im Ortskern von Großröhrsdorf kein faktischer zentraler Versorgungsbereich identifiziert werden. Die prospektive Ausprägung eines solchen Bereichs erscheint auf Grund

- des geringen IST-Besatzes an Handelsbetrieben,
- fehlender größerer Leerstands- bzw. Potenzial- oder Freiflächen,
- der bestehenden Nutzung vieler Erdgeschosslagen durch Wohnungen und
- hauptsächlich auf Grund der niedrigen und nicht ausdehnbaren Nachfrageplattform sowie des bereits bestehenden handelsseitigen Angebotsschwerpunkts im Rödertalpark

praktisch ausgeschlossen. Demnach wird in Großröhrsdorf auch zukünftig keine maßgebliche innerörtliche Einzelhandelsentwicklung für eine komplexe, zentral liegende Versorgung stattfinden können, wenngleich der attraktiv sanierte Ortskern als städtebaulicher Mittelpunkt fungiert.¹⁴

Neben dem Vorhandensein eines innerstädtischen Versorgungsbereiches (Hauptzentrum) wurde die Existenz von **weiteren zentralen Versorgungsbereichen** einer niedrigeren Hierarchiestufe geprüft. Es ist zu konstatieren, dass im gesamten Stadtgebiet kein Nahversorgungszentrum vorhanden ist. Dies resultiert aus dem Fehlen eines umfänglichen und komprimierten, auf die Nahversorgung fokussierten Angebots in einer wohnsiedlungsintegrierten Lage. Dieses ist in den bestehenden Wohnquartieren nicht vorhanden, obwohl mit Lidl, Netto Marken-Discount, Netto und Penny vier Lebensmittelmärkte ansässig sind. Diese Betriebe stellen jedoch hinsichtlich des limitierten Angebotsmixes, dem Fehlen von komplementären Nutzungen sowie der städtebaulichen Struktur kein sog. Nahversorgungszentrum¹⁵ dar, wenngleich diese Märkte eine wichtige Grundversorgungsfunktion übernehmen.

14 Sollte dennoch ein zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen werden, so wäre dies in einem Einzelhandelskonzept zu verankern. Es wären realistische und umsetzbare Optionen für eine Entwicklung des Ortskerns hin zu einem zentralen Versorgungsbereich aufzuzeigen.

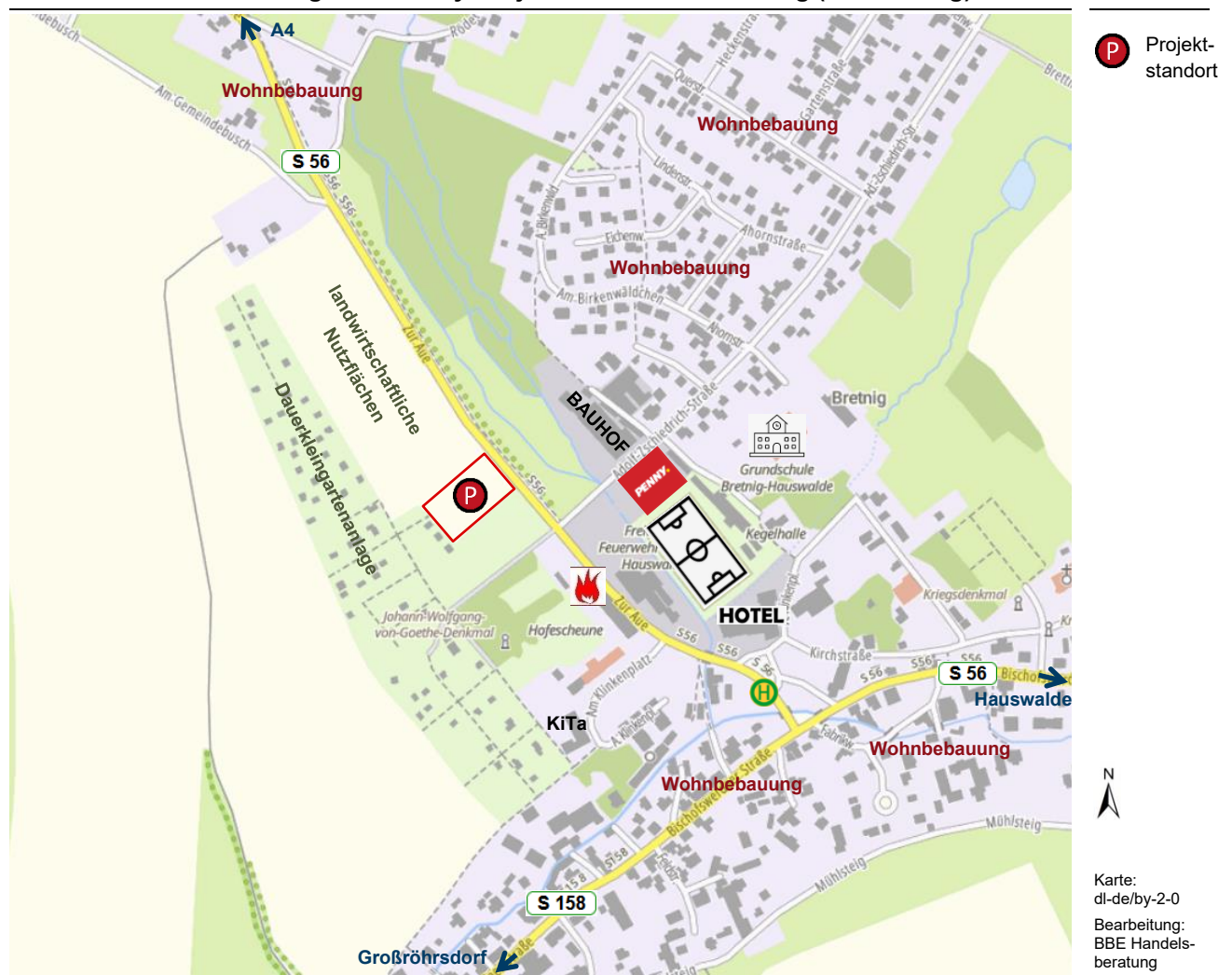
15 Nahversorgungszentren offerieren vorwiegend Waren des kurzfristigen Bedarfs. Der Einzelhandel wird durch Dienstleistungen und ggf. Gastronomieangebote ergänzt, so dass eine gewisse Funktionsbündelung besteht. Diese Versorgungsbereiche besitzen im Vergleich zu Innenstadtzentren einen kleineren Einzugsbereich, der i.d.R. Stadtquartiere oder Wohnortlagen umfasst. Meist sind diese Versorgungszentren durch einen „Frequenzbringer“ gekennzeichnet, um welchen sich diverse andere Einzelhandelsanbieter mit einem ergänzenden, ggf. auch konkurrierenden Angebot gruppieren. Diese Versorgungsbereiche müssen ein umfassendes Nahversorgungsangebot vorhalten, wobei ein Supermarkt oder Discounter i.d.R. als Magnetbetrieb unverzichtbar ist. Ferner muss ein Nahversorgungszentrum auch einen gewissen, über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich mit städtebaulichem Gewicht haben. vgl. Urteile BVerwG [4 C 1.08] und [4 C 2.08] vom 17.12.2009.

4. Mikrostandort

Der neue Penny-Standort ist im Ortsteil Bretinig-Hauswalde und hier in Bretinig (rd. 2.300 Ew.) verortet. Die **Umfeldnutzung** ist nördlich des Penny-Marktes durch landwirtschaftliche Nutzflächen geprägt, nordöstlich und östlich zeigen sich entlang des Flusslaufs der Großen Röder auch leicht bewaldete Flächen.

Südlich des Penny-Standorts schließt sich eine begrünte Freifläche an, es folgt das Areal des Hofeparks. In diesem Bereich ist die Feuerwehr untergebracht, ebenso u.a. das Gemeindeamt und eine Kindertagesstätte. Südöstlich befindet sich der bestehende Penny-Markt, hier grenzen ein Sportplatz und ein Gewerbebetrieb (Gäbler Stahl) an. Westlich des Penny-Areals ist eine Dauerkleingartenanlage situiert.

Karte 3: Mikroörtliche Lage des Penny-Projektstandortes in Bretinig (Skizzierung)



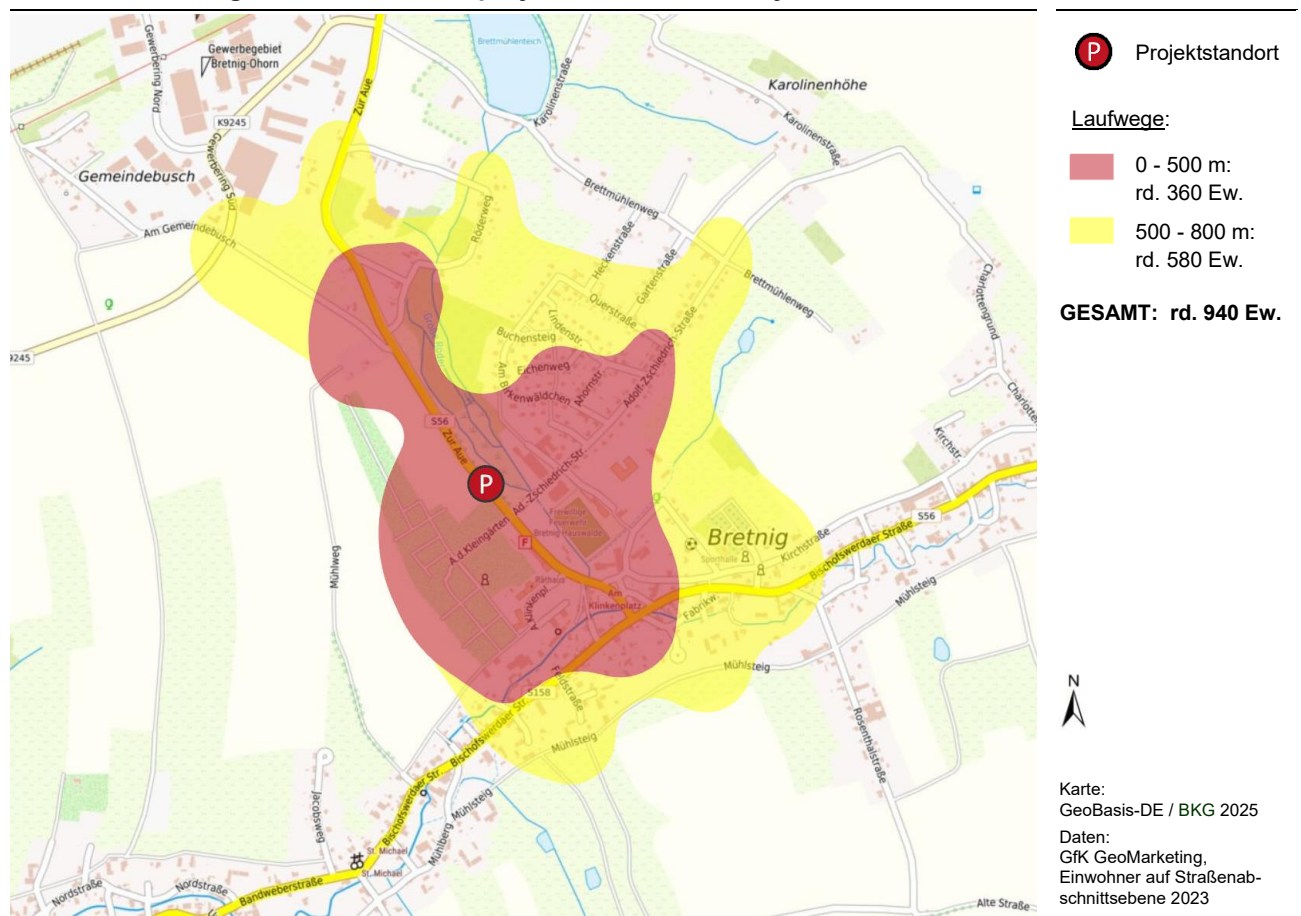
Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Penny-Marktes erfolgt über die Straße Zur Aue, als Staatsstraße (S56) ausgewiesen. Folglich ist der Marktstandort sowohl aus umliegenden Wohnquartieren in Bretinig als auch aus weiter entfernten Siedlungsgebieten gut anfahrbar.

Die Anfahrt der Parkplatzanlage des Penny-Marktes erfolgt direkt von dem Straßenzug Zur Aue. Auf dem Parkplatzareal sind knapp über 70 betriebseigene **Pkw-Abstellplätze** geplant. Unter Berücksichtigung der avisierten Gesamtverkaufsfläche ist eine ausreichende Stellplatzanzahl vorhanden.

Die **ÖPNV-Anbindung** der neuen Penny-Filiale erfolgt über eine Bushaltestelle südlich des Marktstandortes. Der Haltepunkt („Wendeplatz“) befindet sich am Klinkenplatz in einer Entfernung von rd. 300 Metern und wird in einer regelmäßigen Taktung durch Regionalbuslinien bedient. Demnach verfügt der Penny-Standort in einer fußläufigen Entfernung über einen qualifizierten und ortsüblichen ÖPNV-Anschluss.

Die geplante Penny-Filiale weist in ihrem **fußläufigen Nahbereich**¹⁶ ein verhältnismäßig hohes Bevölkerungspotenzial auf. Der Markt ist aus der östlich angrenzenden Wohnsiedlung und auch den verdichteten Wohngebieten südlich des Standortes fußläufig erreichbar. Die Baustrukturen sind in diesen Siedlungsgebieten überwiegend durch eine lockere und zweigeschossige Wohnbebauung geprägt.

Karte 4: Fußläufiger Nahbereich der projektrelevanten Penny-Filiale



Im engeren fußläufigen Nahbereich (Laufwege bis 500 m) des Penny-Standorts leben knapp 400 Einwohner, im gesamten Nahbereich (Laufwege bis 800 m) wohnen rd. 900 Personen. Die Einwohner in dem Nahbereich entsprechen ca. 30 % der Bewohner¹⁷ von Bretnig-Hauswalde. Somit kann der Lebensmittelmarkt – trotz seiner städtebaulichen Randlage – für einen nicht unwesentlichen Teil der örtlichen Bevölkerung eine qualifizierte Nahversorgung anbieten.

In Bezug auf seine **Einzelhandelsfunktion** stellt der Penny-Markt die Grundversorgung sicher, was sich aus der Einstufung des Sortimentes ableitet. Penny führt Warengruppen mit einer hohen und wiederkehrenden Nachfragehäufigkeit, das Kernsortiment des Lebensmittelmarktes setzt sich aus dem kurzfristigen bzw. periodischen Bedarf (Lebensmittel, Drogeriewaren, Tiernahrung – sog. nahversorgungsrelevante Sortimente)

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

¹⁷ In Bretnig-Hauswalde wohnen rd. 3.100 Personen (vgl. Seite 6).

zusammen und belegt den Großteil der Verkaufsfläche. Demzufolge unterliegt das Sortiment einer häufigen und permanenten Nachfrage („täglicher Bedarf“) und dient der Grundversorgung¹⁸ der Bevölkerung.

Neben der Fristigkeit des Angebots ist die räumliche Dimension zu betrachten. Die Versorgungsfunktion des Penny-Marktes erstreckt sich über den Ortsteil Bretnig-Hauswalde und hier vornehmlich auf Bretnig. Der Markt ist aus diesem Siedlungsgebiet zeitnah erreichbar. Der Penny-Standort verfügt in seinem Nahbereich mit rd. 900 Einwohnern (vgl. Karte 4) über ein hohes Konsumentenpotenzial und kann für die umliegend wohnenden Verbraucher eine wohnortnahe und qualifizierte Nahversorgung anbieten. Demzufolge ist dem Lebensmittelmarkt eine **Nahversorgungsfunktion** zuzusprechen, wobei Penny der einzige Lebensmittelmarkt in Bretnig-Hauswalde und somit der Träger der Grundversorgung für diesen Ortsteil ist.

¹⁸ Unter Grundversorgung wird die verbrauchernahe Deckung des überwiegend kurzfristigen Bedarfs an Nahrungs- und Genussmitteln, Drogerieerzeugnissen u.ä. verstanden.

5. Markt-/ Wettbewerbsanalyse

5.1. Einzugsgebiet

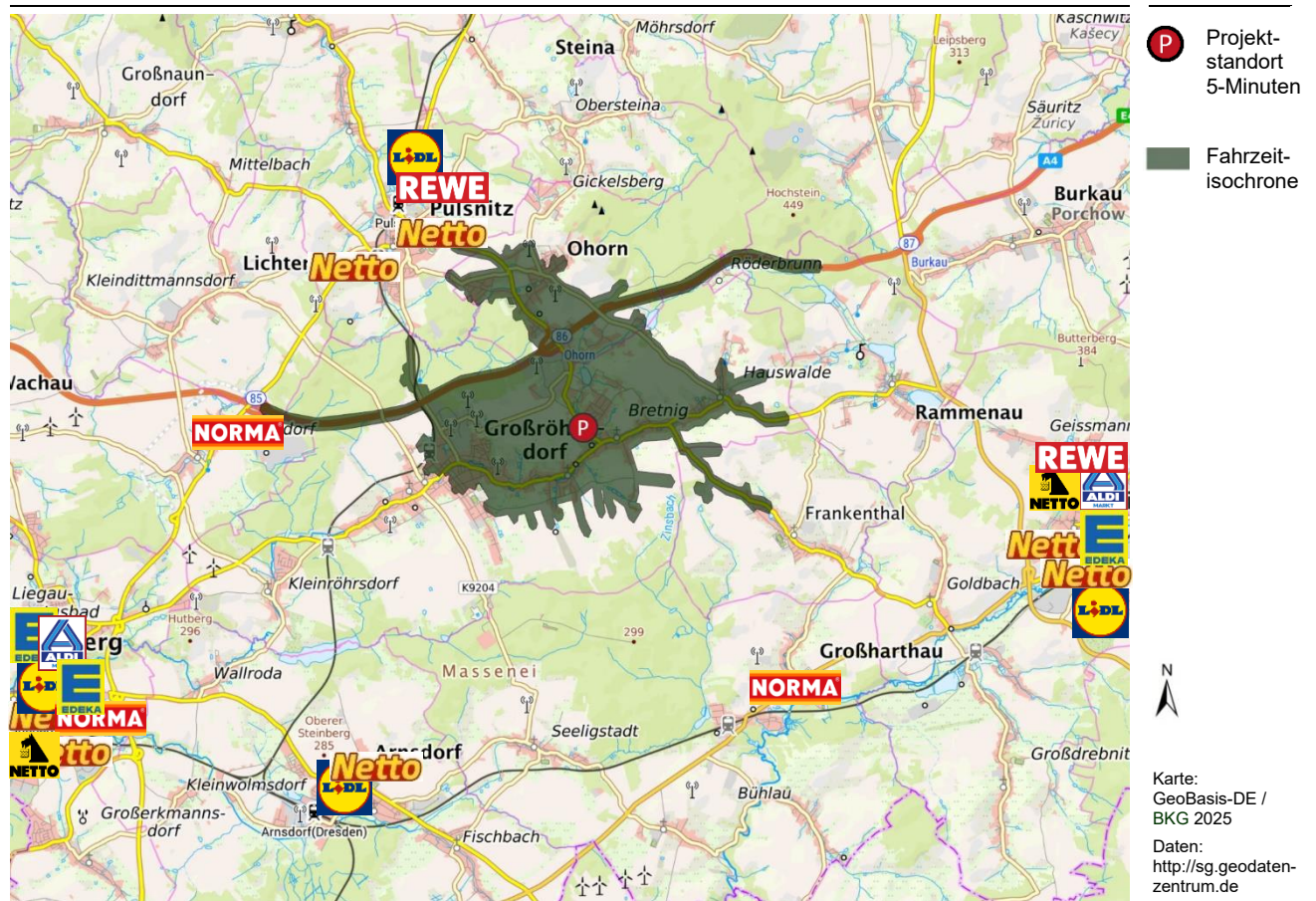
Als Einzugsgebiet wird ein räumlich abgegrenzter Bereich definiert, aus dem Konsumenten regelmäßig Versorgungsangebote eines Handelsbetriebs in Anspruch nehmen. In diesem Bereich ist jedoch von keiner ausschließlichen Einkaufsorientierung nur zu einem Handelsunternehmen auszugehen, da sich Verbraucher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

Zur **Abgrenzung des Einzugsgebiets** des Penny-Marktes sind folgende Kriterien eingeflossen:

- die Fristigkeit der Nachfrage nach Lebensmitteln und der hierfür in Kauf genommene Zeitaufwand,¹⁹
- die Zeit- und Wegedistanzen zum Erreichen des Penny-Standortes und die Verkehrsanbindung,
- die Standortqualität und die Strahlkraft des Penny-Marktes,
- bereits bestehende Kundenverflechtungen von Penny und
- das konkurrierende Angebot an Lebensmittelmärkten im Umfeld von Großröhrsdorf.

Von besonderer Bedeutung für die Abgrenzung des Einzugsgebiets ist neben der Erreichbarkeit vor allem die Angebotslage im Lebensmittelhandel im Umland von Großröhrsdorf. Die aufgezeigten Anbieter stellen einen begrenzenden Faktor für das Einzugsgebiet des prüfungsrelevanten Penny-Marktes dar.

Karte 5: Wettbewerbsstandorte im Umland von Großröhrsdorf und 5-Minuten-Fahrzeitzone



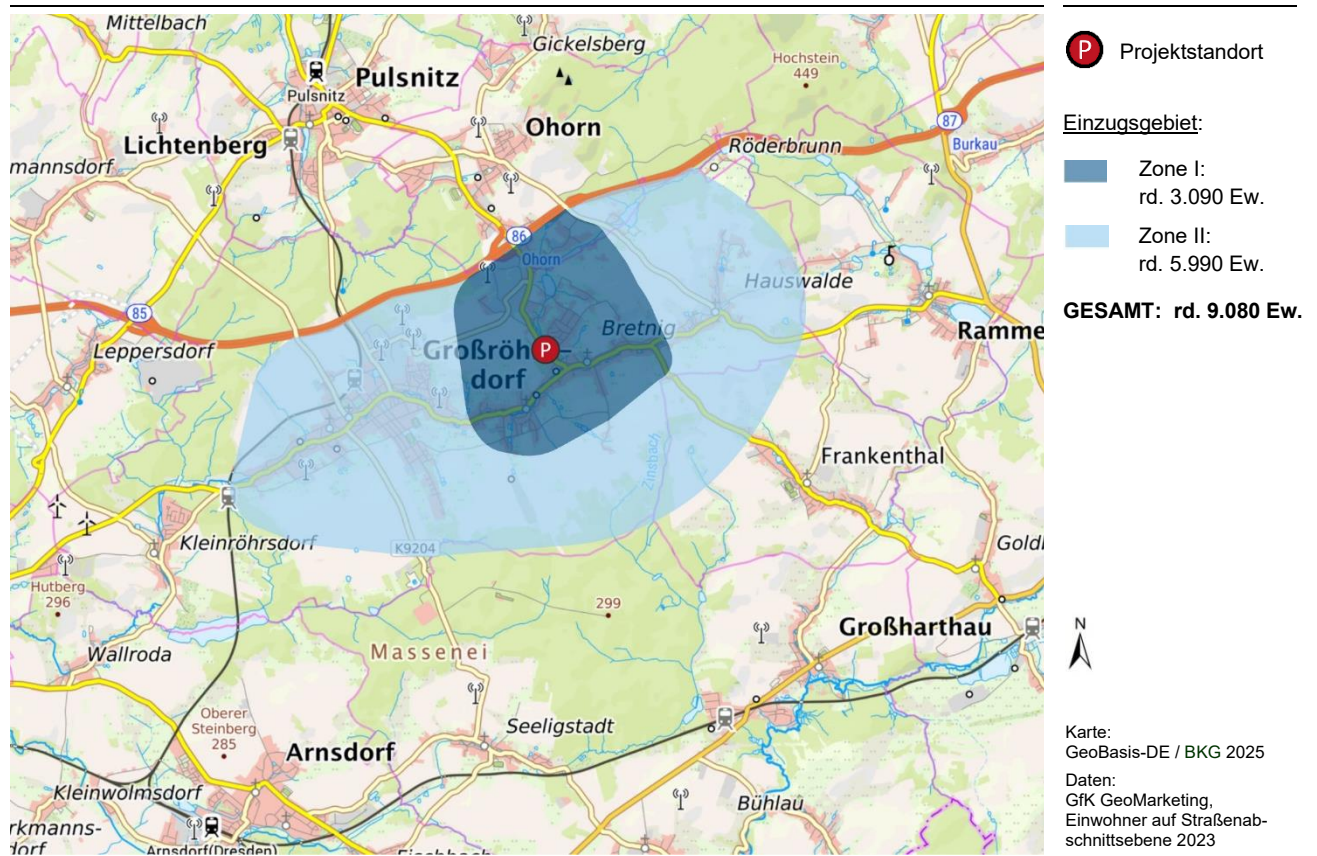
¹⁹ Verbraucher akzeptieren zum Lebensmittelkauf i.d.R. eine Entfernung zwischen Wohnung und Einkaufsort von 5 bis max. 10 Auto-Minuten.

Der Marktbereich von Penny wird durch **konkurrierende Lebensmittelmärkte** in umliegenden Kommunen limitiert. Hierbei ist in Radeberg und in Bischofswerda ein umfängliches Lebensmittelangebot mit einer überörtlichen Strahlkraft ausgebildet. Weiterhin ist in umliegenden Orten ebenfalls ein attraktives Angebot vorzufinden, wobei diese Kommunen ihre jeweils lokale Bevölkerung und auch umliegende Gemeinden versorgen und somit den Marktbereich der Penny-Filiale in Großröhrsdorf begrenzen.

Maßgeblich wird der Einzugsbereich auch durch die **Erreichbarkeit** begrenzt, da für 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 speziell Güter des täglichen Bedarfs angesichts 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 Penny-Planstandortes, der skizzierten regionalen Angebotssituation und auch geotopographischer Strukturen wird in Folge das **Einzugsgebiet** des Penny-Marktes nach den zu erwartenden Intensitätsabstufungen hinsichtlich der Kundenbindung zonierte.

Karte 6: Zonierung des Einzugsgebiets des prüfungsrelevanten Penny-Marktes



Das Naheinzugsgebiet (Zone I) des zu prüfenden Penny-Marktes konzentriert sich auf den Ortsteil Bretnig und direkt angrenzende Gebiete sowie auf den Stadtteil Röderhäuser von Ohorn, südlich der Autobahn A4 gelegen. Aus diesem Bereich ist der Penny-Lebensmittelmart zeitnah – aus Teilen auch fußläufig – zu erreichen. In diesem Marktbereich leben knapp 3.100 Personen.

Das erweiterte Einzugsgebiet (Zone II) von Penny umfasst die restlichen Gemeindeteile von Großröhrsdorf, mit Ausnahme von Kleinröhrsdorf. In diesem Marktbereich wohnen rd. 6.000 Personen, dementsprechend kann der Penny-Markt in Summe auf ein Konsumentenpotenzial von rd. 9.100 Personen zurückgreifen.

Grundlegend sind Einzugsgebiete nicht als statische Gebilde anzusehen, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil stammt. Mögliche diffuse Zuflüsse von außerhalb liegen in der Natur der Sache; der aufgezeigte Marktbereich der Penny-Filiale endet deshalb nicht punktgenau an der dargestellten Grenze. Für den Lebensmittelmarkt ist mit weiteren Erlösen zu rechnen, die aus **Streuumsätzen** (diffuse Umsätze ohne direkten Ortsbezug) resultieren.

Diese Erlöse ergeben sich von Zufallskunden oder von aperiodisch einkaufenden Verbrauchern (z.B. bei Werbeaktionen). Die umliegenden Gebiete außerhalb des abgegrenzten Einzugsbereichs sind jedoch nicht zum festen Marktgebiet des Penny-Marktes zu zählen, da die Verflechtungsintensität signifikant nachlässt und bereits mit verstärkten Einflüssen von konkurrierenden Lebensmittelmärkten in Großröhrsdorf und in umliegenden Kommunen (vgl. Karte 5) zu rechnen ist.

5.2. Marktpotenzial

Die Berechnung des Nachfragepotenzials in dem Einzugsgebiet erfolgt auf Grundlage der bundesdurchschnittlichen jährlichen **Pro-Kopf-Ausgaben** für das vorhabenrelevante Sortiment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Getränke/Tabakwaren).

Der Durchschnittswert der Verbrauchsausgaben wird mit der **sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffer** an die Verhältnisse im Einzugsgebiet angepasst. Die sortimentsspezifische Kaufkraft spiegelt die Nachfrage privater Haushalte für spezielle Sortimente wider. Sie weicht von der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ab, die zusammenfassend die Ausgaben über alle Sortimente im Einzelhandel darstellt (vgl. Abb. 2). Durch die sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffer werden die unterschiedlichen Elastizitäten innerhalb der einzelnen Handelsbranchen – im vorliegenden Fall für die Lebensmittelbranche – berücksichtigt.²⁰

Die beiden vorstehenden Determinanten werden mit dem **Einwohnerpotenzial** in dem abgegrenzten Einzugsgebiet des Penny-Marktes multipliziert, so dass sich das einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen nach Lebensmitteln in dem zonierten Marktgebiet errechnet.

Tabelle 5: Marktpotenzial der projektrelevanten Branche Lebensmittel im Einzugsgebiet

	Einwohner	Verbrauchs- ausgaben p.a.	sortimentsspez. Kaufkraftindex ²¹	Marktpotenzial
	abs.	EUR p.P.	%	Mio. EUR p.a.
Zone I	3.090	2.999	92,3	8,55
Zone II	5.990	2.999	92,2	16,56
Summe	9.080			25,11

Quelle: Institut für Handelsforschung Köln, Marktvolumina 2024

MB-Research Nürnberg, Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern für die Branche Nahrungs- und Genussmittel für Großröhrsdorf und Ohorn

Basierend auf dem Konsumentenpotenzial, den jährlichen Verbrauchsausgaben und unter Berücksichtigung des sortimentsspezifischen Kaufkraftniveaus errechnet sich in dem Marktbereich der Penny-Filiale eine jährliche **Nachfrageplattform nach Lebensmitteln** in Höhe von rd. 25,1 Mio. EUR.

²⁰ Hinsichtlich der unterschiedlichen demographischen und einkommensseitigen Bestimmungswerte weichen die sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffern innerhalb der einzelnen Branchen ab und stimmen auch mit der durchschnittlichen Kaufkraft einer Kommune nicht überein.

²¹ Die sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffer der Zone I des Einzugsgebietes wurde aus den mit der Einwohnerzahl gewichteten Kaufkraftwerten von Großröhrsdorf und Ohorn gebildet.

5.3. Angebot

Im August 2025 wurden alle Lebensmittelanbieter im Rahmen einer Vor-Ort-Erhebung in dem zonierte Einzugsgebiet erfasst. Das Angebot beschränkt sich auf Großröhrsdorf, da in dem zum Einzugsgebiet zählenden Teil von Ohorn (Ortsteil Röderhäuser) kein Einzelhandel vorzufinden war.

Die **Betriebstypenstruktur** (vgl. Anlage 1) wird durch die Betriebsform Verbrauchermarkt geprägt, da Kaufland den flächenseitig größten Anbieter in Großröhrsdorf darstellt. Der Betrieb offeriert auf rd. 3.900 m² ein attraktives Vollsortiment auf Discountniveau, das durch eine hohe Auswahlbreite und -tiefe geprägt ist; eine Non-Food-Abteilung ergänzt das Angebot. Auf Grund der Leistungsfähigkeit und der autokundenorientierten Lage besitzt Kaufland eine hohe Verbraucherakzeptanz und eine überörtliche Strahlkraft.

Die vier Discounter in Großröhrsdorf (Lidl, Penny, Netto Marken-Discount, Netto) nutzen eine summierte Verkaufsfläche von rd. 3.200 m². Die Discountmärkte decken ein preisorientiertes Warenssegment ab, deren Angebotspalette ist auf Lebensmittelteilsortimente bzw. sogenannte Schnelldreher begrenzt. Alle Discounter führen ein standardisiertes Sortiment.

Die Angebotsvielfalt hat sich in Großröhrsdorf im Discountsegment vermindert, da Aldi seine Filiale im Obergeschoss des Rödertalparks im März 2025 ersatzlos geschlossen hat. Die Fläche steht aktuell leer.

Abbildung 5: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Großröhrsdorf (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Neben den benannten Unternehmen ergänzen weitere Betriebsformen das Lebensmittelangebot. In Großröhrsdorf sind zwei Getränkemärkte mit einer Verkaufsfläche von rd. 400 m² ansässig, die das Angebot in den Warengruppen alkoholische und nicht-alkoholische Getränke kompetent abdecken.

In Großröhrsdorf existieren neun Betriebe des Nahrungsmittelhandwerks (Bäcker, Fleischer), welche die Lebensmittelversorgung im Frischebereich komplettieren. Insgesamt präsentieren sich die Ladenhandwerker attraktiv und marktgerecht und belegen eine gemessene Verkaufsfläche von knapp 300 m².

Eine flächenmäßig untergeordnete Bedeutung haben sonstige Lebensmittelanbieter, die ausgewählte bzw. spezialisierte Lebensmittelteilsortimente anbieten. Hierzu zählen ein Süßwarenanbieter, ein Obst-/Gemüsegeschäft, ein Tabakwarenanbieter und ein Tankstellenshop.

Abbildung 6: Sonstige Lebensmittelanbieter in Großröhrsdorf (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Mit Blick auf die **räumliche Verteilung** des Lebensmittelhandels ist der Großteil der Betriebe und auch der Verkaufsfläche im Ortsteil Großröhrsdorf verortet. Das Angebot ist vor allem im Rödertalpark und an den beiden Nahversorgungsstandorten Pulsnitzer Straße und Bandweberstraße konzentriert (vgl. Karte 2). In Bretnig-Hauswalde ist der Besatz durch den projektrelevanten Penny-Markt geprägt.

Abschließend wird der **Angebotsbesatz** in Großröhrsdorf, differenziert nach Betrieben, Verkaufsflächen und generiertem Umsatz²² dargestellt. In Großröhrsdorf sind keine zentralen Versorgungsbereiche ausgebildet, so dass keine Unterscheidung nach diesen schützenswerten Lagen und den sonstigen Standorten erfolgen kann. Es wurde somit eine Differenzierung nach den beiden Nahversorgungsstandorten, dem Angebot im Rödertalpark und in Streulagen vorgenommen (vgl. auch Pkt. 3.1).

Tabelle 6: Angebotsnetz des Lebensmitteleinzelhandels in Großröhrsdorf

	Betriebe	Verkaufsfläche	Umsatz	Raumleistung
	abs.	m ²	Mio. EUR	EUR/m ²
Nahversorgungsstandort Pulsnitzer Str.	3	1.690	9,80	5.800
Nahversorgungsstandort Bandweberstr.	3	1.060	4,69	4.420
Rödertalpark	5	4.040	21,85	5.410
Streulagen	9	1.150	6,11	5.310
Gesamt	20	7.940	42,45	5.350

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen

Die Raumleistung²³ innerhalb der einzelnen Handelslagen zeigt sich eine übliche lagebedingte Differenz, wobei z.B. Kleinbetriebsformen oder auch Discounter im Vergleich zu anderen Betriebstypen grundsätzlich eine höhere Flächenleistung generieren.

²² Die Bewertung des Umsatzes (Brutto-Jahresumsatz) jedes einzelnen Lebensmittelanbieters erfolgt auf Grundlage der betreiberspezifischen Raumleistung, die mit der Verkaufsfläche multipliziert wird. Durch die Vor-Ort-Begehung jedes einzelnen Betriebes werden in der Umsatzbewertung ebenfalls qualitative Aspekte, die Leistungsfähigkeit, mikroräumliche und lageseitige Standortbedingungen berücksichtigt.

²³ Die Raumleistung errechnet sich aus dem Verhältnis des Umsatzes und der Verkaufsfläche und kennzeichnet die Flächenauslastung eines Handelsbetriebes. Im Lebensmittelhandel sind deutliche Abweichungen innerhalb einzelner Betriebsformen zu beobachten (vgl. Anlage 3).

6. Bewertung des Projektvorhabens

6.1. Rechtliche Beurteilungsgrundlagen

Für das Areal des Penny-Standortes soll ein **Bebauungsplan** aufgestellt werden, um die planungsrechtliche Zulässigkeit des großflächigen Handelsbetriebes zu ermöglichen; ein entsprechender Aufstellungsbeschluss wurde seitens des Großröhrsdorfer Stadtrates im März 2025 einstimmig gefasst.

Im Rahmen des Bebauungsplanverfahrens ist zu untersuchen, ob von dem Projektvorhaben nicht nur unwesentliche **Auswirkungen auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung** in den Orten des Einzugsgebiets ausgehen. Insbesondere ist zu prüfen, welche Auswirkungen

- auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung und
- auf die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche

im Sinne von § 1 Abs. 6 Satz 4 BauGB i.V.m. § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO anzunehmen sind. Bei der Bewertung spielen vor allem die ökonomischen Auswirkungen (d.h. die Umsatzzumlenkungen) auf zentrale Versorgungsbereiche und 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.²⁴ 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.²⁵

Tabelle 7: Orientierungswerte der Umsatzzumverlagerungen 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)²⁶

24 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.

25 Die Diskussion der obergerichtlichen Rechtsprechung, ab welchen „Schwellenwerten“ negative städtebauliche Folgen zu erwarten sind, reicht von einer Umsatzzumlenkung 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).

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

Unter Berücksichtigung des Gebots der Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB kommt es nicht primär auf die in vorstehender Tabelle 7 benannten Schädlichkeitswerte an, sondern dass unter Beachtung des „Entwicklungsaspekts“ eine Umsatzzumverlagerung auch unterhalb der zitierten Schädlichkeitsschwelle von 10 % abwägungsrelevant ist.

Der benannte Richtwert ist daher schematisch und beachtet 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.²⁷

Beispielsweise sind bei einer bestehenden Vorschädigung, zum Beispiel 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 zu erwarten. Der **Abwägungsschwellenwert von 10 %** ist somit ein wesentlicher Indikator für mögliche schädliche Auswirkungen, jedoch nicht als „Demarkationslinie“ zu sehen.²⁸

Mögliche Umsatzzumlenkungen, die keine negativen 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.

Zentrale Versorgungsbereiche sind i.d.R. in städtebaulichen Konzepten definiert und sind nachvollziehbar²⁹ an den eindeutigen Verhältnissen vor Ort zu identifizieren. Diese Bereiche können neben der besonders zu schützenden Innenstadt auch Stadtteil-, Quartiers- und Ortsteilzentren umfassen.

Im vorliegenden Fall besitzt Großröhrsdorf kein Einzelhandelskonzept, so dass in Ermangelung eines städtebaulichen Entwicklungskonzepts keine zentralen Versorgungsbereiche ausgewiesen sind. Solche Versorgungsbereiche konnten auch nach einer Ortsbegehung (vgl. Pkt. 3.2) nicht identifiziert werden, so dass Auswirkungen auf solche schutzwürdigen Bereiche auf Grund des Nichtvorhandenseins bereits an dieser Stelle auszuschließen sind. Dieser Fakt trifft auch den Ohorner Ortsteil Röderhäuser – im Einzugsgebiet des Penny-Marktes – zu, hier ist überhaupt kein Einzelhandel und folglich kein zentraler Versorgungsbereich vorzufinden.

²⁷ vgl. Qualitätskriterien für Einzelhandelsgutachten der Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. (gif), Juli 2020, Seite 98/100.

²⁸ 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 – Umsatzzumverteilungssätze 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.

²⁹ vgl. Beschluss BVerwG [4 B 5.09] vom 12.02.2009.

6.2. Wirkungsanalyse des Penny-Vorhabens

6.2.1. Umsatzprognose

Für den flächenseitig erweiterten Penny-Markt wird nachstehend eine Umsatzherkunftsprognose auf Basis des potenziell erzielbaren Marktanteils im Einzugsgebiet (= **Marktanteilkonzept**³⁰) erstellt. Auf Grundlage

- der Lagequalität des Projektstandortes,
- der Größe, des Betriebstyps und der spezifischen Leistungsfähigkeit des Betreibers,
- der lokalen Nachfrageplattform und
- der Wettbewerbsintensität in dem Einzugsgebiet

ist für den angefragten Lebensmittelmarkt mit einem jährlichen Zielumsatz zwischen 4,7 und 4,9 Mio. EUR zu kalkulieren. Die folgende Tabelle stellt die **Umsatzprognose** (vgl. Karte 6 i.V.m. Tab. 5) des Penny-Marktes in seinem Einzugsgebiet dar, wobei für die weiteren Berechnungen im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung mit dem maximal zu erwartenden Umsatz des Betriebes gerechnet wird.

Tabelle 8: Marktanteilsprognose der prüfungsrelevanten Penny-Filiale

	Einzugsgebiet	Marktpotenzial Mio. EUR	Ø Marktanteil min. / max. %	Umsatz	
				min.	max.
				Mio. EUR p.a.	Mio. EUR p.a.
Food	Zone I	8,55	~28 / ~29	2,40	2,48
	Zone II	16,56	~9 / ~10	1,49	1,66
	<i>Zwischensumme</i>	<i>25,11</i>	<i>~15 / ~16</i>	<i>3,89</i>	<i>4,14</i>
Non-Food				0,53	0,56
	<i>Zwischensumme</i>			<i>4,42</i>	<i>4,70</i>
Streuumsätze				0,24	0,26
Gesamt				4,66	4,96

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnung

Im Naheinzugsgebiet des Discounters (Zone I) ist von einem Marktanteil von maximal rd. 29 % auszugehen, der hier generierte Lebensmittelumsatz wird bei rd. 2,5 Mio. EUR liegen. Eine höhere Marktdurchdringung ist nicht möglich, da sich Konsumenten nicht ausschließlich in der Penny-Filiale versorgen, sondern auch andere Betriebe zur Deckung ihrer Nachfrage aufsuchen. Zudem sind in Großröhrsdorf weitere attraktive Lebensmittelmärkte ansässig, eine Erhöhung des Penny-Marktanteils ist objektiv nicht möglich.

Im Einzugsgebiet der Zone II ist von einer deutlich nachlassenden Marktdurchdringung auszugehen, da die Konsumenten aus diesem Bereich vor allem zu anderen Versorgungsstandorten in Großröhrsdorf tendieren. In dem skizzierten Marktbereich ist mit einem durchschnittlichen Marktanteil von rd. 10 % zu rechnen, dies entspricht einem zu erwartenden Jahresumsatz mit Lebensmitteln von rd. 1,7 Mio. EUR.

30 „Bei der Marktanteilmethode werden für ein Planvorhaben Marktanteile geschätzt, die es in einzelnen Zonen seines Einzugsgebietes voraussichtlich erzielen kann, d.h. Anteile, die das Vorhaben voraussichtlich an der in diesen Zonen vorhandenen Kaufkraft an sich ziehen kann (auch als Kaufkraftbindungsquoten bezeichnet), woraus sich sein Umsatz ableiten lässt.“
 „Für jede Zone wird abgeschätzt, welche Kaufkraftabschöpfung realistisch erscheint. Der sich so ergebende Umsatz für das Objekt wird mit Benchmarks zur Flächenproduktivität verglichen, wobei dies der Kontrolle und Plausibilisierung dient.“
 vgl. Qualitätskriterien für Einzelhandelsgutachten der Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. (gif), Juli 2020, S. 143/145.

Neben den Umsätzen aus dem Kernsortiment Lebensmittel in Höhe von rd. 4,1 Mio. EUR werden von dem Discounter weitere Erlöse mit den Randsortimenten des Non-Food I und II (vgl. Anlage 2) generiert; die jährlichen Erträge werden bei knapp 0,6 Mio. EUR liegen.

Die Non-Food-Randsortimente nehmen bei Penny-Märkten ca. 12 % der Fläche ein. Der Non-Food-Bereich setzt sich neben festen Non-Food I-Artikeln (Drogeriewaren, Heimtiernahrung, ca. 7 %) zu einem weiteren Teil aus Angeboten verschiedenster Sortimente des Non-Food II (ca. 5 %) zusammen. Damit belegen

- die *nahversorgungsrelevanten Sortimente* (Food und Non-Food I, d.h. Lebensmittel, Drogeriewaren, Heimtiernahrung) rd. 95 % der Verkaufsfläche und
- die *nicht-nahversorgungsrelevanten Sortimente* (Non-Food II) rd. 5 % der Verkaufsfläche.

Die Non-Food II-Artikel stellen eine Ergänzung des Hauptsortiments dar und sind flächen- und umsatzmäßig dem nahversorgungsrelevantem Kernsortiment deutlich untergeordnet. Da es sich um unterschiedliche und zudem wechselnde Warengruppen handelt, ist durch die geringe Größe der jeweiligen sortimentsbezogenen Verkaufsfläche keine konkrete Zuordnung der Flächen und der Umsätze zu einzelnen Sortimenten möglich.

Zuzüglich zu den vorstehenden Umsätzen ist mit Erlösen von knapp 0,3 Mio. EUR (rd. 5 %) aus diffusen Zuflüssen zu rechnen. Diese Streuumsätze³¹ resultieren von Kunden außerhalb des Einzugsgebiets und sind auf Zufallskunden oder aperiodisch einkaufende Verbraucher (z.B. bei Werbeaktionen) zurückzuführen.

Auf Basis der Umsatzprognose und der angestrebten Verkaufsfläche wird die **Raumleistung** berechnet und Vergleichswerten gegenübergestellt. Somit kann eine Plausibilitätsprüfung erfolgen, inwieweit die Umsatzprognose für den zu prüfenden Discounter belastbar ist und realitätsnahe Planzahlen vorliegen.

Tabelle 9: Prospektive Raumleistung des Penny-Marktes

Branche	Betriebstyp	Umsatzprognose	Verkaufsfläche	Raumleistung
		Mio. EUR	m ²	EUR/m ²
Lebensmittel	Discounter	4,96	1.000	4.960

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Die ausgewiesene Raumleistung des Penny-Marktes von knapp 5.000 EUR/m² bewegt sich im mittleren Bereich bundesdurchschnittlicher Vergleichswerte, da Discounter i.d.R. eine Flächenleistung zwischen 4.500 bis 7.500 EUR/m² erzielen.³² Ein höherer Umsatz ist für den Penny-Markt jedoch auf Grund

- der im Bundesvergleich niedrigeren einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Großröhrsdorf (91,9 %, vgl. Abb. 2) und des daraus folgenden geringeren (absoluten) Nachfragepotenzials,
- des hohen Wettbewerbsdrucks durch weitere leistungsfähige Lebensmittelmärkte in Großröhrsdorf (1 Verbrauchermarkt + 3 Discounter),
- eines nicht wesentlich zu steigernden Marktanteils³³ des Penny-Marktes und
- des begrenzten und auch zukünftig nicht ausdehnbaren Einzugsgebiets

nicht realisierbar. Somit handelt es sich bei der Umsatzprognose unter Berücksichtigung der ortsspezifischen Gegebenheiten um einen Maximalwert für das Vorhaben. Eine Erhöhung der Raumleistung ist zudem unrealistisch, da im (Lebensmittel-)Handel bei einer ansteigenden Verkaufsfläche die Raumleistung – wie auch in

31 Streuumsätze resultieren aus keinen dauerhaften Einkaufsbeziehungen und können hinsichtlich der Herkunft nicht genau lokalisiert werden.

32 Quelle: BBE / IPH / IFH Köln, Struktur- und Marktdaten des Einzelhandel 2024, Seite 16 - vgl. Anlage 3.

33 Eine vollständige bzw. selbst überwiegende Marktabdeckung durch nur ein Lebensmittelkonzept ist prinzipiell nicht möglich, da sich Konsumenten i.d.R. bei mehreren Betriebsformen (vgl. Anlage 1) versorgen. So wird beispielsweise der Einkauf von Frischeprodukten und qualitativ höherwertigen Lebensmitteln vorwiegend in Supermärkten, der preisorientierte Einkauf bei Discountern, der Einkauf von Bio-Waren in Bio-Märkten und der sog. Wochenendeinkauf oft in Verbrauchermärkten/SB-Warenhäusern getätigt.

Die Marktdurchdringung eines Discounters bzw. auch anderer Lebensmittelkonzepte ist nicht beliebig steigerungsfähig, somit ist eine wesentliche Erhöhung des Marktanteils der zu prüfenden Penny-Filiale – auch zukünftig – nicht realistisch und auch nicht umsetzbar.

der Rechtsprechung anerkannt³⁴ – nicht proportional mitwächst, sondern tendenziell absinkt. Dies ist auch durch neue Konzepte der Lebensmittelfilialisten bedingt, die größere Gangbreiten, niedrigere Regalhöhen und großzügigere Laufwege bei gleichbleibender Artikelanzahl³⁵ anbieten; somit sinkt die Warendichte je Quadratmeter und in Folge auch die Raumleistung.³⁶

Die Handelskette Penny erzielt bundesweit über alle Märkte hinweg einen durchschnittlichen **Filialumsatz** von rd. 4,9 Mio. EUR je Markt.³⁷ Somit ist für die vorstehende Umsatzprognose von knapp 5,0 Mio. EUR bereits ein vergleichbarer Umsatzwert zu reklamieren. Höhere Erlöse sind für den Markt aus handelsgutachterlicher Sicht unrealistisch, zumal auch die unterdurchschnittliche Kaufkraft vor Ort – diese liegt mit 91,9 % um etwa -8 %-Punkte unter dem Bundesdurchschnitt (vgl. Abb. 2) – und die hohe Wettbewerbsintensität eine höhere Umsatzleistung nicht zulassen.

34 Eine in erster Linie zum Zwecke einer großzügigeren Warenpräsentation, verbesserten Kundenführung und Optimierung der internen Logistikaufläufe angedachte Verkaufsflächenvergrößerung bedingt regelmäßig keine zum Flächenzuwachs proportionale Umsatzsteigerung. Mit einer vergrößerten Verkaufsfläche werden auch nicht nennenswerte Veränderungen der bestehenden Kunden- und Kaufkraftströme einhergehen.

vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [2 A 1510/12] vom 02.12.2013.

35 Grundsätzlich verfügen filialisierte Discounter über ein einheitliches Sortimentskonzept. Aus internen Organisations- und Strukturgründen ergibt sich aus Verkaufsflächenenerweiterungen keine Ausweitung des vorgehaltenen Sortiments.

36 Insbesondere kann bei einer höheren Verkaufsfläche wie im vorliegenden Fall – die Verkaufsfläche des geplanten Penny-Marktes liegt mit 1.000 m² um +34 % (+252 m²) über der üblichen bundesweiten Penny-Fläche (748 m²) – nicht von einer bundesweit vergleichbaren Raumleistung ausgegangen werden. Die niedrigere Raumleistung ist aus handelsgutachterlicher Sicht plausibel.

37 Quelle: Statista Hamburg 2025, Durchschnittliche Verkaufsfläche je Filiale ausgewählter Vertriebslinien im LEH 2023 / Bruttoumsatz pro Quadratmeter Verkaufsfläche führender Vertriebslinien im LEH 2023.

6.2.2. Umsatzherkunft

Für die Betrachtung der handelswirtschaftlichen Auswirkungen ist grundsätzlich das Gesamtvorhaben in seiner durch die Erweiterung geänderten Gestalt zu prüfen. Im vorliegenden Fall ist jedoch zu berücksichtigen, dass der bestandskräftig genehmigte Penny-Markt bereits **Teil des lokalen Einzelhandelsangebots** innerhalb seines Marktgebietes ist; dementsprechend ist der mit Abstand überwiegende Teil der zu betrachtenden Penny-Fläche am Markt etabliert und hat sich sowohl in der handelswirtschaftlichen als auch städtebaulichen Realität niedergeschlagen. Folglich hat sich der Wettbewerb auf diesen Betrieb eingestellt; neue absatzwirtschaftliche Auswirkungen können durch die bestehende Marktpläche nicht eintreten.

Als Prüfmaßstab ist demzufolge nur der durch die Mehrverkaufsfläche induzierte **Zusatzumsatz** anzusetzen, so dass im Rahmen einer Delta-Betrachtung von dem prognostizierten Gesamtumsatz des Discounters (rd. 5,0 Mio. EUR) der aktuelle Bestandsumsatz (rd. 4,1 Mio. EUR) subtrahiert wird.

Tabelle 10: Umsatzherkunft der neu aufgestellten Penny-Filiale

	Umsatzherkunft Mio. EUR
Umsatzprognose (vgl. Tab. 8)	4,96
davon aus:	
Umsatz Penny-Bestandsbetrieb	4,10
Zusätzliche Streuumsätze	0,07
Umsatzumlenkung zu Lasten von Betrieben im Einzugsgebiet	0,79

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Durch die erweiterte Fläche des Penny-Marktes werden nur marginale **zusätzliche Streuumsätze**³⁸ von unter 0,1 Mio. EUR induziert. Die bereits generierten Erlöse von außerhalb des Einzugsgebiets resultieren vor allem von Zufallskunden und aperiodisch einkaufenden Verbrauchern.

Im vorliegenden Fall handelt es sich bei dem Verlagerungsvorhaben lediglich um die Erweiterung eines bestehenden Marktes und nicht um eine Neueröffnung, womit das Vorhaben kein neuartiges Angebot für die Konsumenten inner- und außerhalb des Einzugsbereichs darstellt. Somit sind wesentlich erhöhte Streuumsätze auszuschließen, negative Auswirkungen auf Lebensmittelanbieter außerhalb des Einzugsgebiets sind auf Grund der geringen Höhe der zusätzlichen Streuumsätze von unter 0,1 Mio. EUR nicht möglich.

Für die Betrachtung der Auswirkungen sind die induzierten **Umsatzumlenkungseffekte** für die in Großröhrsdorf ansässigen Betriebe relevant. Dabei geht der im Realisierungsfall am Standort zu beziffernde Mehrumsatz zwangsläufig Wettbewerbern an anderer Stelle verloren, da durch das Penny-Vorhaben nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen den Wettbewerbern im Einzugsgebiet umgelenkt wird. Die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen von rd. 0,8 Mio. EUR werden unter dem folgenden Punkt diskutiert.

Die Ermittlung der **lagespezifischen Umsatzabgabe** erfolgt unter Anwendung eines Gravitationsmodells³⁹, in das folgende relevante Berechnungsparameter einfließen:

- die bestehenden sortimentsspezifischen Verkaufsflächen im Untersuchungsraum,
- die Raumleistung bzw. der erzielte Umsatz eines jeden Betriebes,

³⁸ Bei dem ausgewiesenen Wert handelt es sich um eine Erhöhung der Streuumsätze, da derzeit dem Penny-Markt bereits Erlöse von außerhalb des Einzugsgebiets zufließen.

³⁹ 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. 8) mit den ausgelösten Umsatzumverteilungen („Wo haben die Kunden bislang eingekauft, welcher Handelsbetrieb bzw. welche Lage wird Umsatz verlieren“ – vgl. Tab. 11) nicht identisch.

- 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 von Penny.

Das eingesetzte Gravitationsmodell⁴⁰ liefert eine Berechnung der standortspezifischen Auswirkungen, welche dann in einem zweiten Schritt unter Berücksichtigung der konkreten Standortgegebenheiten der betroffenen Betriebe bewertet werden. Auf Basis der absatzwirtschaftlichen Untersuchung erfolgt eine Einschätzung von möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen des Penny-Vorhabens.

Die **Nachbelegung des Penny-Marktes** am Altstandort Adolf-Zschiedrich-Straße 2 durch einen anderen Lebensmittelmarkt ist prinzipiell baurechtlich möglich. Im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung werden daher in einer separaten Darstellung (vgl. Pkt. 6.2.4) die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen bei einer Weiternutzung des derzeitigen Penny-Marktes durch einen anderen Lebensmittelmarkt untersucht.

40 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 ökonometrisches Interaktions- und Prognosemodell zur Herleitung von Kaufkraftströmen bzw. des Einkaufsverhaltens der Konsumenten. Es werden die Attraktivität und die Leistungsfähigkeit der betroffenen Einkaufsstätten ebenso wie deren Standortqualität, die Intensität der Wettbewerbsbeziehung mit Blick auf eine Betriebstypengleichheit oder die Zeitdistanzen zwischen dem Projektstandort und betroffenen Betrieben berücksichtigt. Das Modell wurde auf Grundlage der lokalen Einzelhandels- und Umsatzstrukturen in dem Untersuchungsgebiet kalibriert, um eine Prognose der Umsatzzumverlagerungen bei einer Umsetzung des Penny-Vorhabens vornehmen zu können.

6.2.3. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen

Auf Basis der prognostizierten Umsatzumlenkung⁴¹ von knapp 0,8 Mio. EUR errechnet sich für die Lebensmittelanbieter in Großröhrsdorf eine **durchschnittliche Umsatzumlenkungsquote von ca. 2 %** ihres Bestandsumsatzes. Der vorstehende Wert der Umsatzumverlagerung stellt den Durchschnittswert aller Anbieter dar. Insbesondere variiert auf Grund

- der Entfernung betroffener Betriebe zu dem Penny-Markt und
- der Betriebstypenzugehörigkeit

lagespezifisch die prozentuale Umsatzumlenkung der einzelnen Betriebe im Umfeld des Penny-Standortes. Durch die Sortimentszusammensetzung des Discounters werden absatzwirtschaftlich in erster Linie jene Unternehmen tangiert, die nahversorgungsrelevante Sortimente mit einem vergleichbaren Betreiberkonzept führen. Somit werden vorwiegend Lebensmittelanbieter betroffen sein, die als sog. Systemwettbewerber (d.h. Discounter/Supermärkte) einzustufen sind. Andere Anbieter – beispielsweise Getränkemärkte, Ladenhandwerker oder Lebensmittelspezialgeschäfte – die nur Teilsortimente anbieten, werden deutlich geringere Auswirkungen zu verkraften haben.

Ferner werden sich für näher am Projektstandort liegende Lebensmittelanbieter tendenziell höhere Umsatzverluste ergeben, da mit abnehmender Erreichbarkeit und der Zunahme von Einkaufsalternativen im weiteren Umfeld weniger Kunden zu dem Vorhabenstandort tendieren. Dies resultiert aus der Tatsache, dass für den Verbraucher die Attraktivität von Einzelhandelsbetrieben – gerade im Segment Lebensmittel – mit zunehmender Zeitdistanz und dem hiermit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand geringer wird und zur Deckung der Nachfrage kundenseitig i.d.R. nur geringe Wegedistanzen akzeptiert werden.

Die folgende Tabelle beschreibt die **absatzwirtschaftlichen Auswirkungen** innerhalb des Einzugsgebietes (vgl. Tab. 6).

Tabelle 11: Prognostizierte Umsatzumlenkungen des erweiterten Penny-Marktes in Großröhrsdorf

	Bestandsumsatz	Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Nahversorgungsstandort Pulsnitzer Straße	9,80	0,29	3,0
Nahversorgungsstandort Bandweberstraße	4,69	0,15	3,2
Rödertalpark	21,85	0,32	1,5
Streulagen	2,01 *	0,03	n.n.
Gesamt	38,35	0,79	2,1

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

* Anmerkung: Bei dem Bestandsumsatz „Streulagen“ wurde der von Penny getätigte Umsatz (rd. 4,1 Mio. EUR, vgl. Tab. 10) subtrahiert, da der Markt naturgemäß nicht von den Umsatzumlenkungen der eigenen Erweiterung betroffen sein kann.

41 In der Umsatzumverteilungsrechnung sind neben den Food- auch die Non-Food-Sortimente des Penny-Marktes inbegriffen. In den Non-Food I-Sortimenten werden sich die Umsatzumlenkungen des Penny-Marktes nicht zu Lasten anderer Betriebstypen außerhalb des Lebensmitteleinzelhandels niederschlagen. Diese Sortimente (Drogeriewaren/Tiernahrung) werden i.d.R. in Kombination mit dem Lebensmittel Sortiment nachgefragt, wobei diese Umsätze – wie berechnet – von bestehenden Anbietern des Lebensmittelhandels verlagert werden. Die Umverteilungseffekte des erweiterten Penny-Lebensmittelmarktes sind im Bereich des Non-Food II-Segments (vgl. Anlage 2) auf Grund der zahlreichen unterschiedlichen Sortimente und der geringen Größenordnung des zusätzlichen Umsatzes auf Non-Food-Anbieter außerhalb des Lebensmittelhandels städtebaulich nicht erheblich. Die Non-Food II-Sortimente sind ferner dem Kernsortiment Lebensmittel flächenmäßig untergeordnet, da diese bei Penny lediglich rd. 5 % der Verkaufsfläche einnehmen (vgl. Seite 25). Des Weiteren stellen diese Waren bei Penny nur einen marginalen Teilausschnitt des jeweiligen Angebots dar, so dass die Sortimentsbreite und -tiefe im Vergleich zu einem Spezialanbieter unterdurchschnittlich ist. In Summe sind schädliche städtebauliche Auswirkungen der nur marginal bzw. anteilig erweiterten Non-Food-Verkaufsfläche auf andere Non-Food-Anbieter auszuschließen. Im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung wurden diese Umsatzverluste ebenfalls zu Lasten der anderen Lebensmittelmärkte angesetzt.

Die Lebensmittelanbieter in Großröhrsdorf werden einen Umsatzverlust von durchschnittlich rd. 2 % zu verkraften haben, so dass von einer äußerst **geringfügigen Intensivierung des Wettbewerbs** auszugehen ist. Der Wert der Umsatzumverlagerung liegt mit einem deutlichen Sicherheitspuffer unter dem Abwägungsschwellenwert der Unverträglichkeit von 10 % (vgl. Tab. 7); dementsprechend sind keine Abschmelzungstendenzen von Bestandsbetrieben abzuleiten, ebenso wie ein Umschlagen von rein wirtschaftlichen zu städtebaulichen Auswirkungen (z.B. Leerstand und daraus folgende Trading-down-Tendenzen) oder negative Auswirkungen auf bestehende Nahversorgungsstrukturen nicht anzunehmen sind.

Auswirkungen auf die Ortsmitte

In Großröhrsdorf ist **kein zentraler Versorgungsbereich** im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO ausgebildet. In der Ortsmitte bzw. dem Bereich zwischen Bandweberstraße und Rathausplatz (vgl. Karte 2) ist keine verdichtete Handelslage vorzufinden, in welcher neben Handels- auch komplementäre Betriebe in einem größeren Standortverbund ansässig wären (vgl. Pkt. 3.2). Folglich ist durch das Penny-Vorhaben die Schädigung eines zentralen Versorgungsbereiches naturgemäß nicht möglich, zumal auch in der Ortsmitte kein Lebensmittelanbieter vorzufinden ist.

In Großröhrsdorf ist auch perspektivisch die **Entwicklung eines zentralen Versorgungsbereichs** unrealistisch. Einerseits ist auf die fehlenden Handelsstrukturen im Bestand zu verweisen, auf der anderen Seite sind in der Ortsmitte keine Entwicklungsflächen für Handelsbetriebe – speziell keine größeren Leerstandsflächen oder Potenzialflächen für eine Bebauung – vorhanden.

Eine zukünftige Innenentwicklung mit Handel ist auch unter Berücksichtigung der Nachfrageseite unrealistisch, da die geringe Mantelbevölkerung in Großröhrsdorf und das hieraus resultierende niedrige Marktpotenzial einen limitierenden Faktor für den Einzelhandel darstellt. Der handelsseitige Angebotsschwerpunkt wurde bereits an dezentralen Standorten gesetzt, vor allem im Rödertalpark. Weitere Potenziale zur Entwicklung einer Einkaufsinnenstadt sind mit Blick auf die dort bereits gebundenen Umsätze nicht vorhanden.

Fazit In Großröhrsdorf existiert kein innerörtlicher zentraler Versorgungsbereich. Die Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelmarktes im Ortskern ist auf Grund fehlender Flächenpotenziale nicht möglich. Durch die Verlagerung und Erweiterung des Penny-Marktes wird eine potenzielle Entwicklung in der Ortsmitte nicht konterkariert, diesem Bereich werden keine Entwicklungspotenziale entzogen.

Auswirkungen auf den Nahversorgungsstandort Pulsnitzer Straße

Die Umsatzabgabe der Lebensmittelanbieter an dem Nahversorgungsstandort Pulsnitzer Straße – dies sind Lidl (inkl. Bäcker) und Netto Marken-Discount (vgl. Karte 2) – wird nach der Penny-Erweiterung bei rd. 3 % (vgl. Tab. 11) liegen. Der Wert der Umsatzumlenkung rangiert deutlich unter dem 10 %-igen Schwellenwert der Unverträglichkeit, folglich ist eine Schädigung dieses Bereiches auszuschließen.

Die Filialen von **Lidl** und **Netto Marken-Discount** sind direkt an der Pulsnitzer Straße und somit an einem verkehrsgünstigen Standort etabliert. Die dem jeweiligen Markteingang vorgelagerte Parkplatzanlage ist über eine Zuwegung direkt von der Pulsnitzer Straße anfahrbar, der Lidl-Markt besitzt zudem eine Zu-/ Abfahrt zur J.-S.-Bach-Straße. Beide Märkte verfügen über eine barrierefreie Sichtachse auf die Pulsnitzer Straße und somit eine sehr gute Werbewirksamkeit auf den Durchgangsverkehr dieser Kreisstraße (K9242).

Neben der sehr guten verkehrlichen Erreichbarkeit ist auch die Nähe zu den südlich angrenzenden Wohnsiedlungsbereichen ein Standortvorteil. Somit verfügt der Handelsstandort in seinem fußläufigen Nahbereich bereits über ein hohes Einwohner- und auch Nachfragepotenzial, da die Gebiete in Richtung Ortsmitte durch eine verdichtete Wohnbebauung geprägt sind.

Sowohl der Lidl-Markt als auch die Filiale von Netto Marken-Discount weisen markt- und kundengerechte Objektbedingungen auf. Das Lebensmittelangebot wird bei Lidl durch einen attraktiven Backshop abgerundet; Netto Marken-Discount befindet sich im Standortverbund mit einem Rossmann-Markt, dem einzigen Drogeriemarkt in Großröhrsdorf. Folglich können alle Betriebe auf gute Synergie- und Kopplungseffekte zurückgreifen; eine Absiedlung der beiden Lebensmitteldiscounter in Folge der Penny-Erweiterung ist mit Blick auf die sehr gute Standortqualität auszuschließen.

Auf dem Parkplatzareal des Lidl-Marktes ist ein **Bäcker** mit rd. 60 m² Verkaufsfläche (inkl. Gastro-/ Sitzbereich) etabliert. Dieser Ladenhandwerker führt kein der Penny-Filiale vergleichbares Lebensmittelangebot. Penny bietet bei Backwaren ausschließlich preisgünstige SB-Waren aus seiner Bake-off-Station (Prebake-Station)⁴² an und unterscheidet sich konzeptionell von einem „klassischen“ Bäcker. Der bestehende Bäcker wird somit absatzwirtschaftlich von Penny nicht tangiert, da der Anbieter vor allem durch seine spezielle Ausrichtung auf Frische, individuellen Geschmack, Service und Kleingastronomie keinen direkten Wettbewerber zu dem Discounter darstellt. Ein Rückzug des Bäckers infolge der Penny-Erweiterung ist auszuschließen.

Fazit Infolge der avisierten Penny-Flächenerweiterung werden keine vorhabeninduzierten schädlichen Auswirkungen auf den Nahversorgungsstandort Pulsnitzer Straße ausgelöst, was aus der geringen Höhe der Umsatzverluste und speziell aus der hohen Stabilität dieses Versorgungsstandortes resultiert.

Auswirkungen auf den Nahversorgungsstandort Bandweberstraße

Der **Netto-Markt** und auch die anderen Handelsbetriebe an diesem Nahversorgungsstandort (KIK, Getränkewelt, Fleischer) können auf eine gute Standortqualität zurückgreifen. Die Betriebe liegen an der Bandweberstraße – der Hauptdurchfahrtsstraße durch Großröhrsdorf – und sind von diesem Straßenzug direkt anfahrbar, eine weitere Zu-/ Abfahrt existiert aus der Schillerstraße. Die betriebseigene Parkplatzanlage liegt zwischen dem Netto-Markt und dem Gebäude von KIK/Getränkewelt, so dass für motorisierte Kunden gute Erreichbarkeitsbedingungen bestehen. Die Einsehbarkeit des Netto-Marktes ist von der Bandweberstraße barrierefrei gegeben, so dass eine gute Werbesichtanbindung auf den vorbeilaufenden Verkehr besteht.

Als Standortvorteil ist neben der guten Erreichbarkeit auch die wohnsiedlungsintegrierte Lage einzustufen. Der Handelsstandort liegt relativ zentral innerhalb von Großröhrsdorf und ist in die umliegenden Wohnbaustrukturen direkt eingebunden. Im fußläufigen Nahbereich ist bereits ein sehr hohes Kundenpotenzial vorzufinden, so dass der Netto-Markt auf eine solide Nachfrage in seinem direkten Umfeld zurückgreifen kann.

Im Fazit verfügt der Standort über markt- und kundengerechte Objektbedingungen. Das Netto-Angebot wird durch einen Fleischer in der Vorkassenzone des Marktes und einen Getränkemarkt arrondiert, so dass eine umfängliche Lebensmittelversorgung gewährleistet wird. Das discountorientierte Bekleidungssegment von KIK stellt eine gute Angebotsergänzung dar, so dass ein stabiler Handelsstandort vorliegt. Die prognostizierte Umsatzabgabe an den erweiterten Penny-Markt ist für Netto als verkraftbar zu bezeichnen.

Im Standortverbund mit Netto ist ein **Getränkemarkt** aktiv, der nur einen marginalen Teil seines Umsatzes an den erweiterten Penny-Markt abgibt. Ein Discounter führt lediglich einen Teilausschnitt aus diesem Sortiment, es werden bei Penny vor allem niedrigpreisige Angebote offeriert. Getränkemärkte heben sich durch ihr umfassenderes und breiteres Angebot unverkennbar von einem Discounter ab und weisen eine höhere Spezialisierung auf, d.h. es wird eine deutlich größere Artikelzahl und es werden mehr Markenprodukte angeboten; im Vergleich zu Discountern wird vor allem Kistenware verkauft.⁴³ Die Schließung des Getränkemarktes Getränkewelt an dem Nahversorgungsstandort infolge der Penny-Erweiterung scheidet aus.

Ebenso wird auch ein **Fleischer** – in der Vorkassenzone des Netto-Marktes – von der Penny-Erweiterung absatzwirtschaftlich nicht messbar betroffen. Die unterschiedliche konzeptionelle Ausrichtung wird in der Angebotsdarstellung deutlich, da der Fleischer qualitativ höherwertige und frei portionierbare Frischewaren – aus regionaler Produktion – in Form einer Bedienungstheke führt; im Gegensatz dazu verkauft Penny nur verpackte Fleisch- und Wurstwaren in einem discountorientierten Segment.

Fazit Die marginalen Umsatzverluste für die Anbieter an dem Nahversorgungsstandort Bandweberstraße (rd. 3 %, vgl. Tab. 11) bleiben ohne städtebauliche Relevanz; ein Abbau von diesen verbraucher-nahen Versorgungsangeboten ist im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO auszuschließen.

42 Sogenannte Prebake-Produkte werden in Großbäckereien im Industriemaßstab hergestellt, teilgebacken und tiefgekühlt als Teiglinge an den Handel ausgeliefert und erst dort zu Ende gebacken. Bäckereien stellen dagegen ihre Produkte i.d.R. in Handarbeit her.

43 Zwischen beiden Betriebsformen besteht keine direkte Konkurrenzsituation, folglich bilden Getränkemärkte oft auch einen Standortverbund mit einem Lebensmittel-discounter, so dass zusammenhängend ein breiteres und kompetenteres Angebot an Lebensmitteln und Getränken gezeigt werden kann.

Auswirkungen auf den Rödertalpark

Das Lebensmittelangebot wird im Rödertalpark durch Kaufland geprägt, darüber hinaus sind zwei Ladenhandwerker, ein Tabakwarenanbieter und ein Obst-/Gemüsegeschäft ansässig. Der Umsatzrückgang von 1 bis 2 % (vgl. Tab. 11) rangiert deutlich unterhalb der Unverträglichkeitsschwelle von 10 % (vgl. Tab. 7).

Die Filiale von **Kaufland** verfügt aus Betreibersicht über eine sehr gute Standortqualität. Der Verbrauchermarkt ist in die Angebotsstrukturen des Rödertalparks eingebettet; mit dem Baumarkt Hagebau sowie NKD, Tedi, Mayer's Schuhe oder Apollo sind weitere attraktive Filialisten ansässig. Das skizzierte Angebot wird durch kleinteilige Handels- und auch komplementäre Betriebe arrondiert, so dass sich eine leistungsstarke Handelsagglomeration herausgebildet hat.

Der Rödertalpark ist durch eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit geprägt, die Fokussierung auf Autokunden wird durch die großzügige Parkplatzanlage unterstrichen. Das Einkaufszentrum ist an der Pulsnitzer Straße verortet und verfügt über eine direkte Werbesichtanbindung an diesen Straßenzug. Unter Berücksichtigung der Handelsmasse von rd. 11.000 m² (vgl. Tab. 4) zeigt sich auch eine überörtliche Strahlkraft.

Auf Grund der hohen Leistungsfähigkeit von Kaufland und der sehr guten Standortqualität sind die geringen Umsatzabflüsse unzweifelhaft als verkraftbar zu bewerten. Dies ist auch unter dem Aspekt der Absiedlung von Aldi (März 2025) zu sehen, wobei sich dessen Erlöse auf Kaufland und die anderen Discounter in Großröhrsdorf verteilt haben. Im Ergebnis geht mit der Penny-Erweiterung kein Rückzug von Kaufland einher.

Die fehlenden Auswirkungen auf **Ladenhandwerker** wurden bereits auf Seite 31 thematisiert und treffen auch auf einen Bäcker und einen Fleischer in der Mall des Rödertalparks zu. Messbare Auswirkungen auf beide Betriebe zeigen sich nicht, zumal im Rahmen der Erweiterung des Penny-Marktes kein Fleischer und auch kein Bäcker angesiedelt wird; folglich entsteht für andere Ladenhandwerker keine neuartige Konkurrenz. Eine Absiedlung von Ladenhandwerkern⁴⁴ infolge der Penny-Erweiterung ist auszuschließen.

Das Lebensmittelangebot im Rödertalpark wird durch einen attraktiven **Obst-/ Gemüseanbieter** im Ausgangsbereich des Kaufland-Marktes abgerundet, der neben dem ansprechend dekoriertem Obst- und Gemüsesortiment auch Snacks und To-Go-Waren anbietet. Speziell die ansprechende Präsentation hebt sich deutlich von dem Layout in einem Lebensmitteldiscounter ab; Auswirkungen sind für diesen Betrieb auszuschließen. Diese Aussage trifft auch für ein kleines **Tabakwarengeschäft** in der Mall zu, dessen Warengruppen in dieser Tiefe in dem Penny-Markt nicht angeboten werden.

Fazit Die Umsatzrückgänge sind für die Lebensmittelanbieter im Rödertalpark verkraftbar. Die Einkaufsdestination unterliegt mit Blick auf ihre Lagequalität nicht dem Schutz des § 11 Abs. 3 BauNVO, die Umsatzumlenkungen zu dem verbrauchernahen Standort des Penny-Marktes sind folglich hinzunehmen.

Auswirkungen auf Streulagen

Für Lebensmittelanbieter außerhalb der drei strukturprägenden Handelslagen ergeben sich nur geringfügige Umsatzverluste, die in Summe mit rd. 0,03 Mio. EUR (vgl. Tab. 11) unterhalb der sog. **Nachweisbarkeitsgrenze**⁴⁵ von 0,10 Mio. EUR rangieren; erst ab diesem Schwellenwert zeigen sich tatsächlich messbare Umsatzumverlagerungen. Die Erlösrückgänge werden somit im Rahmen einer üblichen jahreszeitlichen Umsatzenschwankung im Lebensmittelhandel liegen und können nicht zu Ertragseinbrüchen von Lebensmittelanbietern in diesen Lagen führen. Darüber hinaus verteilt sich dieser Umsatzumlenkungsbetrag noch auf insgesamt acht Lebensmittelanbieter, so dass auch keine einzelbetrieblichen Umsatzumlenkungsbeträge nachweisbar sind.

44 Auf Grund der unterschiedlichen Positionierung ist keine Absiedlung von Ladenhandwerkern zu erwarten. Dies zeigt sich auch in der Tatsache, dass zwischen einem Discounter und diesen Betrieben keine direkte Konkurrenzsituation besteht, sondern ein Bäcker oder Fleischer das discountorientierte Sortiment eines solchen Marktes ergänzt und sich auch oft gezielt in dessen räumlicher Nähe ansiedelt.

45 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.

Der geringe Betrag der Umsatzzumlenkung erklärt sich mit dem Handelsbesatz in den Streulagen, wobei hier **kein angebotsgleicher Lebensmittelmarkt** vorzufinden ist. Das Angebot setzt sich aus fünf Ladenhandwerkern, einem Tankstellenshop, einem Getränkemarkt und einem Süßwarenanbieter zusammen. Diese Betriebe führen kein dem Penny-Markt konzeptionell vergleichbares Angebot, so dass sich nur geringe Sortimentsüberschneidungen und folglich keine messbaren Beeinträchtigungen zeigen.

Fazit Infolge der avisierten Penny-Erweiterung werden keine vorhabeninduzierten schädlichen Auswirkungen auf Lebensmittelanbieter in Streulagen ausgelöst; ein Abbau von verbrauchernahen Versorgungsangeboten ist nicht erkennbar.

Zusammenfassung

Für die Lebensmittelanbieter in Großröhrsdorf sind negative Auswirkungen infolge der Penny-Verlagerung auszuschließen. Dies beruht auf den verkräftbaren zusätzlichen Erlösen des Penny-Marktes, die dadurch ausgelösten Umsatzverluste von durchschnittlich ca. 2 % können nicht zu einer schädlichen Beeinträchtigung von anderen Lebensmittelanbietern führen.

Die Umsatzbasis der Lebensmittelanbieter in Großröhrsdorf hat sich seit März 2025 verbessert, da Aldi seine Filiale im Rödertalpark geschlossen hat. Diese Umsätze haben sich auf andere Lebensmittelanbieter verteilt und zu einer erhöhten Stabilität aller Anbieter geführt. Auch unter Berücksichtigung dieser Tatsache sind negative Auswirkungen in Großröhrsdorf infolge der Penny-Erweiterung auszuschließen.

Die avisierte Verlagerung und Erweiterung von Penny wird nicht zu einem nennenswerten Wechsel der bestehenden Kunden- und Kaufkraftströme innerhalb des Einzugsgebiets führen. Die Penny-Filiale ist seit Jahren in Großröhrsdorf etabliert; somit haben sich die relevanten Wettbewerbsstrukturen und damit auch die Einkaufsorientierungen der lokalen Verbraucher langfristig herausgebildet, wobei eine maßgebliche Neuorientierung der Einkaufsbeziehungen bezüglich der überschaubar erhöhten Verkaufsfläche unrealistisch ist. In Großröhrsdorf ist kein zentraler Versorgungsbereich ausgebildet, folglich sind Auswirkungen auf Grund des Fehlens eines derart schützenswerten Bereichs grundsätzlich auszuschließen.

Mit dem Penny-Vorhaben geht kein Abbau von verbrauchernaher Versorgung im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO einher, zumal der Penny-Markt selbst als ein wichtiger Träger der Grundversorgung für Großröhrsdorf, speziell für den Ortsteil Bretnig-Hauswalde fungiert.

6.2.4. Auswirkungen bei Wiederbelegung des Penny-Altstandortes

Nachstehend werden die städtebaulichen Auswirkungen des Penny-Verlagerungsvorhabens ermittelt, sofern eine **Wiederbelegung des bestehenden Penny-Marktes** am Standort Adolf-Zschiedrich-Straße 2 mit einem vergleichbaren Lebensmittelmarkt erfolgen würde.

Die Nachbelegung der Penny-Filiale durch einen anderen Lebensmittelmarkt ist prinzipiell baurechtlich möglich, da die ausgesprochene Baugenehmigung mit der avisierten Betreiberaufgabe nicht unwirksam wird; die Baugenehmigung bleibt durch den Vorgang unangetastet. Der Markteigentümer kann einen neuen Mieter aus dem Lebensmittelhandel akquirieren; sofern sich ein anderer Betreiber in die Baugenehmigung einpasst, ist die Wiederaufnahme eines entsprechenden Marktes möglich.

In der folgenden Modellrechnung wird die Verlagerung des Penny-Marktes **methodisch als Neuansiedlung** angenommen. Für die Berechnung werden folgende Prämissen unterstellt:

- Die Penny-Filiale am Standort Adolf-Zschiedrich-Straße wird mit einem vergleichbaren Lebensmittelmarkt weiter genutzt. Es wird für diesen Markt ein fiktiver Betreiber unterstellt, der die aktuell von Penny generierten Umsätze bindet.
- Der Planumsatz von Penny an dem Verlagerungsstandort wird weiterhin mit rd. 4.7 Mio. EUR (vgl. Tab. 8, ohne Streuumsätze⁴⁶) angesetzt. In der Praxis wäre für den neuen Penny-Markt ein deutlich geringerer Standortumsatz zu reklamieren, da sich auf Grund des nachbelegten Bestandsmarktes eine deutlich höhere Wettbewerbsanspannung ergibt und Penny einen niedrigeren Umsatz erzielen würde. Die folgende Berechnung stellt somit den Worst-Case dar.
- Die maßgebliche Umsatzherkunft des verlagerten Penny-Marktes resultiert nicht aus der Umsatzmitnahme von seinem Altstandort (vgl. Tab. 10), sondern wird vollständig von anderen Lebensmittelanbietern – auch von dem theoretisch nachbelegten Markt in der Adolf-Zschiedrich-Straße 2 – rekrutiert. Die Umsatzumverteilungen liegen demnach bei ca. 4,7 Mio. EUR.

Folgende Tabelle beschreibt die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf die einzelnen **Handelslagen in Großröhrsdorf** (vgl. Tab. 6) bei Nachbelegung der bestehenden Penny-Fläche am Standort Adolf-Zschiedrich-Straße 2 mit einem vergleichbaren Lebensmittelmarkt.

Tabelle 12: Umsatzumlenkungen des Penny-Marktes bei Nachbelegung des Penny-Altstandortes

	Bestandsumsatz	Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Nahversorgungsstandort Pulsnitzer Straße	9,80	0,89	9,1
Nahversorgungsstandort Bandweberstraße	4,69	0,44	9,4
Rödertalpark	21,85	1,30	5,9
Streulagen	6,11	2,07	33,9
Gesamt	42,45	4,70	11,1

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Im Falle einer Nachnutzung des Penny-Marktes in der Adolf-Zschiedrich-Straße 2 werden sich die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf die Lebensmittelanbieter in Großröhrsdorf bei durchschnittlich rd. 11 % bewegen. Folglich wären – auf Grund der Überschreitung der sog. 10 %-Schwelle der Unverträglichkeit (vgl. Tab. 7) – schädliche Auswirkungen auf den bestehenden Lebensmittelhandel nicht auszuschließen.

⁴⁶ Die Streuumsätze gehen zu Lasten von Betrieben außerhalb des Einzugsgebietes. Mit Blick auf die Höhe und die breite räumliche Verteilung der Umsatzherkunft sind negative Auswirkungen auf Betriebe außerhalb des Einzugsgebietes auszuschließen.

Der Wert der Umsatzumverlagerung weist für **Streulagen** in Großröhrsdorf mit rd. 34 % auf eine sehr hohe Umsatzumverlagerungsquote hin. Während die Auswirkungen auf die kleinformigen Betriebe relativ niedrig ausfallen, hätte der nachbelegte Penny-Markt einen sehr hohen Umsatzabfluss zu verkraften. Der fiktive Lebensmittelmarkt hätte eigens auf Grund der Nähe zu dem neuen und ansprechenden Penny-Markt, der baulich unattraktiven und der geringen Verkaufsfläche sowie der daraus folgenden unterdurchschnittlichen Leistungsfähigkeit einen sehr hohen Umsatzverlust zu erwarten. Eine Nachbelegung der Penny-Fläche durch einen neuen Discounter ist demnach auf Grund der limitierten Umsatzchancen unrealistisch.

Für die **restlichen Handelslagen** sind Erlösrückgänge von unter 10 % zu sehen, eine Absiedlung von hier bestehenden Lebensmittelanbietern wäre somit nicht zu erwarten. Der prognostizierte Umsatzrückgang für diese Lagen wird jedoch nicht eintreten, da von der Penny-Verlagerung primär der fiktive Markt in der Adolf-Zschiedrich-Straße 2 betroffen ist und hier eine Absiedlung dieses Betriebes erfolgen würde.

Die vorstehende Berechnung zeigt, dass eine Nachbelegung des Penny-Altstandortes mit einem vergleichbaren Lebensmittelmarkt unwahrscheinlich ist. Die zu generierenden Erlöse reichen aus gutachterlicher Sicht nicht aus, hier einen neuen Lebensmittelmarkt dauerhaft rentabel zu betreiben. Weiterhin sprechen folgende standort- und objektseitigen **Fakten gegen eine Nachbelegung** des Penny-Altstandortes durch einen neuen Lebensmitteldiscounter:

- Der Discounter Penny wird einen modernen Markt errichten und wird sein aktuelles Vertriebskonzept ausrollen; perspektivisch ist von einem ansprechenden und leistungsfähigen Markt auszugehen. Gerade durch diese Konkurrenz ist in der Bestandsimmobilie der Betrieb eines weiteren Discountmarktes in unmittelbarer Nachbarschaft nur schwer möglich.
- Die Marktzutrittsgröße für einen Discounter liegt bei minimal 800 m² Verkaufsfläche (vgl. Anlage 1), i.d.R. werden Flächen ab rd. 1.000 m² entwickelt. Die Nutzung der Penny-Altfläche (rd. 775 m²) ist auf Grund der zu geringen Verkaufsfläche demnach auszuschließen, da ein neu hinzutretender Discounter auf dieser Fläche keine optimale und konzeptkonforme Warenpräsentation umsetzen kann.
- In die bestehende Marktimmoblie sind umfängliche Investitionen notwendig, da sich speziell der technische und auch energetische Zustand nicht mehr zeitgemäß darstellen. Im Vergleich zu dem attraktivierten bzw. neuen Penny-Markt müsste das Niveau des Bestandsmarktes deutlich angehoben werden, wozu hohe finanzielle Investitionen speziell in Technik bei Neubezug durch einen neuen Discounter notwendig wären.
- Das Marktvolumen in Bretnig-Hauswalde und auch im weiteren Umfeld ist für den Betrieb des Penny-Marktes ausreichend. Für einen weiteren Lebensmittelmarkt ist die Nachfrageplattform zu gering und reicht für den langfristig wirtschaftlichen Betrieb nicht aus.
- Eine Nachnutzung des Penny-Standortes durch einen Supermarkt ist grundsätzlich nicht möglich, da die Marktzutrittsgröße für diese Konzepte bei minimal 1.200 m² Verkaufsfläche (vgl. Anlage 1) liegt; aktuell entwickeln Betreiber i.d.R. Flächen ab 1.800 m². Die Nutzung der Penny-Altfläche durch einen Vollsortimentsmarkt ist auf Grund der zu geringen Verkaufsfläche auszuschließen.

Die Nachbelegung des Penny-Altstandortes durch einen neuen Lebensmittelmarkt ist bezüglich der objekt- und der standortseitigen Einschränkungen und auch auf Grund der wenigen potenziellen Betreiber nicht wahrscheinlich. Zudem beträgt die **Restlaufzeit des Mietvertrages** von Penny noch knapp sieben Jahre. Penny schließt in dieser Zeit naturgemäß eine Untervermietung an einen Lebensmittelhändler aus, vielmehr wird sich Penny um eine **branchenfremde Vermietung** bemühen.

Fazit Die Nachnutzung des Penny-Altstandortes durch einen Lebensmittelmarkt ist unrealistisch, der wirtschaftliche Weiterbetrieb dieser Fläche ist mit Blick auf die Objektsituation faktisch nicht möglich. Penny wird zudem keine Nachvermietung an einen konkurrierenden Lebensmittelmarkt vornehmen.

6.2.5. Nachbelegung des Penny-Marktes in der Adolf-Zschiedrich-Straße 2

Leergezogene Filialen von Lebensmittelmärkten werden oftmals von **Non-Food-Fachmarktkonzepten** nachgenutzt. Dabei sind vor allem Konzepte der Branchen

- Bau-/ Gartenmarktartikel,
- Möbel, Einrichtungsbedarf,
- Fahrrad,
- Tiernahrung/ Zoobedarf und vor allem
- die Nutzung durch sog. Multisortimentsmärkte

zu beobachten. Der Großteil der gängigen Konzepte wird oft mit sog. nicht-zentrenrelevanten Waren umgesetzt. Für den Penny-Altstandort könnte eine derartige Nutzung in Frage kommen.

Des Weiteren ist eine Nutzung leergezogener Lebensmittelmärkte auch durch **einzelhandelsfremdes Gewerbe** denkbar, da sich diese Handelsimmobilien auf Grund der großzügig dimensionierten und gut zugeschnittenen Flächen (i.d.R. ohne Säulen), der guten Anlieferungs- und Zufahrtsmöglichkeiten, der bestehenden Parkplätze und der guten Anfahrbarkeit beispielsweise auch für

- Handwerksbetriebe (z.B. Elektroinstallationsbetriebe, Heizung-/Sanitärbetriebe, Malerbetriebe),
- als Lager- oder Ausstellungsräume,
- für sportliche Anlagen (z.B. Fitnessstudio, Reha-Einrichtung) oder
- sonstige Gewerbebetriebe

nutzen lassen. Auf Grund der Zweitnutzung werden auch deutlich geringere Mieten – im Vergleich zu einem Neubau – aufgerufen. Die vorstehend aufgeführten Standortgegebenheiten treffen für den projektrelevanten Penny-Markt in der Adolf-Zschiedrich-Straße 2 zu. Damit rückt auch eine Nachnutzung mit einzelhandelsfremdem Gewerbe in den Fokus.⁴⁷

Fazit Für die Nachbelegung der Penny-Fläche erscheinen Non-Food-Fachmarktkonzepte oder auch einzelhandelsfremde Nutzungen möglich. Auf Grund der Restlaufzeit des Mietvertrages von rd. 7 Jahren kann die Nachnutzung von Penny gezielt gesteuert werden.

47 Dies belegt auch eine Studie der Universität Hamburg und des Instituts für Immobilienwirtschaft (IREBS) an der Universität Regensburg:

"Als Ergebnis der Kommunalbefragung und der Expertengespräche kann in der Tendenz festgehalten werden:

- Tritt trotz einer gewissen Handelsdynamik dennoch ein Leerstand oder ein Nutzungswechsel ein, dann lässt sich dieser meist auf veränderte Standortanforderungen und/oder einen nicht zeitgemäßen Verkaufsflächenzuschnitt der aufgegebenen Immobilie zurückführen.
- Meist dominiert hierbei der Leerstand, d.h. vor allem für „zu klein“ gewordene Supermärkte und Discounter konnte selten eine gleichwertige Nachnutzung durch Lebensmittelmärkte gefunden werden.
- Die Flexibilität des Standortes sowie des Gebäudes sind ein wichtiger Faktor für die langfristige Nutzung eines Lebensmittelmarktes, wobei dies für Discounter ebenso wie für Supermärkte gilt.
- Nachnutzungen zeichnen sich in der Regel durch Trading-Down-Nutzungen aus, d. h. die nachfolgende Nutzung führt in der Tendenz – im Vergleich zur vorherigen Nutzungen durch einen Lebensmittelmarkt – eher zu einer Abwertung des Standortes. Als relevante Nachnutzungen kommen je nach Standort verschiedene Handelsnutzungen, vor allem Fachmärkte für Tiernahrung, Drogeriemärkte oder Sonderpostenmärkte, aber auch Spielcasinos in Frage. Die erfolgreiche Suche von Nachnutzern wird betriebsformenübergreifend vor allem bei „Stand-Alone“ Standorten als besonders schwierig angesehen."

Quelle: Universität Hamburg / Institut für Immobilienwirtschaft (IREBS) an der Universität Regensburg, Qualifizierte Nahversorgung im Lebensmitteleinzelhandel - Endbericht. Studie im Auftrag des Handelsverbandes Deutschland (HDE) und des Bundesverbandes des Deutschen Lebensmittelhandels (BVL), Hamburg/Regensburg, 26. März 2013.

7. Zusammenfassung

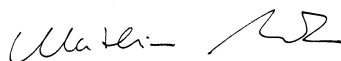
Abschließend werden die wichtigsten Aspekte der vorliegenden Untersuchung zusammengefasst.

- Die Stadt Großröhrsdorf (rd. 9.500 Einwohner) ist im ostsächsischen Raum und hier im Landkreis Bautzen verortet; das Umland der Kommune ist ländlich geprägt. Großröhrsdorf wird in der Regionalplanung als **Grundzentrum** eingestuft.
- In Großröhrsdorf agieren 42 Handelsbetriebe auf einer **Verkaufsfläche** von ca. 18.300 m². Die Verkaufsflächendichte von 1,9 m² je Einwohner deutet auf eine stadtübergreifende Ausstrahlung des örtlichen Handels hin, wobei diese Magnetwirkung vor allem durch die großformatigen Betriebe des Einkaufszentrums Rödertalpark ausgelöst wird.
- In der Ortsmitte von Großröhrsdorf ist ein Angebotsbesatz von lediglich vier Handelsbetrieben vorzufinden. Auf Grund der geringen Handelsmasse und der wenigen komplementären Funktionen stellt der Bereich zwischen der Bandweberstraße und dem Rathausplatz im Sinne der Rechtsprechung **keinen zentralen Versorgungsbereich** dar.
- Das **Lebensmittelangebot** ist in Großröhrsdorf auf rd. 7.900 m² Verkaufsfläche organisiert. Als Träger der Grundversorgung fungieren ein Kaufland-Verbrauchermarkt sowie die Discounter Lidl, Netto, Penny und Netto Marken-Discount. Dieses Angebot wird durch Getränkemärkte und Ladenhandwerker arrondiert, so dass für die lokalen Bewohner und die Einwohner im Umland von Großröhrsdorf eine ansprechende Auswahlbreite existiert.
- Die Handelskette **Penny** betreibt in östlicher Ortslage und hier im Ortsteil Bretnig-Hauswalde einen Lebensmittelmarkt mit rd. 775 m² Verkaufsfläche; die Filiale entspricht nicht den Maßgaben an einen modernen Discountmarkt. Penny möchte die Filiale zukunftsfähig aufstellen und plant auf einer naheliegenden Potenzialfläche einen Neubau. Im Rahmen der Verlagerung bzw. des Neubaus können die aktuellen Betreiberanforderungen umgesetzt werden, die Planfläche beträgt rd. 1.000 m².
- Mit der Neupositionierung von Penny werden tragfähige Angebotsstrukturen geschaffen, das Vorhaben ist als bestands- und **zukunftssichernde Maßnahme** für diesen Markt zu werten. Mit der Ertüchtigung der Filiale wird die Eigenversorgungsquote in Großröhrsdorf und hier speziell in Bretnig-Hauswalde gesichert. Penny ist der einzige größere Lebensmittelanbieter in Bretnig-Hauswalde und der wichtigste Träger der Grundversorgung für diesen Ortsteil.
- Die avisierte Verlagerung und Erweiterung von Penny wird zu **keinem nennenswerten Wechsel bestehender Kunden- und Kaufkraftströme** innerhalb des Einzugsgebiets führen. Die Penny-Filiale ist seit Jahren in Großröhrsdorf etabliert; somit haben sich die relevanten Wettbewerbsstrukturen und damit auch die Einkaufsorientierungen der lokalen Verbraucher langfristig herausgebildet, wobei eine maßgebliche Neuorientierung der Einkaufsbeziehungen bezüglich der überschaubar erhöhten Verkaufsfläche unrealistisch ist.
- Der **betriebliche Einzugsbereich** von Penny erstreckt sich auch nach der angestrebten Verlagerung über große Teile von Großröhrsdorf und umfasst zusätzlich den Stadtteil Röderhäuser von Ohorn. Der Penny-Markt kann auf ein Einwohnerpotenzial von rd. 9.100 Personen zurückgreifen, die über ein jährliches Ausgabevolumen für Lebensmittel von ca. 25,1 Mio. EUR verfügen.
- Der projektierte Discounter wird in seiner Konfiguration von 1.000 m² Verkaufsfläche im Segment Lebensmittel in seinem Einzugsgebiet einen durchschnittlichen **Marktanteil** von maximal rd. 16 % erzielen. Der jährliche Umsatz des Penny-Marktes wird bei rd. 5,0 Mio. EUR liegen; mit einer Flächenleistung von knapp 5.000 EUR/m² wird ein standortangepasster bzw. ortsüblicher Wert erreicht.

- Der Großteil der Erlöse des verlagerten Penny-Marktes resultiert aus der Umsatzmitnahme von seinem Altstandort. Der zusätzliche Umsatz des neuen Penny-Marktes wird naturgemäß aus **Verdrängungsumsätzen** zu Lasten von Lebensmittelanbietern aus dem räumlichen Umfeld des Penny-Standortes rekrutiert. Die prognostizierten Umsatzverluste liegen bei durchschnittlich **rd. 2 %** und erreichen einzelbetrieblich für keinen Anbieter einen Wert, der auf eine Geschäftsaufgabe schließen lässt. Dies trifft sowohl auf Lebensmittelmärkte als auch auf kleinteilige Lebensmittelanbieter in Großröhrsdorf zu.
- Für die baurechtliche Bewertung ist entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzzumverlagerungseffekte zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des **§ 11 Abs. 3 BauNVO** in ihrer Funktionalität tangiert werden oder auch negative Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung eintreten.
 - Die negative Beeinträchtigung eines zentralen Versorgungsbereiches in Großröhrsdorf ist auszuschließen. Innerhalb des Penny-Marktgebietes ist kein derart schutzwürdiger Bereich vorhanden.
 - Nach Umsetzung des Penny-Vorhabens wird kein Abbau von verbrauchernaher Versorgung ausgelöst. Es ist keine vorhabeninduzierte Absiedlung von Lebensmittelanbietern in wohnortnahen Versorgungslagen anzunehmen, zumal Penny selbst als ein wichtiger Träger der Nahversorgung im Ortsteil Bretnig-Hauswalde fungiert.
- Die Nachnutzung der Penny-Altfläche in der Adolf-Zschiedrich-Straße 2 durch einen **Lebensmittel-discounter** ist unrealistisch, was sich aus der geringen Verkaufsfläche, der unattraktiven Bausubstanz und des starken Konkurrenzdrucks durch den benachbarten und neuen Penny-Markt ableitet. Für einen solchen fiktiven Lebensmittelmarkt ist kein tragfähiger Standortumsatz zu erwarten. Zudem schließt Penny für die Restlaufzeit des Mietvertrages von knapp sieben Jahren naturgemäß eine Untervermietung an einen Lebensmittelhändler aus.
- Die **Nachbelegung** des Penny-Altstandorts kann mit einem Non-Food-Fachmarktkonzept oder mit einer einzelhandelsfremden Nutzung erfolgen. Beide Optionen sind mit Blick auf die objektseitigen Lagebedingungen realistisch.

Das vorstehende Gutachten dient als Beurteilungsgrundlage für den Planungs- und Genehmigungsprozess des Vorhabens sowie als Abwägungsgrundlage im Bebauungsplanverfahren.

BBE Handelsberatung



i.V. Dipl.-oec. Mathias Vlcek

Erfurt, 25. August 2025

Anlage 1: Definitionen verschiedener Vertriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel (LEH)**Convenience- oder Nachbarschaftsladen**

- kleinflächiger Einzelhandelsbetrieb mit einer Verkaufsfläche von 100 bis 400 m²
- eng begrenztes Sortiment an Waren des täglichen Bedarfs zu einem eher hohen Preisniveau
- häufig gekennzeichnet durch ergänzende Dienstleistungen (bspw. Lotto-Toto, Reinigung, Postservice)
- Lage i.d.R. an einem wohnungsnahen oder frequenzintensiven Standort
- Öffnungszeiten bis zu 24 Stunden möglich

Lebensmittel-SB-Markt („Kleiner Supermarkt“)

- „Kleiner Supermarkt“ meist zwischen 400 bis 800 m² Verkaufsfläche mit einem eingeschränkten Sortiment
- in kleinen Orten oder in verdichteten Wohnquartieren von Großstädten anzutreffen, in denen aus betriebswirtschaftlichen Gründen kein Supermarkt oder Discounter rentabel ist

Beispiele: nah & gut, nahkauf, Um's Eck, nah & frisch, Markttreff, Ihr Kaufmann, CAP

Lebensmittel-Discountmarkt

- meist Betriebsgrößen zwischen 700 und 1.200 m² Verkaufsfläche
- ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl, ab 1.000 Artikel bei Hard-Discountern (z.B. Aldi, Norma), ca. 1.500 bis 2.500 Artikel bei Soft- bzw. Markendiscountern (z.B. Lidl) und ca. 4.000 Artikel bei Supermarkt-Discounter-Hybriden (z.B. Netto Marken-Discount)
- Non-Food-Umsatzanteil je nach Betreiberkonzept ca. 10 bis 15 % (Non-Food I + II)
- Schwerpunkt ist ein Trockensortiment (ergänzt um Getränke), seit geraumer Zeit kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments (Obst, Gemüse, Fleisch, Backwaren)
- ohne Bedienungsabteilungen (Ausnahme: einige Filialen von Netto Marken-Discount) und weiteren Dienstleistungen, preisaggressiv, werbeintensiv

Beispiele: Aldi, Lidl, Penny, Netto Marken-Discount, Norma, Netto (Salling Group, Dansk Supermarked), NP-Discount, Diska

Supermarkt

- Betriebsgrößen meist zwischen 1.200 bis 2.000 m², aktuelle Konzepte ab 1.800 m² Verkaufsfläche
- Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, i.d.R. mit Bedientheken
- Non-Food-Umsatzanteil je nach Betreiberkonzept ca. 5 bis 10 % (Non-Food I + II)
- Standorte in verkehrsgünstigen Lagen mit Wohngebietsorientierung sowie in Einkaufszentren
- als „City-Supermarkt“ in gut hochfrequentierten und verdichteten Stadtteillagen von Großstädten auf geringeren Verkaufsflächen von 400 bis 800 m²
- hohe Kompetenz im Frische-Bereich

Beispiele: REWE (nahkauf), Edeka, tegut, Combi

Verbrauchermarkt („Großer Supermarkt“)

- Verkaufsfläche von 2.500 bis 5.000 m²
- breites und tiefes Lebensmittelvollsortiment, mit zunehmender Fläche stark ansteigender Flächenanteil an Non-Food-Abteilungen (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz- und mittelfristigen Bedarfs), Non-Food-Umsatzanteil ca. 20 bis 40 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 25 bis 50 %
- autokundenorientierter Standort bzw. in Einkaufszentren
- ab ca. 5.000 m² Übergang zum Betriebstyp SB-Warenhaus

Beispiele: E-Center/Herkules, Kaufland, REWE-Center, Famila, HIT

SB-Warenhaus

- Verkaufsfläche über 5.000 m²
- neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung (Umsatzanteil i.d.R. über 50 %) umfangreiche Non-Food-Abteilungen, Non-Food-Umsatzanteil ca. 35 bis 50 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 50 bis 60 %
- ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst
- hohe Werbeaktivität, Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik
- autokundenorientierter, häufig peripherer Standort
- häufig als Mittelpunkt einer größeren Fachmarktagglomeration

Beispiele: Globus, Marktkauf

Anlage 2: Differenzierung Non-Food-Sortimente

Non-Food I

Wasch-/ Putz- und Reinigungsmittel, Schuh-/ Kleiderpflege, Hygieneartikel, Hygienepapiere, Säuglingspflege, Watte, Verbandstoffe, Haar-/ Haut-/ Mund- und Körperpflege, Sonnen- und Insektenschutz, Kosmetika, Fußpflegemittel, Tiernahrung, Tierpflegeartikel u.ä.

Non-Food II

Textilien, Heimtextilien, Kurzwaren, Schuhe, Lederwaren, Koffer, Schirme, Haushaltswaren, Bilderrahmen, Galanteriewaren, Camping-/ Garten- und Sportartikel, Unterhaltungselektronik, Elektrogeräte und -artikel, Elektrogroßgeräte, Schmuck, Foto, Uhren, Brillen, Spielwaren, Papier-/ Büro- und Schreibwaren, Bücher, Zeitungen, Zeitschriften, EDV, Kommunikation, Do-it-Yourself-Artikel (Baumarktartikel), Eisenkurzwaren, Farben, Lacke, Autozubehör, Fahrradzubehör, Blumen, Pflanzen, Samen, Düngemittel, Insektizide, Sonstiges wie Möbel und Sanitärbedarf u.ä.

Quelle: EHI Retail Institute Köln, 2006

Anlage 3: Bundesdurchschnittliche Raumleistungen im Lebensmittelhandel nach Betriebstypen

Raumleistung (brutto) in € / m ² p.a.			
	Min.	Durchschnitt	Max.
SB-Warenhaus			
nur Food-Abteilung	6.000	6.700	7.500
nur Non-Food-Abteilung	2.000	2.500	3.000
Verbrauchermarkt			
nur Food-Abteilung	5.000	5.600	6.100
nur Non-Food-Abteilung	1.500	2.000	2.500
Großer Supermarkt (ab 2.500 m ² Verkaufsfläche)	4.200	4.800	5.400
Supermarkt (bis 2.500 m ² Verkaufsfläche)	4.200	4.600	5.200
Discounter	4.500	6.000	7.500
SB-Markt	4.300	4.800	5.300
City-Supermarkt	4.500	5.000	5.500
Getränkemarkt	1.600	1.800	2.000
Metzgerei*	8.500	9.200	10.000
Bäckerei*	5.400	6.000	6.500

* ohne Verzehrflächen

Quelle: BBE / IPH / IFH Köln, Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2024

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Flächenbilanz der geplanten Umstrukturierung des Penny-Marktes in Großröhrsdorf.....	3
Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung von Großröhrsdorf im Vergleich	7
Tabelle 3: Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in Großröhrsdorf.....	8
Tabelle 4: Verkaufsflächen und Handelsbetriebe in Großröhrsdorf nach Standortkategorien	10
Tabelle 5: Marktpotenzial der projektrelevanten Branche Lebensmittel im Einzugsgebiet.....	19
Tabelle 6: Angebotsnetz des Lebensmitteleinzelhandels in Großröhrsdorf.....	21
Tabelle 7: Orientierungswerte der Umsatzumverlagerungen bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben	22
Tabelle 8: Marktanteilsprognose der prüfungsrelevanten Penny-Filiale	24
Tabelle 9: Prospektive Raumleistung des Penny-Marktes.....	25
Tabelle 10: Umsatzherkunft der neu aufgestellten Penny-Filiale.....	27
Tabelle 11: Prognostizierte Umsatzumlenkungen des erweiterten Penny-Marktes in Großröhrsdorf	29
Tabelle 12: Umsatzumlenkungen des Penny-Marktes bei Nachbelegung des Penny-Altstandortes	34

Kartenverzeichnis

Karte 1: Raumstruktur Ostsachsen (Ausschnitt)	6
Karte 2: Strukturprägende Handelslagen/ -betriebe in Großröhrsdorf (nur Kernort).....	9
Karte 3: Mikroörtliche Lage des Penny-Projektstandortes in Bretnig (Skizzierung).....	13
Karte 4: Fußläufiger Nahbereich der projektrelevanten Penny-Filiale	14
Karte 5: Wettbewerbsstandorte im Umland von Großröhrsdorf und 5-Minuten-Fahrzeitzone.....	16
Karte 6: Zonierung des Einzugsgebiets des prüfungsrelevanten Penny-Marktes	17

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lageplan des avisierten Penny-Marktes an Straße Zur Aue im Ortsteil Bretnig	4
Abbildung 2: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern.....	7
Abbildung 3: Einzelhandelsstruktur Großröhrsdorf	8
Abbildung 4: Exemplarische städtebauliche Situation in der Ortsmitte (Bandweberstraße/Mühlstraße)	11
Abbildung 5: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Großröhrsdorf (Auswahl)	20
Abbildung 6: Sonstige Lebensmittelanbieter in Großröhrsdorf (Auswahl)	20

Anlageverzeichnis

Anlage 1: Definitionen verschiedener Vertriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel (LEH).....	39
Anlage 2: Differenzierung Non-Food-Sortimente	41
Anlage 3: Bundesdurchschnittliche Raumleistungen im Lebensmittelhandel nach Betriebstypen	42