



Auswirkungsanalyse zur geplanten Umstrukturierung der Handelslage Augustusburger Straße 216 - 218 in Chemnitz-Gablenz

Auftraggeber: Norma Lebensmittelfilialbetrieb
Stiftung & Co. KG

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Florian Schaeffer

Dresden, am 02.08.2019

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Königsbrücker Straße 31 - 33

01099 Dresden

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 0351 / 2167273

Telefax: 0351 / 802389-5

E-Mail: info@gma.biz

Internet: www.gma.biz

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	5
1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung	5
2. Rechtsrahmen	7
2.1 Baurechtliche Vorgaben	7
2.2 Landes- und Regionalplanung	8
3. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel	10
3.1 Definition der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel	11
3.2 Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten	12
4. Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Chemnitz	13
II. Standortbeschreibung und -bewertung	15
1. Makrostandort Chemnitz-Gablenz	15
2. Mikrostandort Augustusburger Straße 216 – 218	17
III. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraftpotenzial	21
1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial	21
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	24
IV. Wettbewerbssituation	25
1. Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet	25
2. Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebietes im Untersuchungsraum	26
3. Zentrale Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum	27
3.1 C-Zentrum New-Yorck-Center	28
3.2 C-Zentrum Gablenz-Center	29
4. Zusammenfassung der Wettbewerbssituation	30
V. Auswirkungen des Vorhabens	32
1. Umsatzprognose für das Planvorhaben	32
2. Prognose und Bewertung der Umsatzumverteilung	34
2.1 Methodik	34
2.2 Umsatzumverteilungen	34
2.3 Bewertung städtebaulicher Auswirkungen	36

VI. Bewertung der Vorhaben aus Sicht der Raumordnung und Landesplanung	39
1. Konzentrationsgebot	39
2. Integrationsgebot	39
3. Kongruenzgebot	40
4. Beeinträchtigungsverbot	40
5. Agglomerationsregelung	41
VII. Zusammenfassung	42

I. Grundlagen

1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung

Im Juli 2019 erhielt die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Dresden den Auftrag zur Erstellung einer Auswirkungsanalyse bezüglich der geplanten **Umstrukturierung des Einzelhandelsstandortes Augustusburger Straße 216 – 218 in Chemnitz-Gablenz**. Der Ende der 1990er Jahre entwickelte Standortbereich ist in die Jahre gekommen und soll nunmehr umgestaltet und durch moderne Handelseinheiten ersetzt werden.

Diesbezüglich ist ein **Abriss und Neubau des ansässigen Norma-Lebensmittelmarktes** geplant, wobei damit eine Verkaufsflächenerweiterung einhergeht. Ferner sollen auch die bestehenden ergänzenden Einzelhandelsbetriebe (Bäckerei Einert) und des Getränkemarktes (Heiloo Getränke) auf dem Standortareal neu positioniert werden. Während Norma bzw. die der Bäckereibetrieb um eine Fleischerei ergänzt wird und einen modernen Neubau an gleicher Stelle bezieht, entsteht die Immobilie für den Getränkemarkt im südöstlichen Grundstücksbereich (vgl. Karte 1).

Folgende Verkaufsflächenveränderungen treten ein (vgl. Tabelle 1):

Tabelle 1: Verkaufsflächenveränderungen

Ladeneinheit	Bestand	Planung	Erweiterung
	in m ² VK		
Norma	710	1.100	390
Getränkemarkt	130	290	160
Bäckerei / Fleischerei	52	70	18
Insgesamt	892	1.460	568

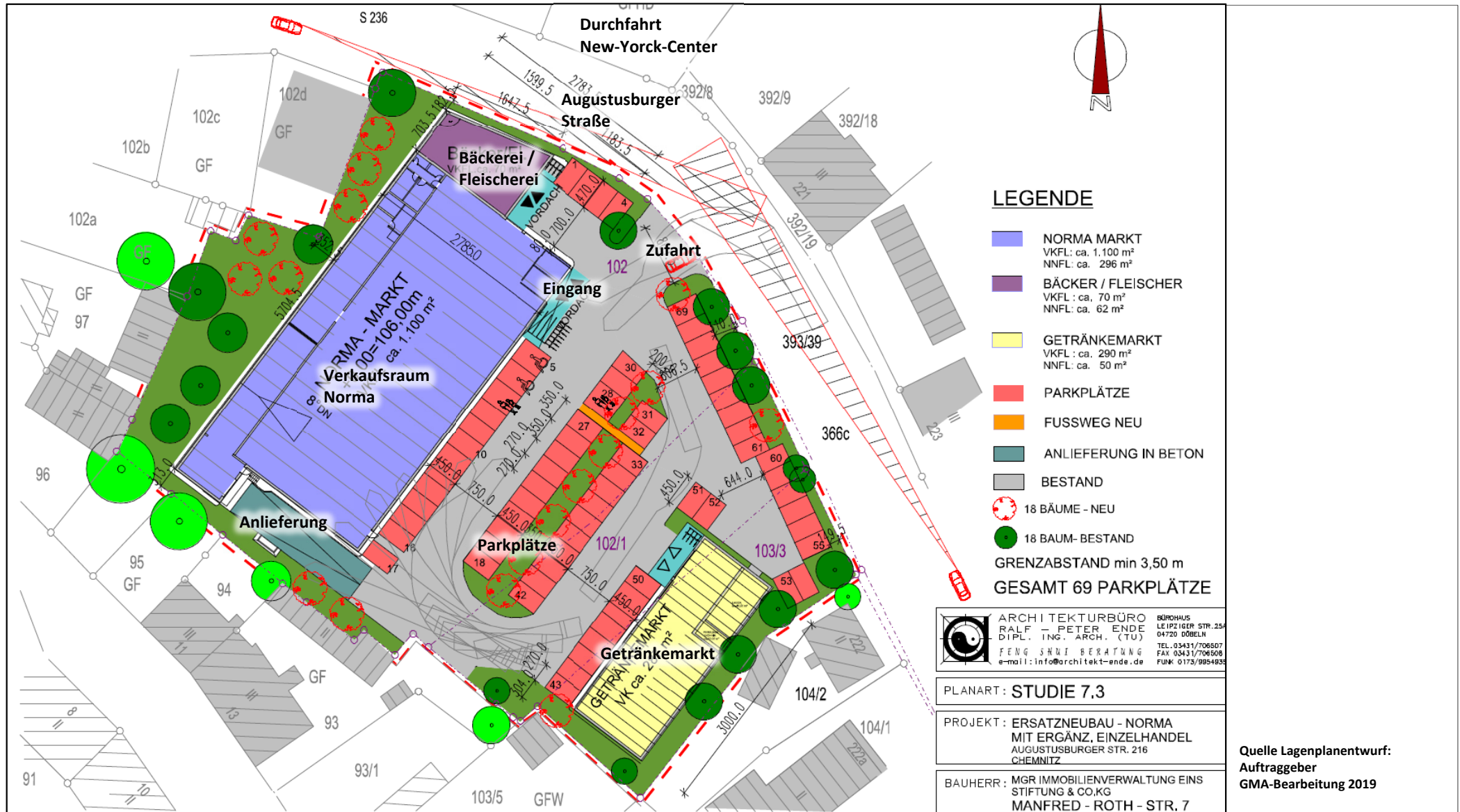
Quelle: Verkaufsflächenangaben gemäß Auftraggeber

Die **Erweiterung des Norma-Marktes** dient dabei v. a. einer großzügigeren Gestaltung des Verkaufsraums und einer optimierten Warenpräsentation gegenüber dem Bestandsmarkt. Damit soll der Norma Standort zukunftsfähig aufgestellt und die Kundenfreundlichkeit des Marktes verbessert werden. Es soll v. a. ein an die demografische Entwicklung angepasster Markt geschaffen werden (breitere Gänge, niedrigere Regale). Es ist keine wesentliche Sortimentsveränderung im Zuge der Erweiterung geplant.

Das Projektvorhaben soll durch die **Aufstellung eines vorhabenbezogenen Bebauungsplans** realisiert werden, wobei ein Nahversorgungszentrum mit einer Verkaufsfläche von insgesamt 1.460 m² festgelegt ist.¹ Damit ist als **Bewertungsgrundlage § 11 Abs. 3 BauNVO** heranzuziehen. Im Vordergrund der Auswirkungsanalyse steht dabei die Untersuchung eventueller schädlicher Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in Chemnitz bzw. eine mögliche Beeinträchtigung der wohnortnahen Versorgung.

¹ Vgl. Aufstellungsbeschluss zum vorhabenbezogenen Bebauungsplan Nr. 19 / 09 „Nahversorgungszentrum Augustusburger Straße 216“, Beschluss B-131/2019.

Karte 1: Lagenplanentwurf Augustusburger Straße 216 – 218



Ferner sind die Ziele der Raumordnung und Landesplanung in Sachsen sowie die Aussagen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes Chemnitz 2016 zu berücksichtigen.

Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangslage sind im **Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse folgende Punkte** zu bearbeiten:

- /// Darstellung der relevanten Rechtsvorschriften und Marktentwicklungen
- /// Beschreibung des Makrostandortes Chemnitz-Gablenz und des Mikrostandortes Augustusburger Straße
- /// Abgrenzung und ggf. Zonierung des Einzugsgebiets sowie Berechnung des sortiments-spezifischen Kaufkraftpotenzials
- /// Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation und Darstellung der Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum
- /// Darstellung und Bewertung potenzieller Umsatzumverteilungen bzw. wettbewerblicher Auswirkungen des Vorhabens
- /// Prüfung möglicher schädlicher Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche und die wohnortnahe Versorgung in Chemnitz
- /// Kompatibilitätsprüfung mit den Vorgaben der Raumordnung in Sachsen.

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde im **Juli 2019 eine Erhebung des relevanten Einzelhandels** im Untersuchungsraum durchgeführt. Zudem erfolgte eine Begehung des Planstandortes und weiterer relevanter Einzelhandelslagen. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik und EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

2. Rechtsrahmen

2.1 Baurechtliche Vorgaben

Für die Beurteilung der **Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben** ist **§ 11 Abs. 3 BauNVO** zu beachten. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung aus:²

- „1. Einkaufszentren,
2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,
3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,

² Baunutzungsverordnung (BauNVO), zuletzt geändert am 21.11.2017 (BGB I. IS. 3787).

sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelt-einwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

Ob ein **Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt** einzustufen ist, hat in einer zweistufigen Prüfung getrennt voneinander zu erfolgen:

1. Handelt es sich bei dem Vorhaben um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb bzw. wird die Großflächigkeit des Vorhabens erfüllt, was i. d. R. bei einer Überschreitung der Verkaufsfläche von 800 m² der Fall sein wird.³
2. Die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen müssen zu erwarten sein, was regelmäßig ab einer Geschossfläche von 1.200 m² anzunehmen ist (= Regelvermutung).

Die **Regelvermutung** ist jedoch gem. § 11 Abs. 3, Satz 4 BauNVO widerlegbar. Der Nachweis kann im Zuge einer Einzelfallprüfung erbracht werden, wenn im konkreten Einzelfall keine Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 3 BauNVO zu erwarten sind. Mit Bezug auf die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen sind dabei insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihre Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und des Warenangebot des Betriebes zu berücksichtigen.

2.2 Landes- und Regionalplanung

Den Rechtsrahmen zur Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten bilden mit Bezug auf die Landes- und Regionalplanung der Landesentwicklungsplan Sachsen 2013 (LEP), der Regionalplan Chemnitz-Erzgebirge 2008 und die Handlungsanleitung des Sächsischen Staatsministerium des Innern über die Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen im Freistaat Sachsen (HA großflächige Einzelhandelseinrichtungen 2008).

³ Vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04. In diesem Urteil hat das BVerwG die Grenze der Großflächigkeit von 700 auf 800 m² erhöht. Großflächig im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 1, Nr. 2 BauNVO sind demnach diejenigen Betriebe, die eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten. Zur Verkaufsfläche zählen, der Kassenvorraum (einschließlich eines Bereichs zum Einpacken der Waren und zur Entsorgung von Verpackungsmaterialien) und ein evtl. vorhandener Windfang. Ebenfalls der Verkaufsfläche zuzurechnen sind die Bedienbereiche (z. B. Fleisch- / Wursttheke).

Als generelle Aufgabe der sächsischen Landesplanung wird mit Bezug auf den Einzelhandel definiert, in allen Gemeinden des Freistaates eine angemessene Versorgung der Bevölkerung mit Waren und Dienstleistungen zu sichern. Der **LEP Sachsen (2013)** formuliert dies konkret im Abschnitt Z 6.1.3 und 6.1.4 folgendermaßen:

„Es ist darauf hinzuwirken, dass die Versorgung der Bevölkerung mit Waren und Dienstleistungen des kurzfristigen Bedarfs in allen Gemeinden verbrauchernah gesichert wird. Dazu sollen auch neue, am örtlichen Bedarf orientierte Versorgungsmodelle umgesetzt werden.“

„Die Zentralen Orte sollen die zentralörtliche Daseinsvorsorge eigenverantwortlich sichern.“

Abschnitt 2.3.2 Handel des LEP Sachsen (2013) konkretisiert die vorstehenden allgemeinen Zielsetzungen unter Bezugnahme auf die Ansiedlung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe:

- „Z 2.3.2.2 Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen ist zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs auch in Grundzentren zulässig.
- Z 2.3.2.3 Bei überwiegend innenstadtrelevanten Sortimenten oder bei einer Verkaufsfläche für innenstadtrelevante Sortimente von mehr als 800 m² ist die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen nur in städtebaulich integrierter Lage zulässig. In den Zentralen Orten, in denen zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen sind, sind diese Vorhaben nur in den zentralen Versorgungsbereichen zulässig.
- Z 2.3.2.4 Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen soll nicht dazu führen, dass der Einzugsbereich den Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes wesentlich überschreitet.
- Z 2.3.2.5 Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen darf weder durch Lage, Größe des Vorhabens oder Folgewirkungen das städtebauliche Gefüge, die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungszentrums oder die verbrauchernahe Versorgung des Zentralen Ortes sowie der benachbarten Zentralen Orte substantiell beeinträchtigen.
- G 2.3.2.6 Bei der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen soll eine ausreichende Anbindung an den ÖPNV gewährleistet werden.
- Z 2.3.2.7 Die Ziele Z 2.3.2.1 bis Z 2.3.2.5 und Grundsatz G 2.3.2.6 gelten entsprechend für die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von nicht großflächigen Einzelhandelseinrichtungen in enger Nachbarschaft zu einer oder mehreren bereits bestehenden Einzelhandelseinrichtungen, wenn sie in ihrer Gesamtheit wie großflächige Einzelhandelseinrichtungen wirken.“

Der **Regionalplan Chemnitz - Erzgebirge 2008** weist darauf hin, dass die Ziele und Zulässigkeitsvoraussetzungen des großflächigen Einzelhandels grundlegend durch den Landesentwicklungsplan des Freistaates Sachsen bestimmt sind.

Die **Handlungsanleitung Großflächige Einzelhandelseinrichtungen**⁴ weist unter Bezugnahme auf die Überprüfung von Ansiedlungen oder Erweiterungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe zunächst auf die Steuerungsmöglichkeiten durch das BauGB und die BauNVO sowie den Landesentwicklungsplan des Freistaates Sachsen hin. Es wird hervorgehoben, dass der Erhalt und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in den Städten und Gemeinden sowie die Differenzierung zwischen zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten von herausragender Bedeutung sein. Lt. Handlungsanleitung zeichnen sich zentrenrelevante Sortimente dadurch aus,

„(...) dass sie z. B. vorrangig Innenstadtbesucher anziehen, häufig in Zusammenhang mit anderen Innenstadtnutzungen nachgefragt werden, überwiegend ohne Pkw transportiert werden können und einen geringen Flächenanspruch im Verhältnis zur Wertschöpfung haben (...)“.

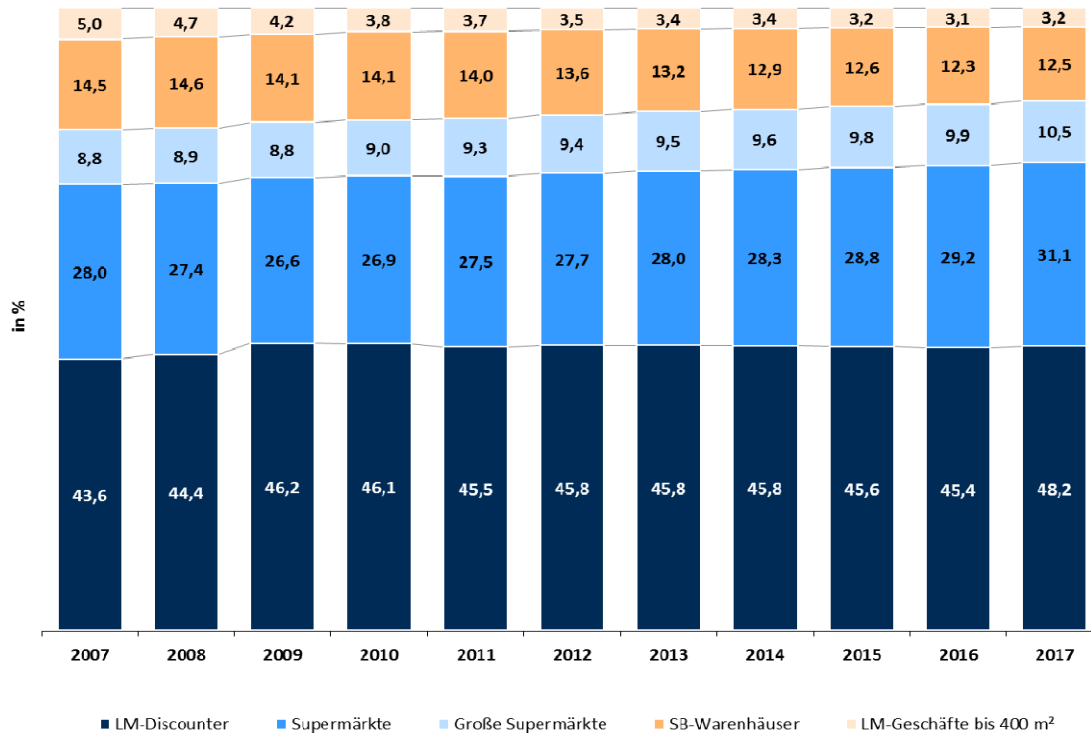
Im Abgleich der Sortimentsliste der Handlungsanleitung mit den in den Planvorhaben geführten Waren ist festzuhalten, dass die Sortimentsschwerpunkte Nahrungs- und Genussmittel als „zentrenrelevant“ einzustufen ist.

3. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel

Die Dynamik in der Branche ist nach wie vor ungebrochen. So optimieren derzeit nahezu alle wesentlichen Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels ihre Standortnetze. Hiermit verbunden ist häufig auch eine Flächenausweitung der einzelnen Betriebe bzw. Standorte, da aufgrund der steigenden Anforderungen an die Warenpräsentation, die interne Logistik sowie den demographischen Wandel die Flächeninanspruchnahme zunimmt.

Die einzelnen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels weisen eine unterschiedliche Entwicklung auf. Während Discounter und Große Supermärkte ihre Marktposition ausbauen konnten, waren die Marktanteile der SB-Warenhäuser und kleinen Lebensmittelgeschäfte rückläufig.

⁴ Handlungsanleitung des Sächsischen Staatsministeriums des Innern vom 3. April 2008.

**Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel
2007 – 2017**


Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut: Handelsdaten aktuell 2018

3.1 Definition der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel

Im Einzelhandel werden verschiedene Betriebstypen unterschieden. Die Ausdifferenzierung ist dabei für den Lebensmitteleinzelhandel verfeinert worden. Als Kriterien für die Differenzierung nach Betriebstypen wird dabei neben der Verkaufsfläche v. a. auch die Sortimentsstruktur und hier insbesondere der Anteil an sog. Nonfood-Waren herangezogen.

Die **Definitionen für Betriebstypen** liegen seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Zur Einordnung und Charakteristik der in Deutschland vorhandenen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels werden die Betriebsformen nachfolgend kurz definiert:⁵

Supermarkt:

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel⁶ führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II aufweist.

Großer Supermarkt:

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood-I- und Nonfood-II-Artikel⁷ führt.

⁵ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2018, Seite 381.

⁶ Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

⁷ Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

Discounter:

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood-I-Sortimente sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt.

Weiterhin kann festgehalten werden, dass **Lebensmitteldiscounter** die Zielgruppenansprache in erster Linie über das Preisargument vornehmen und über ein eingeschränktes Sortiment verfügen, aber zunehmend auch der Grundversorgung dienen. Sie weisen im Durchschnitt eine Fläche von etwa 780 m² auf, wobei bei Neuansiedlungen mittlerweile generell Verkaufsflächengrößen über 1.000 m² angestrebt werden. Zudem wird versucht, bestehende kleinflächige Filialen zu erweitern oder auf größere Grundstücke zu verlagern.

3.2 Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten

Die **Betriebstypen** unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer Sortimentsstruktur. Dies wird v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich. Während ein Supermarkt im Mittel ca. 11.800 Artikel offeriert, bieten Große Supermärkte im Durchschnitt gut das Doppelte an Artikeln an. Lebensmitteldiscounter halten dagegen im Schnitt lediglich ca. 2.300 Artikel vor (vgl. Tabelle 2). Bei allen drei Betriebstypen liegt das Schwergewicht auf Waren des kurzfristigen Bedarfs. Auch wenn beim Lebensmitteldiscounter ca. 24 % der Artikel dem Nonfood-Bereich zuzuordnen sind (davon ca. 12 % dem Nonfood I bzw. 12 % dem Nonfood II Sortiment), liegt der Umsatzschwerpunkt doch eindeutig im Food-Bereich (ca. 75 – 80 %). Der durchschnittliche Umsatzanteil für das Nonfood II-Sortiment liegt nur bei 7,6 % für den Betriebstyp Lebensmitteldiscounter.⁸

Tabelle 2: Sortimentsangebot von Lebensmittelvollsortimentern und Supermärkten

Hauptwarengruppen	Lebensmitteldiscounter (Ø 780 m ² VK)		Supermarkt (Ø 1.028 m ² VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.380 m ² VK)	
	Durchschnittliche Artikelzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Food	1.755	76 – 77	8.995	76	15.730	63
Nonfood I	265	11 – 12	2.030	17	4.825	19
Nonfood II	275	12	805	7	4.450	18
Nonfood insgesamt	540	23 – 24	2.835	24	9.275	37
Insgesamt	2.295	100	11.830	100	25.005	100

Quelle: EHI Köln, Sortimentsbreitenerhebung. In: handelsdaten aktuell 2018.

Lebensmitteldiscounter heben sich im Vergleich zu Lebensmittelvollsortimentern insbesondere durch ein vergleichsweise schmales Sortiment mit einem hohen Anteil an Eigenmarken und durch eine konsequente Niedrigpreisstrategie ab. Als weitere Besonderheit sind wechselnde Randsortimente, so genannte "Aktionsware", zu nennen, deren Artikel nicht kontinu-

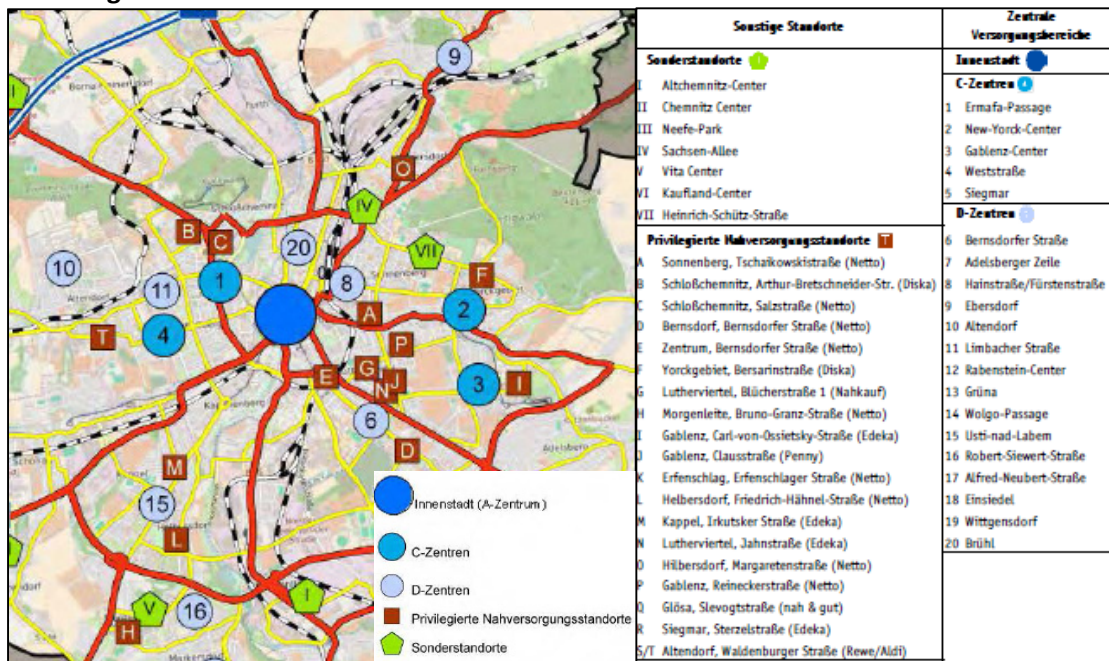
⁸ Quelle: EHI handelsdaten 2013.

ierlich geführt werden. Bei der Aktionsware handelt es sich überwiegend um Angebote außerhalb des Lebensmittelbereichs. Hier kommen ganz unterschiedliche Artikel zum Verkauf, wobei ein gewisser Schwerpunkt bei Bekleidung, Haushaltswaren und Elektrowaren liegt. Letztlich ist die Artikelzusammensetzung jedoch äußerst heterogen.

4. Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Chemnitz

Neben den Regelungen im Rahmen der Bauleitplanung sind auch die Aussagen und Festlegungen des **Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Chemnitz** als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 (6) Nr. 11 BauGB zu berücksichtigen. In dem 2016 fortgeschriebenen Einzelhandels- und Zentrenkonzept wird die Einzelhandelsentwicklung sowohl räumlich als auch sortimentsbezogen auf bestimmte Lagen (= zentrale Versorgungsbereiche) konzentriert. Im Chemnitzer Stadtgebiet wurden als zentrale Versorgungsbereiche ein A-Zentrum (Innenstadt), 5 C-Zentren und 15 D-Zentren ausgewiesen.⁹ In den Stadtteilen Chemnitz-Gablenz und Yorckgebiet sind 2016 die als C-Zentren ausgewiesenen Standortbereiche „New-Yorck-Center“ und „Gablenz-Center“ als zentraler Versorgungsbereich festgelegt (vgl. Abbildung 2).

Abbildung 2: Zentren- und Standortmodell der Stadt Chemnitz



Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Chemnitz 2016, S. 96

GMA-Bearbeitung 2019

⁹ Darüber hin aus definiert das Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2016 erstmalig „privilegierte Nahversorgungsstandorte“, vermutlich der Erkenntnis folgend, dass einige der 2011 (noch) ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche den heutigen Anforderungen der Rechtsprechung nicht mehr genügen.

Weiterhin definiert das Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2016 der Stadt Chemnitz **nahversorgungsrelevante, zentren- und nicht zentrenrelevante** Sortimente.¹⁰ Die Sortimente des Vorhabens sind nahezu ausschließlich den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Getränke, Reformwaren, Tabakwaren, Lebensmittelhandwerk) zuzuordnen. Auch Teile der Randsortimente von Norma wie insbesondere Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel), Zeitungen / Zeitschriften, Tiernahrung (keine Großgebilde) sind als nahversorgungsrelevant einzustufen, sodass vom Vorhaben mehr als 90 % der Verkaufsfläche auf nahversorgungsrelevante Sortimente entfallen. Zudem werden durch Norma in untergeordnetem Umfang zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente angeboten (Aktionsware), die weniger als 10 % der Fläche ausmachen.

Hinsichtlich der Ansiedlungskriterien für Einzelhandelsprojekte¹¹ ist an dieser Stelle zu konstatieren, dass die Ansiedlung, Erweiterung und Verlagerung von Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten insbesondere innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zulässig ist. Da die projektierten Betriebe am Projektstandort Augustusburger Straße 216 – 218 innerhalb des ZVB C-Zentrum „New-Yorck-Center“ gelegen sind und eindeutig mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment aufwarten, ist das **Projektvorhaben vollständig kompatibel mit den Vorgaben des EZK Chemnitz 2016.**

¹⁰ Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Chemnitz 2016.

¹¹ vgl. ebd., S 164

II. Standortbeschreibung und -bewertung

1. Makrostandort Chemnitz-Gablenz

Die **Stadt Chemnitz** (ca. 247.360 Einwohner¹²) liegt im Südwesten des Freistaates Sachsen und ist von der Landesplanung als Oberzentrum ausgewiesen.¹³ Der **Stadtteil Gablenz** grenzt im Norden an Sonnenberg und das Yorckgebiet, im Osten an Adelsberg, im Süden an Bernsdorf und im Westen an das Lutherviertel an (vgl. Karte 2). Derzeit leben in Gablenz ca. 15.520 Einwohner¹⁴, dies entspricht rd. 6,3 % der Gesamtbevölkerung von Chemnitz.

Die **Bevölkerungsentwicklung** im Stadtteil verlief bis ca. 2011 rückläufig. Seither stagniert die Einwohnerzahl bzw. konnte einen leichten Zugewinn um ca. 0,4 % verzeichnen.

Siedlungsstrukturell ist der Stadtteil Gablenz durch heterogene städtebauliche Strukturen geprägt. Im Wesentlichen dominieren Wohnnutzungen, wobei gerade in den Randbereichen des Stadtteils zahlreiche verdichtete Wohnquartiere vorhanden sind. Gewerblich geprägte Bereiche befinden sich an den stadtteilbegrenzenden Verkehrsachsen (u. a. Augustusburger Straße, Zschopauer Straße). Darüber hinaus sind umfangreiche Frei- und Grünflächen, u. a. Kleingärten, zentral im Stadtteil gelegen.

Die **verkehrliche Erschließung bzw. Anbindung** von Gablenz an das Stadtzentrum erfolgt im Wesentlichen über die Zschopauer Straße (Bundesstraße B 174) im Süden und die Augustusburger Straße (Staatsstraße S 236) im Norden. Wichtige Erschließungsfunktion haben in diesem Zusammenhang u. a. die Carl-von-Ossietzky-Straße und die Charlottenstraße, welche die innerquartierliche Anbindung sichern. Ferner fungiert der „Südring“ als Umfahrung des Stadtteils und bietet eine schnelle verkehrliche Erreichbarkeit u. a. der Autobahn A 72 im Chemnitzer Westen. Die Anbindung an den **ÖPNV** erfolgt durch mehrere Buslinien sowie durch eine Straßenbahnlinie entlang der Achse Augustusburger Straße / Gablenzbach / Pappelhain.

Mit Blick auf die **Einzelhandelsstruktur** in Gablenz ist besonders auf die im Stadtteil gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept Chemnitz 2016 ausgewiesenen Standortbereiche hinzuweisen:

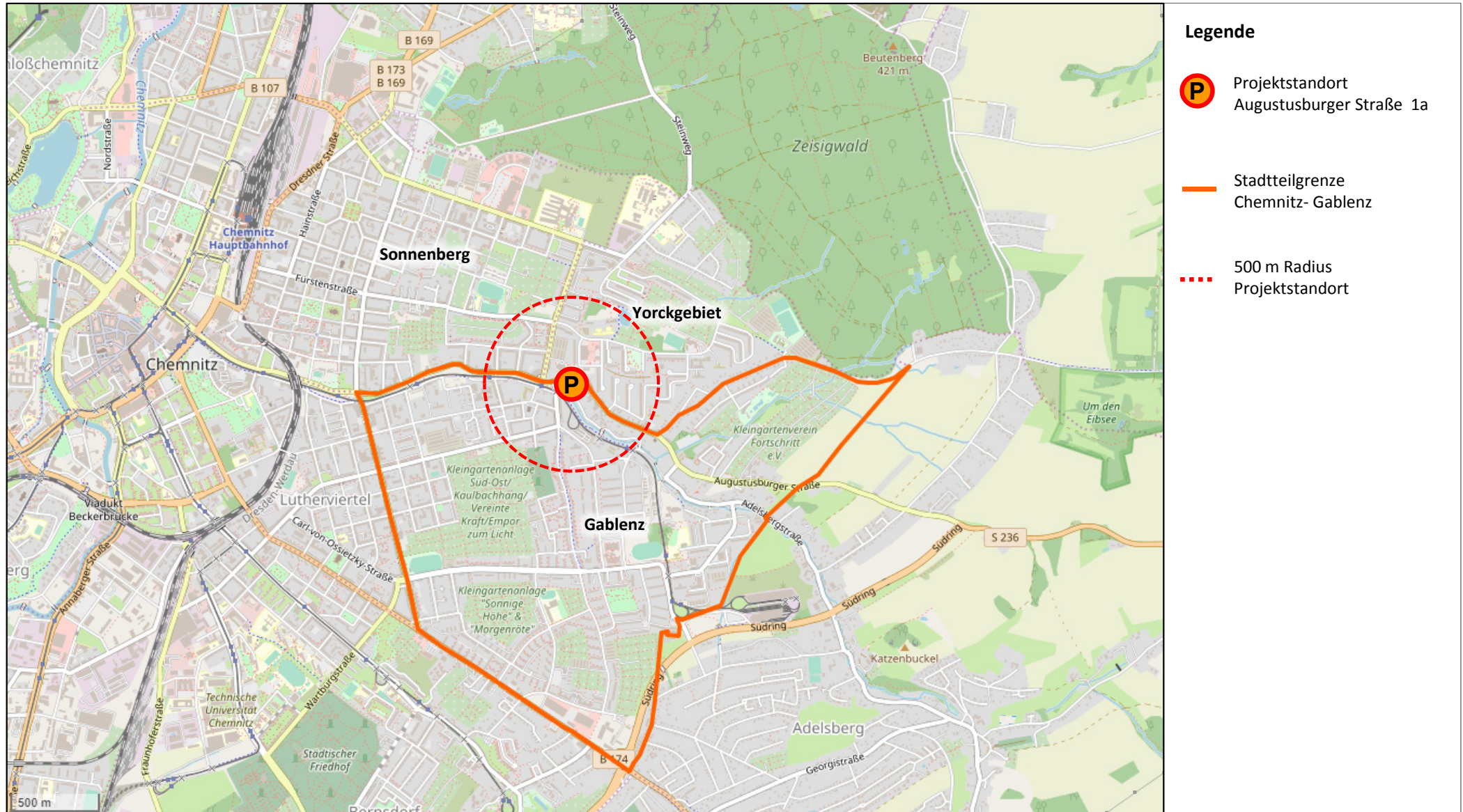
- /// **Gablenz-Center:** Einkaufszentrum mit Sortimentsschwerpunkt im kurz- bis mittelfristigen Bedarfsbereich, Magnetbetriebe Edeka und Rossmann, Lage im verdichteten Wohngebiet im Bereich von Carl-von-Ossietzky-Straße / Hans-Ziegler-Straße; C-Zentrum

¹² Quelle: Stadt Chemnitz, Amt für Informationsverarbeitung, Abteilung Statistik und Wahlen, Stand: 31.05.2019.

¹³ Quelle: Landesentwicklungsplan (LEP) Sachsen 2013.

¹⁴ Quelle: Stadt Chemnitz, Stand: 31.05.2019.

Karte 2: Lage des Projektstandortes im Stadtteil Gablenz in Chemnitz und fußläufiger Nahbereich



- /// **Nahversorgungsstandorte:** Im Stadtteil sind mehrere solitär gelegene Standorte von Lebensmittelmärkten vorhanden (u. a. Charlottenstraße, Clausstraße, Carl-von-Ossietsky-Straße); teilweise werden dieses gem. EZK Chemnitz 2016 als sog. „privilegierte Nahversorgungsstandorte“ geführt

Im Süden an der **Zschopauer Straße** befinden sich auch ein Baumarkt und ein Gartenmarkt. Im Nahrungs- und Genussmittelbereich ergänzen weiterhin Kleinflächenanbieter (u. a. Lebensmittelhandwerk, Spezialgeschäfte) in Wohngebietslage die Versorgungsstrukturen. Ferner ist auf das **C-Zentrum New-Yorck-Center** hinzuweisen, das stadtteilübergreifend auch für Gablenz Versorgungsfunktionen übernimmt:

- /// **New-Yorck-Center:** stadtteilübergreifendes Versorgungszentrum mit den Magnetbetrieben Edeka, Rossmann, Norma (Planstandort), wichtige Versorgungsfunktion im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich primär für das Yorckgebiet und anteilig auch für Gablenz.

2. Mikrostandort Augustusburger Straße 216 – 218

Der **Projektstandort** Augustusburger Straße 216 – 218 befindet sich im Chemnitzer Osten im Stadtteil Gablenz. Der Standortbereich ist Teil des im Einzelhandels- und Zentrenkonzept Chemnitz 2016 definierten zentralen Versorgungsbereiches New-Yorck-Center (C-Zentrum).

Vorgesehen ist die **Umstrukturierung der Norma-Liegenschaft**, wobei die bestehende Gewerbeimmobilie zunächst rückgebaut wird. An gleicher Stelle entsteht ein moderner Marktneubau für Norma, an den sich nördlich eine Bäckerei und eine Fleischerei angliedern. Der aktuell im Objekt bestehende Getränkemarkt wird durch einen Neubau in den südlichen Grundstücksbereich verlagert. Die Kundenparkplätze sind zwischen den genannten Objekten angeordnet, wobei die derzeitige Zufahrtssituation von der Augustusburger Straße bestehen bleibt.

Das **Projektgrundstück** wird durch die Augustusburger Straße nach Norden begrenzt, wobei direkt nördlich die Grenze zum Stadtteil Yorckgebiet verläuft. Südlich der Liegenschaft schließt sich Wohnbebauung mit teilweise Gewerbenutzungen im Bereich Augustusburger Straße / Gablenzer Straße an.

Das weitere **Standortumfeld** wird durch Wohn- und Gewerbe- / Einzelhandelsnutzungen geprägt. Nördlich der Augustusburger Straße an der Scharnhorststraße befindet sich das ebenfalls zum zentralen Versorgungsbereich gehörende **New-Yorck-Center**, welches ein zweigeschossiges Einkaufszentrum darstellt. Während u. a. der Magnetbetrieb Edeka sowie der Edeka Getränkemarkt und der Nonfood-Discounter Tedi im Erdgeschoss positioniert ist, sind im Obergeschoss, z. T. in separaten „Pavillons“ mehrere Einzelhandelsbetriebe (u. a. Bäckerei, Schuhladen, Blumenladen, Rossmann, ernsting's family, KiK) sowie diverse Komplementäre (u. a. Frisör, Sparkasse, Sonnenstudio) ansässig. Weiterhin zählen auch ein Ärztehaus südlich der Scharnhorststraße so-

wie die Gewerbeimmobilie Fürstenstraße 141 (u. a. Ärzte, Bäckerei, Fleischerei, Optiker, Apotheke, Blumenladen) zum zentralen Versorgungsbereich. Das weitere Standortumfeld des Projektstandortes wird entlang der Augustusburger Straße nach Osten durch Einzelhandels- und Gewerbenutzungen (u. a. Motorradhandel, Tankstelle, Heimtextilien, Restaurant) bzw. nördlich durch das verdichtete Wohngebiet des Stadtteils Yorckgebiet geprägt. Südlich des Projektstandortes gliedern sich überwiegend kleinteilige Wohnnutzungen an bzw. verläuft der Gablenzbach. Westlich befinden sich eine Schwimmhalle sowie weitere Wohngebiete in zumeist Blockrandbebauung (vgl. Karte 3).

Foto 1: Norma-Markt, Augustusburger Straße



Foto 2: New-Yorck-Center und verdichtete Wohnbebauung Scharnhorststraße



Foto 3: Wohnbebauung nördlich der Augustusburger Straße



Foto 4: Zufahrt zum Projektgrundstück



Foto 5: Wohn- und Gewerbebesatz Augustusburger Straße

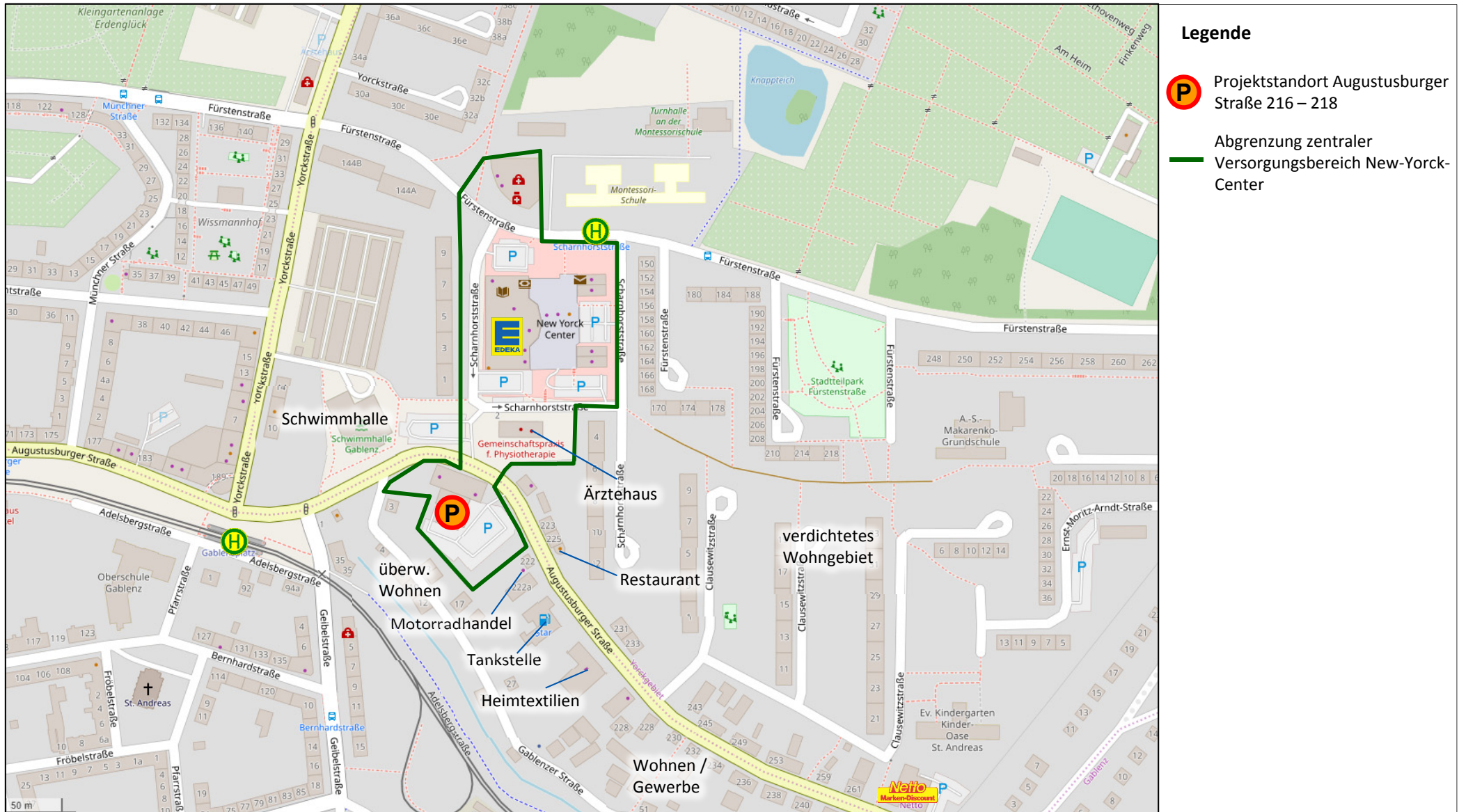




Foto 6: Heiloo-Getränkemarkt auf dem Plangrundstück



GMA-Aufnahmen 2019

Karte 3: Lage des Projektstandorts Augustusburger Straße 216 – 218 und Umfeldnutzungen



- Legende**
-  Projektstandort Augustusburger Straße 216 – 218
 -  Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich New-York-Center

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Standortes wird primär über die Augustusburger Straße hergestellt, welche u. a. die Stadtteile Gablenz und Yorckgebiet mit dem Chemnitzer Stadtzentrum verbindet. Im Weiteren ist die Erreichbarkeit über die von der Augustusburger Straße abzweigende Yorckstraße nach Norden sowie die Geibelstraße nach Süden gewährleistet. Die **fußläufige Erreichbarkeit** wird durch straßenbegleitende Gehwege aus den umliegenden Wohngebieten sichergestellt. So besteht ein direkter Durchgang zur Scharnhorststraße bzw. zum Einkaufszentrum New-Yorck-Center. Die **ÖPNV-Erreichbarkeit** ist über die Straßenbahnhaltestelle „Gablenzplatz“ ca. 200 – 300 m westlich des Standortes gewährleistet.

Für den Planstandort ist eine **Nahversorgungsfunktion** im Sinne einer unmittelbar fußläufigen Erreichbarkeit zu konstatieren. Eine fußläufig akzeptierte Entfernung kann i. d. R. noch mit einer Gehzeit von ca. 10 bis 15 Minuten angesetzt werden. Dies entspricht in etwa einer fußläufigen Entfernung von ca. 700 m bis 1.000 m.¹⁵ Hier ist im Einzelfall auf die speziellen Rahmenbedingungen vor Ort Rücksicht zu nehmen. So sind im verdichteten städtischen Bereich z. T. nur 500 m Fußwegedistanz als akzeptabler Nahversorgungsradius u. a. in Einzelhandelskonzepten definiert. In aufgelockerten Siedlungsbereichen sind dagegen i. d. R. bis zu 700 – 800 m Fußwegedistanz anzusetzen. Im ländlichen Bereich sind auch größere Entfernungen möglich.

In Anbetracht der überwiegend verdichteten Siedlungsstrukturen im Standortumfeld kann für Projektstandort Augustusburger Straße bzw. insbesondere den Norma-Markt ca. **500 m Gehwegedistanz** als fußläufig akzeptable Entfernung angesetzt werden. Diese Entfernung wird auch im Einzelhandelskonzept Chemnitz als Nahversorgungsradius angesetzt¹⁶. So sind Teile der Chemnitzer Stadtteile Gablenz, Yorckgebiet und Sonnenberg innerhalb des fußläufigen 500 m-Radius gelegen (vgl. Karte 2). Die Nahversorgungsbedeutung des Norma-Standortes wird durch die hohe Einwohnerzahl im Nahbereich verdeutlicht (rd. 5.780 Einwohner, vgl. Kapitel III.1).

¹⁵ Vgl. Leitfaden zum Umgang mit § 11 Abs. 3 BauNVO in Bezug auf Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels, beschlossen durch die Fachkommission Städtebau am 28. September 2017, S. 10.

¹⁶ vgl. Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Chemnitz 2016, S. 74

III. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraftpotenzial

Der **Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes** für die Handelslage Augustusburger Straße 216 – 218 bzw. den modernisierten und erweiterten Norma Lebensmittelmarkt kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung des Vorhabens zu. So bildet das ermittelte Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials sowie des Vorhabenumsatzes bzw. der Umsatzherkunft.

1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial

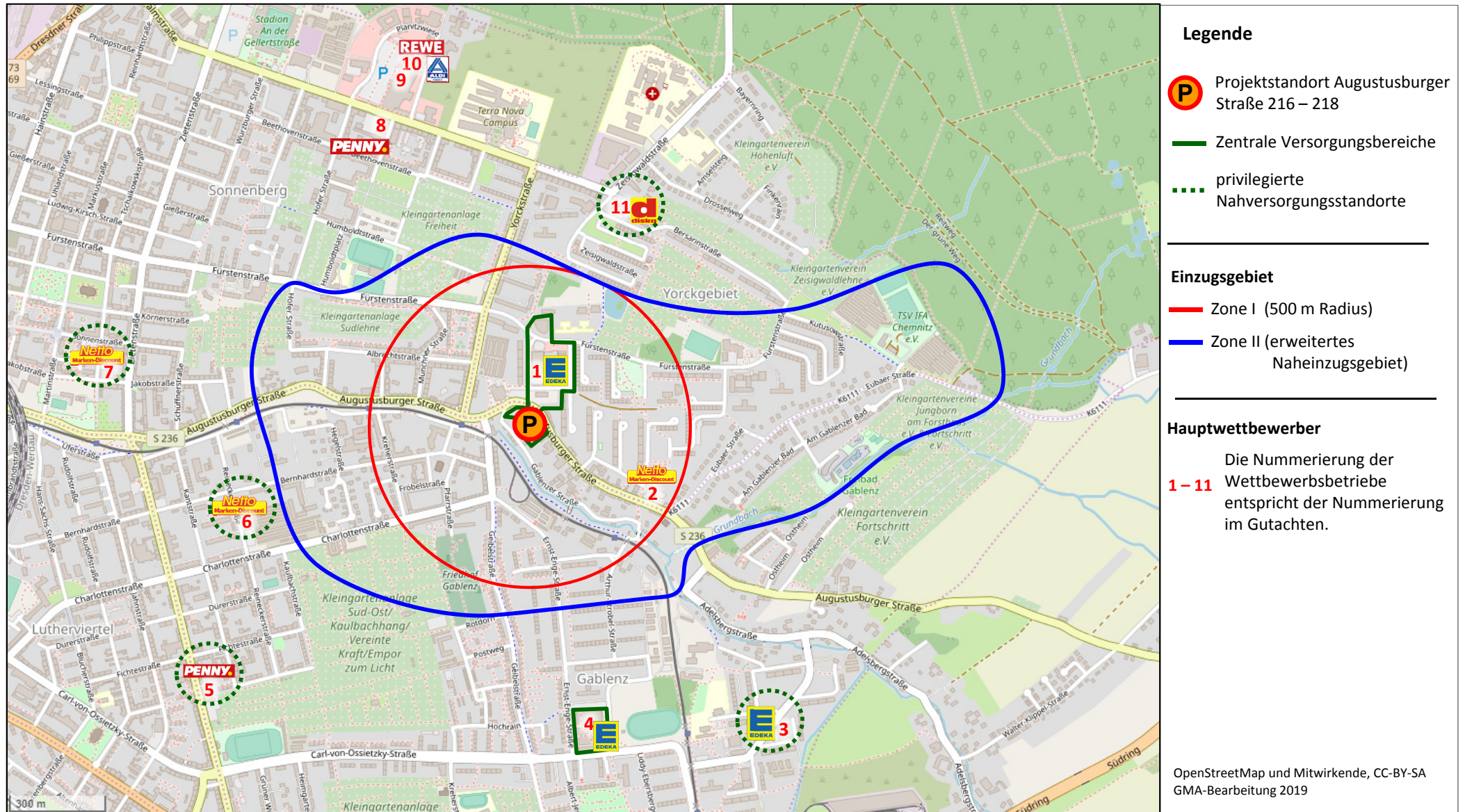
Als **Einzugsgebiet** wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Planstandort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus weiterhin nach Zonen untergliedern und strukturieren, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierungen an den Planstandort zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen. Durch die Zonierung des Einzugsgebiets wird diesem Umstand Rechnung getragen.

Zur **Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes** werden in vorliegender Untersuchung folgende Kriterien herangezogen:

- /// **wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen** im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, städtebauliche Barrieren)
- /// **verkehrliche Erreichbarkeit** des Standortes auf Basis von Geh- und Fahrzeitisochronen
- /// **Leistungsfähigkeit, Sortimentsstruktur und Dimensionierung** des Magnetbetriebes Norma
- /// **Agglomerationseffekte** der Handelslage Augustusburger Straße 216 – 218
- /// **Wettbewerbssituation** und Einkaufsalternativen in den umliegenden Stadtbereichen von Chemnitz
- /// Ergebnisse aus **anderen GMA-Untersuchungen** in Chemnitz.

Bei dem Standort Augustusburger Straße 216 – 218 handelt es sich um eine **Einzelhandelsagglomeration**, wobei der ansässige Norma-Markt als Anker- und Magnetbetrieb fungiert. Dieser bestimmt maßgeblich die Ausdehnung des Einzugsgebietes für die gesamte Handelslage, sodass auch für die den Getränkemarkt und die Bäckerei/Fleischerei von einem vergleichbaren Einzugsgebiet auszugehen ist. Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für den erweiterten Norma-Lebensmittelmarkt am Standort Augustusburger Straße folgendes Einzugsgebiet abgrenzen (vgl. Karte 4):

Karte 4: Einzugsgebiet und projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum



OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA
GMA-Bearbeitung 2019

Zone I:	Nahbereich, ca. 500 m Gehwegradius	ca. 5.780 Einwohner
Zone II:	Teile von Chemnitz-Gablenz, Yorckgebiet und Sonnenberg	ca. 3.660 Einwohner
Einzugsgebiet insgesamt:		ca. 9.440 Einwohner. ¹⁷

Durch die umstrukturierte und modernisierte Handelslage wird ein Einzugsgebiet erschlossen, welches sich zunächst im Kern (**Zone I**) auf den unmittelbaren 500 m-Radius um den Planstandort erstreckt. Hier ist davon auszugehen, dass die im Umfeld wohnhafte Bevölkerung den Standort fußläufig sehr gut erreichen kann und somit eine hohe Kundenbindung zu erwarten ist.

Darüber hinaus zählen auch weitere Teile der umliegenden Stadtbereiche zum Einzugsgebiet (**Zone II**). So ist im Hinblick auf die Stadtteile Gablenz, Yorckgebiet und Sonnenberg auch bis zu einer Entfernung von 600 – 700 m noch von einer guten fußläufigen Erreichbarkeit des Planstandortes auszugehen, wobei hier bereits mit abnehmender Kundenorientierung bzw. niedrigeren Marktanteilen zu rechnen ist. Insbesondere wirkt hier der umliegende Wettbewerb als begrenzend für das primär fußläufige Einzugsgebiet der Handelslage Augustusburger Straße 216 – 218. Hier ist auf die Wettbewerbsstandorte im Untersuchungsraum hinzuweisen (vgl. Kapitel IV. 2). Mit Blick auf die Wohngebiete entlang der Eubaer Straße im östlichen Bereich des Stadtteils Yorckgebiet sind hier keine Lebensmittelmärkte ansässig, so dass hier das betriebliche Einzugsgebiet von Norma über den unmittelbaren fußläufigen Nahbereich hinausreicht.

Dieses Einzugsgebiet erschließt der Norma-Markt bzw. die Einzelhandelslage bereits heute und wird es auch zukünftig nach der Erweiterung erschließen, da sich an den generellen Rahmenbedingungen keine Änderungen ergeben. Ein weiteres Ausgreifen des regelmäßigen Einzugsgebietes ist v. a. durch die zunehmende räumliche Entfernung bzw. die Erreichbarkeit des Standortes aufgrund von Entfernungsparametern nicht zu erwarten.

In gewissem Umfang sind auch unregelmäßige Einkaufsbeziehungen von außerhalb des Einzugsgebietes zu erwarten, z. B. durch Pendler. Dies ist auf die Lage des Planstandortes an der Verkehrsachse Augustusburger Straße zurückzuführen. Diese Kunden werden im weiteren Verlauf der Untersuchung als **Streumsätze** i. H. v. ca. 10 % des Umsatzes berücksichtigt, wobei ein defensiver bzw. niedriger Streukundenanteil angesetzt wurde.

¹⁷ Ermittlung der Einwohnerzahlen auf Blockebene mit WIGeoGIS nach Geomarkets (GfK-Daten, Stand: 30.09.2018).

2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen beträgt die ländereinzelhandelsrelevante Kaufkraft aktuell einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung

ca. € 6.035.¹⁸

Bezogen auf das konkrete Vorhaben in Chemnitz, dessen Sortimentsschwerpunkt im Lebensmittelbereich liegt, betragen die Pro-Kopf-Ausgaben aktuell

ca. 2.210 €.¹⁹

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau²⁰ zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffern von MB Research liegt das Kaufkraftniveau im Einzugsgebiet zwischen 86,6 (PLZ 09130) und 97,1 (PLZ 09127) und damit auf einem unterdurchschnittlichen Niveau (Bundesdurchschnitt = 100,0). Für das Einzugsgebiet beläuft sich das **Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel** damit auf **ca. 16,9 Mio. €**. Davon entfallen auf

/// Zone I: ca. 9,9 Mio. €

/// Zone II: ca. 7,0 Mio. €.

Zusätzlich werden bei Lebensmittelmärkten Anteile des Umsatzes mit Randsortimenten aus dem Nonfood I- und Nonfood II-Bereich generiert. Diese liegen im Fall von Norma bei ca. 15 %.

¹⁸ Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

¹⁹ Ohne Randsortimente (Nonfood I und II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung.

²⁰ Quelle: MB Research, 2018. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

IV. Wettbewerbssituation

Zur Bewertung des Vorhabens ist zunächst die **Angebots- und Wettbewerbssituation in Chemnitz bzw. im Einzugsgebiet und im Untersuchungsraum** darzustellen und zu bewerten. Ausgehend davon lassen sich die durch das Vorhaben zu erwartenden prüfungsrelevanten städtebaulichen Auswirkungen ermitteln.

Die Einzelhandelssituation im Einzugsgebiet und im Untersuchungsraum wurde von der GMA durch eine **Erhebung der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe im Juli 2019** untersucht. Als Wettbewerber für Norma bzw. auch die weiteren Einzelhandelsnutzungen aus dem Nahrungs- und Genussmittelbereich (Getränkemarkt, Bäckerei / Fleischerei) gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Nahrungs- und Genussmittel verkauft werden. Allerdings ist v. a. für den Magnetbetrieb Norma aufgrund der Flächengröße bzw. des Betriebstyps und des spezifischen Einkaufsverhaltens der Bevölkerung davon auszugehen, dass insbesondere betriebstypengleiche oder – ähnliche Betriebe (u. a. Lebensmitteldiscounter, Supermärkte) als Hauptwettbewerber zu identifizieren sind.

1. Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet

Innerhalb des Einzugsgebietes (Zone I und II) sind neben dem zu erweiternden Norma-Markt, Augustusburger Straße, folgende strukturprägende Anbieter²¹ im Nahrungs- und Genussmittel-sektor vorhanden (vgl. Karte 4):

- (1) **Edeka Ziegler**, Scharnhorststraße (ZVB New-Yorck-Center)
- (2) **Netto**, Augustusburger Straße.

Mit Blick auf den benachbarten Edeka-Markt Ziegler liegt dieser nur rd. 200 m vom Planstandort entfernt, ebenfalls innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches New-Yorck-Center. Dessen Getränkemarkt ist auf der Nordseite des Centers separat eingerichtet. Der Anbieter Netto Marken-Discount, Augustusburger Straße 263, ist als kleiner Nahversorgungsstandort für die umliegenden Wohngebiete zu charakterisieren, der nur eine eingeschränkte Parkplatzkapazität aufweist.²²

Darüber hinaus sind mehrere vereinzelte ergänzende Nahversorgungsanbieter aus dem Lebensmittelhandwerk (Bäckerei, Fleischerei) sowie Spezialanbieter (z. B. Tankstellenshop, Kiosk) vorhanden. Der Schwerpunkt liegt auf dem New-Yorck-Center, welches als Einkaufszentrum auch weitere Einzelhandels- und Komplementärbetriebe aufweist. Außerhalb des Centers sind lediglich vereinzelt in Streulage Lebensmittelhandwerker etabliert. Insgesamt verfügen die Lebensmittelanbieter über eine Verkaufsfläche von ca. 2.195 m² auf der ein Umsatz von ca. 5,7 Mio. €²³ im Nahrungs- und Genussmittelbereich erwirtschaftet wird.

²¹ Lebensmittelmärkte > 400 m² VK, ohne Spezialanbieter

²² Zum Zeitpunkt der Erhebung war der Netto-Markt wegen Umbau / Modernisierung geschlossen.

²³ Umsätze von Mehrbranchenunternehmen aufgeteilt, ohne Bestandsbetriebe am Planstandort Augustusburger Straße 216 – 218.

2. Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebietes im Untersuchungsraum

Neben den Betrieben im unmittelbaren Einzugsgebiet gehen auch noch **wettbewerbliche Wirkungen** von den Anbietern außerhalb des Einzugsgebietes im **Untersuchungsraum** aus. Der Untersuchungsraum definiert sich aufgrund der wettbewerblichen Interdependenzen innerhalb des umliegenden Stadtraums, welche v. a. mit Betrieben zu sehen sind, deren Einzugsgebiete sich mit dem Einzugsgebiet des Planvorhabens überschneiden. Weiterhin werden auch die räumlich nächstliegenden zentralen Versorgungsbereiche und die privilegierten Nahversorgungsstandorte in den Untersuchungsraum einbezogen, um eine Einschätzung einer möglichen Betroffenheit von strukturprägenden Anbietern vornehmen zu können. Der Untersuchungsraum erstreckt sich somit auf die angrenzenden Bereiche von Gablenz, Yorckgebiet und Sonnenberg.

In Karte 4 werden daher neben den Betrieben im Einzugsgebiet auch die **Betriebe des Untersuchungsraums außerhalb des Einzugsgebietes** (Nr. 3 – 11) dargestellt.

- (3) **Edeka Hilse**, Carl-von-Ossietzky-Straße (privilegierter Nahversorgungsstandort)
- (4) **Edeka Langer**, Hans-Ziegler-Straße (ZVB C-Zentrum Gablenz-Center)
- (5) **Penny**, Clausstraße (privilegierter Nahversorgungsstandort)
- (6) **Netto**, Reineckerstraße (privilegierter Nahversorgungsstandort)
- (7) **Netto**, Tschaikowskistraße (privilegierter Nahversorgungsstandort)
- (8) **Penny**, Heinrich-Schütz-Straße
- (9) **Aldi**, Heinrich-Schütz-Straße
- (10) **Rewe**, Planitzwiese
- (11) **Diska**, Bersarinstraße (privilegierter Nahversorgungsstandort)

Die genannten Hauptwettbewerber liegen somit bereits außerhalb des Einzugsgebietes. Sie weisen aber zum einen partiell Einzugsgebietsüberschneidungen mit dem Planvorhaben an der Augustusburger Straße auf, zum anderen begrenzen sie die Ausdehnung des betrieblichen Einzugsgebietes des Planstandortes und sind damit potenziell von Wettbewerbswirkungen betroffen.

Im Sinne des Worst-Case-Ansatzes werden nur die genannten Wettbewerber bei den späteren Umsatzumverteilungen einbezogen, nicht aber sonstige kleinteilige Anbieter (z. B. Lebensmittelhandwerker, Spezialgeschäfte) außerhalb des Einzugsgebietes, da diese keine wesentlichen Konzept- bzw. Einzugsgebietsüberschneidungen mit dem einzugsgebietsbestimmenden Magnetanbieter Norma aufweisen.²⁴

²⁴ Ausnahme bilden die kleinteiligen Anbieter in den projektrelevanten zentralen Versorgungsbereichen, die berücksichtigt wurden, um eine umfassende Bewertung einer möglichen Betroffenheit des zentralen Versorgungsbereiches durchführen zu können (vgl. Kapitel IV. 3).

3. Zentrale Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum

Bei einer Ansiedlung oder Erweiterung eines Einzelhandelsbetriebes ist zu prüfen, ob schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in der Standortgemeinde bzw. ggf. in den umliegenden Städten und Gemeinden auftreten. Insofern ist zunächst zu ermitteln, welche zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum vorliegen. Als Grundlage dient hierfür das Einzelhandels- und Zentrenkonzept Chemnitz 2016.

Innerhalb des Untersuchungsraumes, der sich auf Teile der Stadtteile Gablenz, Yorckgebiet und Sonnenberg erstreckt, sind insbesondere die **räumlich nächst gelegenen zentralen Versorgungsbereiche** als projektrelevant einzustufen. Diese sind:

- /// C-Zentrum New-Yorck-Center (Planstandort)
- /// C-Zentrum Gablenz-Center (Distanz ca. 900 – 1.000 m).

Mit Blick auf das potenzielle Einzugsgebiet, die Versorgungsfunktion und die Erreichbarkeit des Planstandortes Augustusburger Straße 216 – 218 aufgrund von Zeitdistanzwerten, sind darüber hinausgehende nachweisbare Wettbewerbswirkungen auf Anbieter in weiteren zentralen Versorgungsbereichen in Chemnitz außerhalb des Untersuchungsraumes auszuschließen, sodass die hier gelegenen Zentren nicht als projektrelevant einzustufen sind.

Weiterhin definiert das Einzelhandels- und Zentrenkonzept Chemnitz 2016 sog. „privilegierte Nahversorgungsstandorte“, wobei hier i. d. R. solitär gelegene Standorte des Lebensmitteleinzelhandels eine wichtige Funktion für die wohnortnahe Grundversorgung einnehmen. Folgende privilegierte Nahversorgungsstandorte sind im Untersuchungsraum zu nennen:

- /// Yorckgebiet, Bersarinstraße (Diska)
- /// Gablenz, Carl-von-Ossietzky-Straße (Edeka)
- /// Gablenz, Clausstraße (Penny)
- /// Gablenz, Reineckerstraße (Netto)
- /// Sonnenberg, Tschairowskistraße (Netto).

Zwar weisen diese Standorte nicht den Schutzstatus zentraler Versorgungsbereiche auf, dennoch sind sie von Bedeutung für die wohnortnahe Versorgung und werden daher ebenfalls im Hinblick auf eine mögliche Beeinträchtigung untersucht.²⁵

Dementsprechend sind mit vorliegender Analyse neben möglichen negativen Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung auch potenzielle schädliche Auswirkungen auf die Entwicklung

²⁵ Gleiches gilt auch für die weiteren siedlungsintegriert gelegene Standorte von Lebensmittelmärkten im Untersuchungsraum, die faktisch auch Nahversorgungsfunktionen übernehmen, aber nicht den Sonderstatus eines „privilegierte Nahversorgungsstandortes“ gem. EZK Chemnitz 2016 genießen.

zwei vorgenannten zentralen Versorgungsbereiche i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO zu prüfen. Hierfür wird zunächst die jeweilige räumliche Abgrenzung dargelegt und eine Bewertung hinsichtlich des relevanten Einzelhandelsangebots des Standortbereichs vorgenommen, um darauf aufbauend mögliche schädliche Auswirkungen ableiten zu können (vgl. Kapitel V. 2).

3.1 C-Zentrum New-Yorck-Center

Der **zentrale Versorgungsbereich C-Zentrum New-Yorck-Center** befindet sich an der Schnittstelle zwischen den Stadtteilen Yorckgebiet, Gablenz und Sonnenberg im Chemnitzer Osten. Das Zentrum besteht im Wesentlichen aus vier Gebäudekomplexen:

- /// Zentrales Element ist das **New-Yorck-Center**, welches als zweigeschossiges Einkaufszentrum im Straßencarrée der Scharnhorststraße positioniert ist. Als Ankerbetriebe fungieren ein Edeka-Supermarkt mit separatem Getränkemarkt sowie ein Rossmann-Drogeriefachmarkt. Weitere Einzelhandelsbetriebe sind u. a. T€Di, KiK Bekleidung, ernsting's family, Schuhhaus Schneider sowie Lebensmittelhandwerker, ein Blumenladen und ein Textilanbieter. Darüber hinaus sind auch die Stadtteilbibliothek sowie diverse Dienstleistungsanbieter (Schlüsseldienst, Lottostelle, Sparkasse, Frisör) ansässig.
- /// **Nördlich der Fürstenstraße** besteht eine fünfgeschossige Wohn- und Gewerbeimmobilie, in der u. a. eine Bäckerei, eine Fleischerei, ein Blumenladen und ein Optiker ansässig sind. Auch Arztpraxen sind hier vorhanden.
- /// Zwischen Augustusburger Straße und Scharnhorststraße befindet sich ein **Ärztehaus**.
- /// Südlich der Augustusburger Straße schließt die **Einzelhandelslage Augustusburger Straße 216 – 218** (Planstandort) den zentralen Versorgungsbereich nach Süden ab.

Foto 7: ZVB New-Yorck-Center (1)

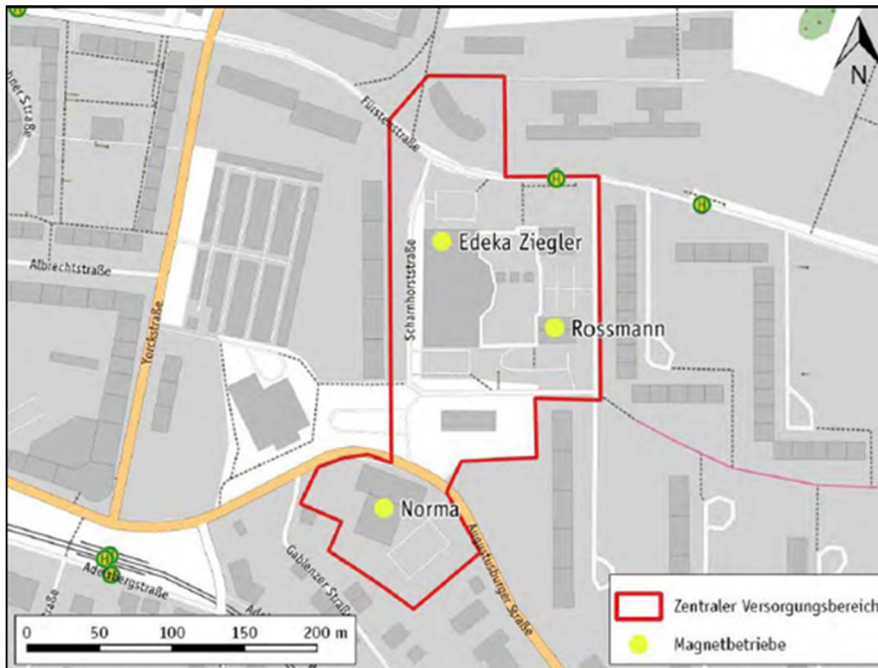


Foto 8: ZVB New-Yorck-Center (2)



GMA-Aufnahmen 2019

Abbildung 3: C-Zentrum New-Yorck-Center



Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept Chemnitz 2016, S. 175

Insgesamt ist eine hohe Multifunktionalität des als Stadtteilzentrum zu charakterisierenden zentralen Versorgungsbereichs zu konstatieren. Der Branchenschwerpunkt liegt im Nahversorgungssegment, wobei von stabilen Strukturen auszugehen ist. Im Lebensmittelbereich w mit den beiden Magnetbetrieben Norma und Edeka, ergänzt um Lebensmittelhandwerker und Getränkemärkte, der Sortimentsschwerpunkt geprägt. Zwar weist das New-Yorck-Center einen gewissen Revitalisierungsbedarf auf, jedoch ist in Anbetracht der hohen Verkaufsflächenkonzentration von einer wirtschaftlichen Situation auszugehen. Für die Handelslage Augustusburger Straße 216 – 218 (Planstandort) ist im Zuge des Projektvorhabens eine Neugestaltung und damit Stärkung geplant. Insgesamt wird damit auch der zentrale Versorgungsbereich, zu dem der Projektstandort gehört, gestärkt.

3.2 C-Zentrum Gablenz-Center

Der zentrale Versorgungsbereich C-Zentrum Gablenz-Center liegt zentral im gleichnamigen Stadtteil und umfasst i. W. den zwei- bis dreigeschossigen Immobilienkomplex nördlich der Carl-von-Ossietzky-Straße. Als Magnetbetriebe fungieren Edeka und Rossmann, so dass der Sortimentschwerpunkt im periodischen Bedarf liegt. Kleinteilige Geschäfte (u. a. Bäckerei, Blumen, Apotheke, Hörakustik, Buchladen, Schuhgeschäft, Fleischerei) ergänzen den Besatz. Dienstleistungsorientierte Komplementäre (z. B. Frisör, Bank, Gastronomie) tragen zur Ausstrahlungskraft und Versorgungsfunktion für den Stadtteil teil.

Foto 9: ZVB Gablenz-Center (1)

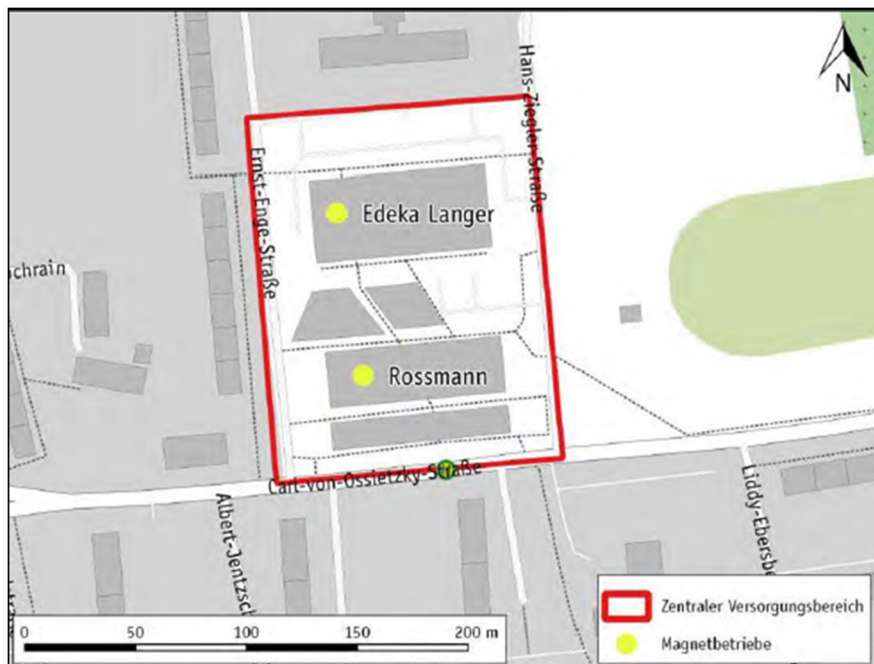


Foto 10: ZVB Gablenz-Center (2)



GMA-Aufnahmen 2019

Abbildung 4: C-Zentrum Gablenz-Center



Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept Chemnitz 2016, S. 175

Insgesamt profitiert das Gablenz-Center von den Kopplungsmöglichkeiten am Standort und weist ein hohes Einwohnerpotenzial im fußläufigen Umkreis auf. Mit dem leistungsstarken großflächigen Edeka-Markt ist der zentrale Versorgungsbereich im Lebensmittelbereich kompetent aufgestellt. Das Zentrum ist als wirtschaftlich und städtebaulich stabil zu charakterisieren.

4. Zusammenfassung der Wettbewerbssituation

In der Gesamtbetrachtung ist die **Wettbewerbsintensität im Nahrungs- und Genussmittelbereich** im Untersuchungsraum als intensiv einzustufen. So sind in den Stadtteilen Gablenz, Yorckgebiet und Sonnenberg mehrere, überwiegend leistungsfähige Lebensmittelmärkte ansässig, die die wohnortnahe Grundversorgung sichern.

Mit Blick auf die **Lage des Projektstandortes innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs New-Yorck-Center** stellt der Norma-Markt eine sinnvolle funktionale Ergänzung des Edeka-Vollsortiments im Einkaufszentrum dar. Weiterhin wird der ZVB C-Zentrum New-Yorck-Center mit der Modernisierung der Einzelhandelslage Augustusburger Straße 216 – 218 gestärkt.

Mit Blick auf das definierte betriebliche Einzugsgebiet des Vorhabens umfasst dieses im Wesentlichen einen modifizierten 500 bis ca. 800 m-Radius, so dass primär von einer fußläufigen Nahversorgungsfunktion auszugehen ist. Diesbezüglich überlagern insbesondere die Wettbewerbsstandorte im Einzugsgebiet bzw. im Untersuchungsraum (Nr. 1 – 11) das betriebliche Einzugsgebiet des Vorhabens und sind daher von möglichen Wettbewerbswirkungen betroffen.

Nachfolgende Tabelle stellt zusammenfassend die Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel im Untersuchungsraum dar.

Tabelle 3: Projektrelevante Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung

Standortlage	Verkaufsfläche		Umsatz (brutto)***	
	in m ²	in %	In Mio. €	in %
Anbieter im Einzugsgebiet (Zone I und II)*	2.195	22	8,7	23
<i>davon Anbieter im C-Zentrum New-Yorck-Center</i>	1.570	16	5,7	15
<i>davon Anbieter in sonstigen Lagen</i>	625	6	3,0	8
Anbieter im Untersuchungsraum außerhalb des Einzugsgebietes**	7980	78	29,3	77
<i>davon Anbieter im C-Zentrum Gablenz-Center</i>	1.700	17	6,6	17
<i>davon Anbieter an „privilegierten Nahversorgungsstandorten“</i>	3.890	38	13,2	35
<i>davon Anbieter in sonstigen Lagen</i>	2.390	23	9,5	25
projektrelevante Anbieter insgesamt	10.175	100	38,0	100

* alle Lebensmittelanbieter im Einzugsgebiet, ohne Bestandsgeschäfte Augustusburger Straße 216 - 218

** nur strukturprägende Lebensmittelmärkte > 400 m² VK und alle Anbieter in den zentralen Versorgungsbereichen im Untersuchungsraum

*** Umsatz um Nonfood-Anteile bereinigt

ca.-Werte gerundet, Rundungsdifferenzen möglich, GMA-Erhebung und Berechnung 2019

V. Auswirkungen des Vorhabens

1. Umsatzprognose für das Planvorhaben

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des Vorhabens wird das **Marktanteil-konzept** verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden in den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes.²⁶ Somit beschreibt das Modell, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, einen Teil des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich an sich zu binden.

Neben der Berechnung der zu erwartenden Gesamtumsatzleistung eines Vorhabens lässt sich anhand des Marktanteilkonzepts ebenfalls die perspektivische Umsatzherkunft des Vorhabens ableiten. Diese ergibt sich aus der Relation zwischen den in den jeweiligen Zonen des Einzugsgebiets generierten Umsätzen und dem Gesamtumsatz des Vorhabens. Hingegen lässt das Marktanteilkonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen zu. So gibt das Marktanteilkonzept keine Auskunft darüber, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und wie sich diese nach dem Markteintritt des Vorhabens neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzumverteilungen für das Vorhaben wird in Kapitel V., 2. ausführlich behandelt.

Folgende **Umsatzprognose** lässt sich für den erweiterten Norma-Lebensmittelmarkt mit ca. 1.100 m² VK anhand des Marktanteilkonzepts ermitteln:²⁷

Tabelle 4: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes (Norma mit ca. 1.100 m² VK)

Zonen	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	9,9	20	1,9 – 2,0	0,3 – 0,4	2,3	60
Zone II	7,0	15	1,0	0,1 – 0,2	1,1 – 1,2	30
Einzugsgebiet	16,9	17 – 18	2,9 – 3,0	0,5	3,4 – 3,5	90
Streuumsätze			0,3 – 0,4	< 0,1	0,4	10
Insgesamt			3,3	0,5 – 0,6	3,8 – 3,9	100

* Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich (Nonfood I und II) beträgt beim Anbieter Norma ca. 15 %. Hinsichtlich der Kundenherkunft wurde von mit dem Foodbereich vergleichbaren Werten ausgegangen.

GMA-Berechnungen 2019 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Somit lässt sich für den erweiterten Norma-Markt mit ca. 1.100 m² VK eine **Gesamtumsatzleistung** von ca. 3,8 – 3,9 Mio. € ermitteln. Hiervon entfallen ca. 3,3 Mio. € auf den Foodbereich und

²⁶ In die Ermittlung der Marktanteile fließen zahlreiche Faktoren ein. U. a. sind dies die Rahmenbedingungen am Vorhabenstandort, die verkehrliche Erreichbarkeit, die Wettbewerbssituation im selben Marktsegment sowie Kopplungs- und Agglomerationseffekte.

²⁷ Rechenvorgang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

ca. 0,5 – 0,6 Mio. € auf den Nonfoodbereich (Nonfood I und II). Mit einem Marktanteil von ca. 20 % in Zone I wird eine starke Marktposition erreicht, was die Nah- bzw. Grundversorgungsfunktion des Standortes verdeutlicht. Dagegen liegen die Marktanteile in Zone II mit ca. 15 % bereits etwas niedriger, was auf die Überlagerung des betrieblichen Einzugsgebietes von Norma mit den Einzugsgebieten der Wettbewerber im Untersuchungsraum und die zunehmende räumliche Distanz zurückzuführen.

Zur **Bewertung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit** des Vorhabens lassen sich die Filialleistungen heranziehen. Je nach Betreiber, Sortiment, Verkaufsfläche und Standorteigenschaften variieren diese z. T. sehr stark und spiegeln dadurch die spezifischen örtlichen Verhältnisse wider. Gemäß Retail Real Estate Report Germany 2018 / 2019 liegt die durchschnittliche Filialleistung von Norma bei ca. 2,6 Mio. €. Damit läge der Markt in Chemnitz nach der Erweiterung auf einem deutlich überdurchschnittlichen Niveau.

Allerdings ist anzumerken, dass der Standort mit ca. 1.100 m² Verkaufsfläche auch deutlich über dem Verkaufsflächendurchschnitt von Norma-Märkten (gem. Hahn Retail Real Estate Report Germany 2018 / 2019 Ø VK 720 m²) liegen wird. Mit einer Flächenleistung von ca. 3.500 € / m² VK wird dennoch eine durchschnittliche Verkaufsflächenproduktivität erreicht. Es wird somit ein sog. realitätsnaher worst-case-Fall für das Vorhaben in Chemnitz unterstellt, da trotz des unterdurchschnittlichen Kaufkraftniveaus (Kaufkraftkennziffer 80,6 – 97,1), des begrenzten Einzugsgebietes und der intensiven Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum ein vergleichsweise hoher erzielbarer Umsatz gutachterlich angenommen wird.

Es ist festzuhalten, dass der überwiegende Teil der zusätzlichen Verkaufsfläche von Erweiterungsvorhaben im großflächigen Bereich dem Komfort der Kunden (breitere Gänge für angenehmeres Bewegen und bessere Übersichtlichkeit) sowie den betrieblichen Abläufen (v. a. Vereinfachung der Regalbestückung mit Waren) zugutekommen wird, ohne dass der Umsatz proportional zur Verkaufsfläche wächst. Der aus dem Marktanteilkonzept abgeleitete Gesamtumsatz von ca. 3,8 – 3,9 Mio. € stellt damit bereits den realitätsnahen worst-case-Fall dar.

Für dem Standort ansässigen **Heiloo-Getränkemarkt** ist ein Neubau auf der östlichen Grundstücksseite geplant, wobei die Verkaufsfläche von derzeit ca. 130 m² auf dann 290 m² steigt. Im Hinblick auf durchschnittliche Flächenleistungen von Getränkefachmärkten liegt diese bei durchschnittlich rd. 1.200 – 1.600 € / m² VK. Zur Abbildung eines worst case-Ansatzes wurde hier der obere Durchschnittswert herangezogen, so dass sich für den Bestandmarkt von Heiloo mit ca. 130 m² ein Umsatz mit Getränken von ca. 0,2 Mio. € ergibt. Dieser ist komplett dem Nahrungs- und Genussmittelbereich zuzuordnen. Im Hinblick auf die Markterweiterung kann i. S. der Auswirkungsanalyse ein Gesamtumsatz von ca. 0,4 Mio. € unterstellt werden, was einer Umsatzverdopplung entspricht. Daraus ist eine Verkaufsflächenproduktivität von ca. 1.400 € / m² VK abzuleiten ist.

Für den aktuell am Standort ansässigen **Bäckereibetrieb** ist ebenfalls eine Modernisierung geplant. Ferner soll eine Fleischereiverkaufsstelle eingerichtet werden. Anhand durchschnittlicher Filialumsätze des Lebensmittelhandwerks ist für den bestehenden Bäcker ein Umsatz von max.

0,2 – 0,3 Mio. € anzusetzen. Für die nach dem Umbau geplanten Fachanbieter kann von einem Gesamtumsatz von max. 0,6 Mio. € – zusammen für Bäckerei und Fleischerei – als Maximalvariante i. S. der Auswirkungen ausgegangen werden.

2. Prognose und Bewertung der Umsatzumverteilung

2.1 Methodik

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein **Rechenmodell** zum Einsatz, welches auf dem **Prinzip des Gravitationsmodells** basiert.

Im Wesentlichen fließen dabei **zwei Parameter** ein, welche durch weitere Kriterien ergänzt und kalibriert werden. Als Berechnungsfaktoren sind hierbei zu nennen:

- /// die **Attraktivität der jeweiligen Wettbewerbsstandorte**, die durch den jeweiligen Betriebsbesatz (Betriebsform, Betreiber, Erscheinungsbild etc.), die Verkaufsflächengröße bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und
- /// der **Distanzwiderstand**, der sich aus der Entfernung (Distanz) zwischen den einzelnen Standorten ergibt.

2.2 Umsatzumverteilungen

Für die Bewertung des Planvorhabens am Standort Augustusburger Straße 216 – 218 werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumverteilungen folgende Annahmen getroffen:

- /// Der **erweiterte Norma-Lebensmittelmarkt** wird an seinem Standort auf einer geplanten Verkaufsfläche von insgesamt ca. 1.100 m² eine Umsatzleistung von ca. 3,8 – 3,9 Mio. € erzielen. Davon entfallen ca. 3,2 – 3,3 Mio. € auf den Lebensmittel- und ca. 0,6 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- /// Für den modernisierten und erweiterten **Getränkemarkt** ist ein Umsatz von ca. 0,4 Mio. € und für die **Bäckerei und Fleischerei** ein Umsatz von zusammen max. 0,6 Mio. € anzusetzen.
- /// Weiterhin ist darauf hinzuweisen, dass die **Lebensmittelanbieter** (Norma, Getränkemarkt, Bäckerei) bereits **seit Jahren am Standort auf einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 892 m² am Standort** ansässig sind. Diese erwirtschaften derzeit eine Umsatzleistung von insgesamt ca. 3,2 – 3,3 Mio. €. Davon entfallen rd. 2,7 – 2,8 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und bei Norma rd. 0,5 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. Diese Umsätze werden bereits heute am Standort Augustusburger Straße in Chemnitz generiert und auch weiterhin gebunden werden, da sich an den generellen Standortrahmenbedingungen und dem Kundeneinzugsgebiet keine nennenswerten Veränderungen ergeben werden.

- / Des Weiteren ist zu berücksichtigen, dass der erweiterte Norma-Markt mit ca. 1.100 m² Verkaufsfläche nicht dieselben **Flächenleistungen** erzielen wird wie der Bestandsmarkt. So ist in der Handelswissenschaft unumstritten, dass mit steigender Verkaufsfläche von sinkenden Flächenleistungen auszugehen ist. Ein flächenproportionaler Umsatzzuwachs wird nicht zu erwarten sein. Dies ist darauf zurückzuführen, dass ein Großteil der zusätzlichen Verkaufsfläche dem Komfort der Kunden (breitere Gänge, bessere Übersichtlichkeit) sowie den betrieblichen Abläufen (v. a. Regalbestückung) zugutekommt, ohne dass damit ein Zuwachs an Umsatzleistung verbunden wäre. Mit der rechnerischen Verringerung der Flächenleistung von ca. 3.800 € / m² VK (Bestandsmarkt) auf ca. 3.500 € / m² VK (erweiterter Markt) gem. der Umsatzprognose wird diesem Umstand Rechnung getragen. Ähnliches gilt auch für den erweiterten Getränkemarkt: hier sinkt die Flächenleistung gegenüber dem Bestandsmarkt um ca. 200 € / m² VK auf 1.200 € / m² VK.
- / Für die nachfolgende Betrachtung der Auswirkungen der geplanten Erweiterung ist nur der zu erwartende Zusatzumsatz von Relevanz, so dass dem prognostizierten Gesamtumsatz des Vorhabens der Bestandsumsatz abgezogen wird. Dieses Vorgehen ist allgemein üblich, da die Wettbewerbswirkungen der Bestandflächen bereits eingetreten sind. Das BVerwG hat dazu u. a. in einem Urteil vom 12. Februar 2009 ausgeführt, dass „von der gegebenen städtebaulichen Situation auszugehen (ist). Diese wird nicht nur von den anderen vorhandenen Einzelhandelsbetrieben, sondern auch durch den Betrieb, dessen Erweiterung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt“.²⁸

Insgesamt sind folgende Umsatzleistungen (nur Nahrungs- und Genussmittel) im Bestand, in der Planung und per Saldo anzusetzen:

Tabelle 5: Umsatzprognose des Planvorhabens

Ladeneinheit	Bestand	Planung	Zuwachs
	Umsatz Nahrungs- und Genussmittel in Mio. €		
Norma	2,3	3,2 – 3,3	0,9 – 1,0
Getränkemarkt	0,2	0,4	0,2
Bäckerei / Fleischerei	0,2 – 0,3	0,6	0,3 – 0,4
Insgesamt	2,7 – 2,8	4,3	1,5 – 1,6

GMA-Berechnungen 2019

Per Saldo berechnet sich daraus ein **Umsatzzuwachs von ca. 1,5 – 1,6 Mio. bei Nahrungs- und Genussmitteln**, der gegenüber dem Wettbewerb erwirtschaftet werden muss und in die nachfolgenden Umsatzumverteilungsberechnungen einfließt.

²⁸ Vgl. BVerwG 4 B 3.09 vom 12. Februar 2009, RN 6.

Im Detail sind daraus folgende Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben zu erwarten:

Tabelle 6: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben

Umsatzherkunft		Bestands- umsatz Wettbewerb in Mio. €	Umsatzum- verteilung / -herkunft in Mio. €	Umsatzum- verteilung in %
Lebensmittelbereich	▪ Umsatzleistung der bestehenden Betriebe inkl. Streuumsätze	–	2,7 – 2,8	–
	▪ Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern im Einzugsgebiet (Zone I und II)	8,7*	0,5 – 0,6	6
	▪ davon gegenüber Anbietern im C-Zentrum New-Yorck-Center	5,7*	0,4	6 – 7
	▪ davon gegenüber sonstigen Lagen im Einzugsgebiet	3,0	0,1 – 0,2	5
	▪ Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern im Untersuchungsraum	29,3	1,0	3 – 4
	▪ davon gegenüber Anbietern im C-Zentrum Gablenz-Center	6,6	0,2	3
	▪ davon gegenüber privilegierten Nahversorgungslagen	13,2	0,4 – 0,5	3 – 4
	▪ davon gegenüber Anbietern in sonstigen Lagen im Untersuchungsraum	9,5	0,3	3 – 4
	▪ Umsatz des Vorhabens im Lebensmittelbereich	–	4,3	–
Nichtlebensmittelbereich	▪ Umsatzleistung der bestehenden Normamarktes	–	0,4	–
	▪ Umsatzumverteilungen im Einzugsgebiet	–	0,1 – 0,2	n. n.
	▪ Umsatz erweiterter Normamarkt im Nichtlebensmittelbereich	–	0,5 – 0,6	–
Umsatz des Vorhabens insgesamt		--	4,8 – 4,9	--

*ohne Bestandsbetriebe Augustusburger Straße 216 - 218

n. n. = nicht nachweisbar

GMA-Berechnungen 2019 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

2.3 Bewertung städtebaulicher Auswirkungen

Auf Basis der zuvor getätigten Annahmen zu möglichen Umsatzumverteilungen sind folgende städtebaulichen Auswirkungen durch das Vorhaben zu erwarten:

- / Mit der geplanten Umstrukturierung der Handelslage Augustusburger Straße 216 – 218 im Zuge des Bebauungsplanverfahrens geht eine Erweiterung der Verkaufsfläche von ca. 892 m² auf ca. 1.460 m² einher. Dies betrifft die Erweiterung des bereits heute

ansässigen Norma-Marktes, des Getränkemarktes und der Bäckerei sowie die Ansiedlung einer Fleischerei. In der Gesamtbetrachtung wird damit eine Erhöhung der Umsatzleistung um max. ca. 1,5 – 1,6 Mio. € einhergehen, die gegenüber dem Wettbewerb im Einzugsgebiet bzw. Untersuchungsraum erwirtschaftet werden muss. Bezogen auf den Gesamtumsatz der relevanten Wettbewerber im Untersuchungsraum i. H. v. ca. 38,0 Mio. € entspricht dies einer **Umverteilungsquote von ca. 4 Prozent**. Aus dem Vorhaben resultieren demnach nur geringe wettbewerbliche Effekte, der Anhaltswert von 10 % Umsatzumverteilung, ab dem schädliche städtebauliche Effekte (z. B. Leerstandsbildung) zu erwarten wären, wird deutlich unterschritten.

- Die Umsatzumlenkungen finden hierbei zum einen gegenüber den im **Einzugsgebiet** gelegenen Hauptwettbewerbern Edeka (New-York-Center) und Netto (Augustusburger Straße 263) statt. Kleinteilige Anbieter (u. a. Lebensmittelhandwerker, Spezialanbieter) werden dagegen nicht spürbar tangiert. Mit einer Umsatzumverteilung von ca. 0,5 – 0,6 Mio. € (ca. 6 %) liegen die wettbewerblichen Effekte im Einzugsgebiet aber auf einem niedrigen Niveau. Für die genannten Lebensmittelmärkte ist von einer stabilen Marktposition auszugehen, wobei ortsübliche Flächenleistungen zu konstatieren sind. Für den Lebensmittelvollsortimenter Edeka ist dieser einen zum Norma-Discounter abweichenden Betriebstypen zuzuordnen, zudem dieser mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.260 m² als marktfähig einzustufen ist. Zudem profitiert er von den weiteren Einzelhandels- und Komplementärnutzungen des New-Yorck-Centers. Für den Anbieter Netto, Augustusburger Straße 263, wurde dieser zum Zeitpunkt der Erhebung gerade modernisiert, so dass ein Verbleib am Standort und ein modernes Erscheinungsbild unterstellt werden kann. Insgesamt ist eine Aufgabe eines Nahversorgungsanbieters im Einzugsgebiet auszuschließen, sodass eine **Beeinträchtigung der wohnortnahen Versorgungsgebiet (Zone I und Zone II) zu verneinen** ist.
- Gegenüber der Standortlage **C-Zentrum New-Yorck-Center** werden rd. 0,3 – 0,4 Mio. € Umsatz umverteilt, was einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 6 – 7 % entspricht. Neben dem genannten Anbieter Edeka sind hier auch kleinteilige Lebensmittelanbieter verortet. Insgesamt ist eine Betriebsaufgabe eines Lebensmittelgeschäftes aber aufgrund der niedrigen Höhe der Umsatzumverteilungen auszuschließen. Ferner ist darauf hinzuweisen, dass der **Planstandort Norma Bestandteil des zentralen Versorgungsbereichs C-Zentrum New-Yorck-Center ist, so dass dessen Stärkung zu einer Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs insgesamt beiträgt. Schädliche städtebauliche Auswirkungen auf die Funktion oder Entwicklung des ZVB sind damit per se auszuschließen**.
- Außerhalb des Einzugsgebiets **im Untersuchungsraum** werden noch rd. 1,0 Mio. € umverteilt, wobei die rechnerische Umverteilungsquote bei ca. 3 – 4 % liegt. Daraus sind

keine nachhaltigen Betriebsschwächungen bzw. sogar eine mögliche Aufgabe eines strukturprägenden Nahversorgungsanbieters abzuleiten. Dies gilt gleichermaßen für „privilegierte Nahversorgungsstandorte“ als auch für weitere siedlungsintegrierte Lebensmittelmärkte mit Nahversorgungsfunktion. Somit ist eine Gefährdung der verbrauchernahen Versorgung im Untersuchungsraum bzw. in Chemnitz auszuschließen.

- /// Gegenüber Anbietern im **C-Zentrum Gablenz-Center** werden rd. 0,2 Mio. € umverteilt. Mit einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 3 % ist vor dem Hintergrund des leistungsfähigen Stadtteilzentrums eine Bestandsgefährdung eines Magnetanbieters Edeka bzw. auch von kleinteiligen Lebensmittelbetrieben vorhabenbedingt auszuschließen. Schädliche städtebauliche Auswirkungen auf die Funktion oder Entwicklung des zentralen Versorgungsbereich Gablenz-Center sind auszuschließen.
- /// **Außerhalb des Untersuchungsraumes** sind des Weiteren keine nachweislichen wettbewerblichen oder gar städtebaulichen Auswirkungen auf die wohnortnahe Versorgung bzw. zentrale Versorgungsbereiche umliegender Gemeinden zu erwarten.
- /// Im **Nichtlebensmittelbereich** werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte in Höhe von ca. 0,1 – 0,2 Mio. € v. a. gegenüber den anderen Lebensmittelmärkten und in untergeordneter Form ebenfalls gegenüber den sonstigen Anbietern, wie Fachmärkten und Fachgeschäften im Untersuchungsraum wirksam werden. Diese sind jedoch als marginal einzustufen und verteilen sich bei einer Einzelbetrachtung zudem auf eine Vielzahl von Betrieben unterschiedlichster Sortimente. Nennenswerte Umsatzverluste bei bestehenden Anbietern sind auch im Einzelfall nicht zu erwarten.

Zusammenfassend ist zu konstatieren, dass die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte zu keinen städtebaulich relevanten Auswirkungen führen werden. Auch wird die Nahversorgung im Untersuchungsraum nicht beeinträchtigt. Das Vorhaben dient v. a. der Anpassung der Handelslage Augustusburger Straße 216 - 218 an aktuelle und künftige Kunden- und Logistikanforderungen. Schädliche Auswirkungen auf die Funktion oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder die verbrauchernahe Versorgung im oder außerhalb des Einzugsgebietes i. S. d. § 11 Abs. 3 BauNVO können ausgeschlossen werden.

VI. Bewertung der Vorhaben aus Sicht der Raumordnung und Landesplanung

Ergänzend zur Beurteilung der städtebaulichen Verträglichkeit der Vorhaben gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO wird in diesem Kapitel eine Bewertung des Vorhabens unter Zugrundelegung der Prüfkriterien der Raumordnung und Landesplanung vorgenommen. Hierfür sind die Ziele und Festsetzungen des Landesentwicklungsplanes Sachsen 2013 zu beachten²⁹.

1. Konzentrationsgebot

Das Konzentrationsgebot erlaubt großflächige Einzelhandelsvorhaben zunächst nur in zentralen Orten höherer Stufe (Mittelzentrum und Oberzentrum). Da die Stadt Chemnitz als Oberzentrum ausgewiesen ist, wird das **Konzentrationsgebot eingehalten**.

2. Integrationsgebot

Dem **Integrationsgebot** gemäß Landesentwicklungsplan Sachsen 2013 liegt die Ausführung im Plansatz Z 2.3.2.3 zugrunde:

Z 2.3.2.3

„Bei überwiegend innenstadtrelevanten Sortimenten oder bei einer Verkaufsfläche für innenstadtrelevante Sortimente von mehr als 800 m² ist die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen nur in städtebaulich integrierter Lage zulässig. In den Zentralen Orten, in denen zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen sind, sind diese Vorhaben nur in den zentralen Versorgungsbereichen zulässig.“ (Integrationsgebot)

Ergänzend ist der Grundsatz G 2.3.2.6 zu beachten:

G 2.3.2.6

„Bei der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen soll eine ausreichende Anbindung an den ÖPNV gewährleistet werden.“

Da der Planstandort Augustusburger Straße 216 – 218 innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs C-Zentrum „New-Yorck-Center“ gelegen und zudem eine gute Anbindung an den ÖPNV gewährleistet ist, wird das **Integrationsgebot eingehalten**.

²⁹ Der Regionalplan Chemnitz-Erzgebirge 2008 verweist auf die Aussagen des LEP Sachsen von 2013.

3. Kongruenzgebot

Das **Kongruenzgebot** besagt, dass sich Einzelhandelsgroßprojekte in das zentralörtliche System einfügen müssen:

Z 2.3.2.4

„Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen soll nicht dazu führen, dass der Einzugsbereich den Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes wesentlich überschreitet.“ (Kongruenzgebot)

Da das betriebliche Einzugsgebiet sich ausschließlich auf Teile der Standortgemeinde Chemnitz erstreckt, wird das **Kongruenzgebot erfüllt**.

4. Beeinträchtigungsverbot

Hinsichtlich des **Beeinträchtigungsverbotes** ist v. a. Plansatz Z 2.3.2.5 des LEP Sachsen 2013 zu beachten:

Z 2.3.2.5

„Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen darf weder durch Lage, Größe des Vorhabens oder Folgewirkungen das städtebauliche Gefüge, die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungszentrums oder die verbrauchernahe Versorgung des Zentralen Ortes sowie der benachbarten Zentralen Orte substantiell beeinträchtigen.“ (Beeinträchtigungsverbot)

Basierend auf der wettbewerblichen Situation im Einzugsgebiet und den dargestellten Umsatzumverteilungen bzw. wettbewerblichen Wirkungen lässt sich das Beeinträchtigungsverbot wie folgt bewerten:

- ▀ Das Vorhaben wird zu einer Stärkung des **ZVB „New-Yorck-Center“** führen, da die Einzelhandelslage Augustusburger Straße 216 - 218 als Teil dieses zentralen Versorgungsbereiches modernisiert und zukunftsfähig aufgestellt wird.
- ▀ Die potenziellen Umsatzumverteilungseffekte liegen in benachbarten zentralen Versorgungsbereichen (insbesondere Gablenz Center) bei deutlich unterhalb des 10 % Orientierungswertes der städtebaulichen Verträglichkeit. Mit Blick auf die städtebauliche Situation im **zentralen Versorgungsbereich Gablenz Center** ist hier keine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit bzw. der Entwicklungschancen zu erwarten. Gleiches gilt für andere zentrale Versorgungsbereiche in Chemnitz.

- Im Hinblick auf die verbrauchernahe Versorgung ist diese aufgrund der niedrigen Höhe der Umsatzumverteilungseffekte ungefährdet. Die Aufgabe eines Nahversorgungsanbieters im Einzugsgebiet bzw. im Untersuchungsraum ist auszuschließen, sodass eine **Beeinträchtigung der wohnortnahen Versorgung zu verneinen** ist. Bestehende Einzelhandelsstrukturen bzw. das städtebauliche Gefüge in Chemnitz werden durch das Vorhaben nicht geschädigt.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, **dass das Beeinträchtigungsverbot eingehalten wird.**

5. Agglomerationsregelung

Entsprechend Z 2.3.2.7 wurde das Vorhaben an der Einzelhandelslage Augustusburger Straße 216 – 218 hinsichtlich seiner Auswirkungen in seiner Gesamtheit untersucht (vgl. Kapitel V.). Auch für diesen Fall ist eine **vollständige Kompatibilität mit den Vorgaben der Raumordnung entsprechend der Ziele Z 2.3.2.1 bis Z 2.3.2.5 und Grundsatz G 2.3.2.6 gewährleistet.**

VII. Zusammenfassung

Grundlagen				
Planvorhaben / Planstandort	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umstrukturierung der Einzelhandelslage Augustusburger Straße 216 – 218: Erweiterung und Neupositionierung von Norma (1.100 m² VK) Getränkemarkt (ca. 290 m²) und Bäckerei/Fleischerei; ▪ Gesamtvorhaben: Erweiterung der zulässigen Verkaufsfläche gem. Bauplan von ca. 892 m² VK auf ca. 1.460 m² VK ▪ städtebaulich integrierte Lage im zentralen Versorgungsbereich C-Zentrum New-Yorck-Center ▪ auch fußläufige Nahversorgungsfunktion für Wohngebiete im unmittelbaren und weiteren Standortumfeld, ÖPNV Anschluss gewährleistet 			
Rechtsrahmen und Untersuchung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO ▪ Landesentwicklungsplan Sachsen 2013 			
Standortrahmenbedingungen Chemnitz-Gablenz	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Makrostandort: Oberzentrum Chemnitz mit ca. 247.360 Einwohnern, Stadtteil Gablenz mit ca. 15.520 Einwohnern ▪ Einzelhandelsstrukturen: C-Zentren „New-Yorck-Center“ und „Gablenz-Center“, ergänzend („privilegierte“) Nahversorgungsstandorte mit Lebensmittelmärkten 			
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einzugsgebiet: Teile der Stadtteile Gablenz, Yorckgebiet und Sonnenberg mit ca. 9.440 Einwohnern ▪ Kaufkraftpotenzial für Lebensmittel im Einzugsgebiet: ca. 16,9 Mio. € 			
Umsatzerwartung und Umsatzausweitung in Mio. € (nur Nahrungs- und Genussmittel)	Ladeneinheit	Bestand	Planung	Zuwachs
	Norma	2,3	3,2 – 3,3	0,9 – 1,0
	Getränkemarkt	0,2	0,4	0,2
	Bäckerei / Fleischerei	0,2 – 0,3	0,6	0,3 – 0,4
	Gesamtvorhaben	2,7 – 2,8	4,3	1,5 – 1,6
Umsatzumverteilungseffekte in %	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gegenüber Anbietern im Einzugsgebiet ca. 6 ▪ <i>ggü. Anbietern im „ZVB New-Yorck-Center“</i> ca. 6 – 7 ▪ gegenüber Anbietern im Untersuchungsraum ca. 3 – 4 ▪ <i>ggü. Anbietern im „ZVB Gablenz-Center“</i> ca. 3 ▪ außerhalb des Untersuchungsraums nicht nachweisbar 			
Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen	<p>Die durch das Planvorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte gegenüber Betrieben im ZVB „New-Yorck-Center“ (max. 6 – 7 %) werden zu keiner Schädigung dieses Zentrums führen, da durch die Lage des Planstandortes innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches per se keine negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich möglich sind. Vielmehr wird das Planvorhaben zu einer Stärkung des ZVB „New-Yorck-Center“ führen.</p> <p>In weiteren zentralen Versorgungsbereichen in Chemnitz liegen die Umverteilungsquoten bei max. 3 % (C-Zentrum Gablenz-Center), was zu keinen Betriebsabschmelzungen bzw. schädlichen städtebaulichen Effekten führen wird.</p> <p>Nachhaltig schädliche Auswirkungen auf die Funktion und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO, sowohl in Chemnitz als auch in anderen Gemeinden sind nicht zu erwarten. Auch wird die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht beeinträchtigt.</p>			

Bewertung aus Sicht der Raumordnung	<p>Gem. den Anordnungen des LEP Sachsen 2013 ist das Vorhaben wie folgt zu bewerten:</p> <p>Konzentrationsgebot:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lage des Planstandortes im Oberzentrum erfüllt <p>Integrationsgebot:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lage des Planstandortes im zentralen Versorgungsbereich erfüllt <p>Kongruenzgebot:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ kein überörtliches Einzugsgebiet des Vorhabens erfüllt <p>Beeinträchtungsverbot:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ keine schädlichen städtebaulichen Ausw. des Vorhabens erfüllt <p>Agglomerationsregelung:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gesamtbetrachtung des Vorhabens erfolgt: erfüllt <p>Das Vorhaben ist vollständig mit den Vorgaben der Landesplanung kompatibel.</p>
--	--

GMA-Zusammenstellung 2019

Verzeichnisse	Seite
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lageplanentwurf der Norma-Liegenschaft in Chemnitz	6
Karte 2: Lage des Projektstandortes im Stadtteil Gablenz in Chemnitz	16
Karte 3: Lage des Projektstandorts Augustusburger Straße 216 – 218 und Umfeldnutzungen	19
Karte 4: Einzugsgebiet und projektrelevante Wettbewerbssituation	22
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Verkaufsflächenveränderungen	5
Tabelle 2: Sortimentsangebot von Lebensmittelmärkten	12
Tabelle 3: Projektrelevante Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung	31
Tabelle 4: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes	
Tabelle 5: Umsatzprognose des Planvorhabens	35
Tabelle 6: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben	36
Abbildungsverzeichnis	
Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2007 – 2017	11
Abbildung 2: Zentren- und Standortmodell der Stadt Chemnitz	13
Abbildung 3: C-Zentrum New-Yorck-Center	29
Abbildung 4: C-Zentrum Gablenz-Center	30
Fotoverzeichnis	
Foto 1: Norma-Markt, Augustusburger Straße	18
Foto 2: New-Yorck-Center und verdichtete Wohnbebauung	18
Foto 3: Wohnbebauung nördlich der Augustusburger Straße	18
Foto 4: Zufahrt zum Projektgrundstück	18
Foto 5: Wohn- und Gewerbebesatz Augustusburger Straße	18
Foto 6: Heiloo-Getränkemarkt auf dem Plangrundstück	18
Foto 7: ZVB New-Yorck-Center (1)	28
Foto 8: ZVB New-Yorck-Center (2)	28
Foto 9: ZVB Gablenz-Center (1)	30
Foto 10: ZVB Gablenz-Center (2)	30