



Potenzial- und Verträglichkeitsanalyse zur geplanten Ansiedlung eines Hornbach Bau- und Heimwerkermarktes in Leipzig, Standort „Alte Messe“

München Stuttgart Forchheim
Köln Leipzig Lübeck Ried(A)

Walter-Heinze-Str. 27 04229 Leipzig
T 0341-696030
F 0341-6960315
cima.leipzig@cima.de
www.cima.de

aus datenschutzrechtlichen Gründen ausgeblendet

Leipzig, im Januar 2016

© CIMA Beratung + Management GmbH

Diese Ausarbeitung fällt unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte.

Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH.

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

Inhaltsverzeichnis

1 Aufgabenstellung / Betriebstypendefinition / Projektdaten	4
1.1 Aufgabenstellung	4
1.2 Betriebstypendefinition	5
1.3 Projektdaten	7
2 Einzelhandelsstandort Leipzig / Projektstandort „Alte Messe“	10
2.1 Einzelhandelsstandort Leipzig	10
2.2 Projektstandort „Alte Messe“	12
3 Kerneinzugsgebiet des Bau- und Heimwerkermarktes / Bevölkerung und Kaufkraft	15
3.1 Kerneinzugsgebiet	15
3.2 Projektrelevante Kaufkraft im Kerneinzugsgebiet.....	17
4 Wettbewerbsanalyse des Bau- und Heimwerkersektors im Kerneinzugsgebiet	19
5 Entwicklungspotenziale des Bau- und Heimwerkersektors im Kerneinzugsgebiet	22
6 Städtebauliche Verträglichkeit der zentrenrelevanten Randsortimente im geplanten Bau- und Heimwerkermarkt	25
6.1 Allgemeine Rechtsgrundlagen für die Bewertung des Planobjektes	25
6.1.1 Baugesetzbuch und Baunutzungsverordnung	25
6.1.2 Landesentwicklungsplan Sachsen / Regionalplan Westsachsen	27
6.1.3 Handlungsanleitung Großflächige Einzelhandelseinrichtungen im Freistaat Sachsen.....	28
6.1.4 Stadtentwicklungsplan Zentren (STEP Zentren).....	28
6.2 Definition und Marktbedeutung der zentrenrelevanten Randsortimente.....	30
6.3 Umsatzumverteilungseffekte der zentrenrelevanten Randsortimente.....	32
6.4 Städtebauliche Verträglichkeit der zentrenrelevanten Randsortimente.....	36
7 Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse / Empfehlungen	38
Anlage	42

Abbildungen

Abb. 1: Leipziger Sortimentsliste 2014..... 29

Tabellen

Tab. 1: Verkaufsflächenaufteilung des geplanten Bau- und Heimwerkermarktes nach Kernsortimenten..... 7

Tab. 2: Voraussichtliche Sortimentsstruktur des geplanten Bau- und Heimwerkermarktes der Fa. Hornbach in Leipzig..... 8

Tab. 3: Einwohner im Kerneinzugsgebiet des geplanten Bau- und Heimwerkermarktes..... 17

Tab. 4: Projektrelevante Kaufkraft im Kerneinzugsgebiet 18

Tab. 5: Umsätze und Kaufkraftbindungen der projektrelevanten Leipziger Bestandsbetriebe im Kerneinzugsgebiet..... 22

Tab. 6: Umsätze und Kaufkraftbindungen der projektrelevanten Leipziger Bestandsbetriebe im Kerneinzugsgebiet - mit Hornbach (Prognose) 24

Tab. 7: Einwohnerprognose für das Kerneinzugsgebiet bis 2025..... 24

Tab. 8: Kaufkraft für zentrenrelevante Sortimente im Kerneinzugsgebiet.. 31

Tab. 9: Bestand der zentrenrelevanten Sortimente im Leipziger Teil des Kerneinzugsgebietes 33

Tab. 10: Umverteilungseffekte der zentrenrelevanten Randsortimente (Worst-Case-Szenario) 35

Karten

Karte 1: Zentrenplan der Stadt Leipzig..... 11

Karte 2: Lage des geplanten Hornbach-Marktes auf dem Gelände der Alten Messe..... 12

Karte 3: Kerneinzugsgebiet des geplanten Bau- und Heimwerkermarktes... 16

Karte 4: Hauptwettbewerber des geplanten Bau- und Heimwerkermarktes im Kerneinzugsgebiet und seinem Nahumfeld 20

Fotos

Foto 1: Richard-Lehmann-Straße, nahe der möglichen Zufahrt zum geplanten Hornbach-Markt..... 13

Foto 2: Standortbereich des geplanten Hornbach-Marktes, mit derzeitiger Bebauung 13

1 Aufgabenstellung / Betriebstypendefinition / Projektdaten

1.1 Aufgabenstellung

Ende September 2015 erteilte die Stadt Leipzig der CIMA Beratung + Management GmbH den Auftrag, eine Potenzial- und Auswirkungsanalyse für einen geplanten Bau- und Heimwerkermarkt (inkl. Gartenmarkt und Baustoff-Drive-In) am Standort „Alte Messe“ zu erarbeiten. Es handelt sich um ein Projekt der Firma Hornbach, die folgendes vorläufiges Nutzungskonzept vorgelegt hat:

- Baumarkt ca. 8.000 m² VK
- Gartenmarkt ca. 5.000 m² VK
- Baustoff-Drive-In ca. 2.000 m² VK.

Für die Kernsortimente des Projektes ist eine „Potenzialanalyse“ durchzuführen. Im Zuge dieser Untersuchung wird bewertet, ob innerhalb des vom Planobjekt erschließbaren Einzugsgebietes in ausreichendem Umfang Kaufkraft vorhanden ist.

Neben seinen typischen Kernsortimenten (Baumarkt- und Gartenbedarfsartikel, Baustoffe) wird der geplante Einzelhandelsbetrieb in gewissem Umfang auch „zentrenrelevante Sortimente“ führen. Dabei handelt es sich um Warengruppen, welche laut Leipziger „Stadtent-

wicklungsplan Zentren“¹ zur Ansiedlung prinzipiell nur in ausgewiesenen Zentralen Versorgungsbereichen vorgesehen sind, es sei denn, es kann schlüssig nachgewiesen werden, dass von einer Etablierung keine schädlichen städtebaulichen Auswirkungen ausgehen.

Nach ersten Angaben der Firma Hornbach werden von der insgesamt projektierten Verkaufsfläche von ca. 15.000 m², ca. 1.200 m² auf „zentrenrelevante Sortimente“ entfallen. Sie sollen sich folgendermaßen auf einzelne Warengruppen aufteilen:

- Aquaristik/Tierbedarf ca. 400 m² VK
- Lampen/Leuchten/Elektro ca. 400 m² VK
- Bilder/Deko/Basteln ca. 250 m² VK
- Heimtextilien ca. 130 m² VK
- Lehrbücher/-videos ca. 20 m² VK.

Die Zuordnung der genannten Sortimente im Hinblick auf ihre Zentrenrelevanz erfolgte durch die Firma Hornbach, unter Zugrundelegung der „Leipziger Sortimentsliste 2014“, welche das Waren-

¹ Inkl. Teilfortschreibung 2014.

spektrum des Einzelhandels in „zentrenrelevant“ (darunter „nahversorgungsrelevant“) und „nicht-zentrenrelevant“ gliedert².

Für die „zentrenrelevanten Randsortimente“ des Vorhabens ist eine „Auswirkungsanalyse“ zu erstellen. Im Zuge dieser Untersuchung soll bewertet werden, ob aus den Wettbewerbswirkungen des Projektes in betroffenen „Zentralen Versorgungsbereichen“ von Leipzig städtebaulich negative Auswirkungen resultieren könnten, z.B. in Form des Bruchfallens bestehender Geschäfte. Sollte dies der Fall sein, ist gutachterlich eine Verkaufsflächenbegrenzung zu empfehlen, die solche negativen Effekte ausschließt.

Im Einzelnen geht die hier vorgelegte Untersuchung auf folgende Einzelaspekte ein:

- Projektbeschreibung / vorläufige Planungsdaten
- Kurzbeschreibung des Makrostandortes Leipzig und des Projektstandortes „Alte Messe“
- Abgrenzung des Kerneinzugsgebietes für den geplanten Bau- und Heimwerkermarkt (innerörtlich, überörtlich) / Quantifizierung des Kerneinzugsgebietes im Hinblick auf die vorhandenen Nachfragepotenziale
- Erfassung und Analyse des projektrelevanten Wettbewerbes innerhalb des Kerneinzugsgebietes, unter Berücksichtigung größerer Konkurrenzbetriebe im unmittelbaren Umfeld
- Umsatzleistungen des projektrelevanten Wettbewerbes / Ableitung der aktuellen Kaufkraftbindungen innerhalb des Kerneinzugsgebietes sowie der Zentralität

- Bestimmung der Entwicklungsspielräume für die Bau- und Heimwerkerbranche (inkl. Gartenbedarf und Baustoffe) innerhalb des Kerneinzugsgebietes / Abgleich mit den Projektdaten der Firma Hornbach am Standort „Alte Messe“
- Rechtsgrundlagen für die Einschätzung der städtebaulichen Verträglichkeit des geplanten Bau- und Heimwerkermarktes
- Mögliche Auswirkungen (wettbewerblich/städtebaulich) der „zentrenrelevanten Sortimente“ im geplanten Bau- und Heimwerkermarkt auf Geschäfte in „Zentralen Versorgungsbereichen“ der Stadt Leipzig
- Empfehlungen für ein städtebaulich verträgliches Nutzungskonzept des geplanten Bau- und Heimwerkermarktes.

Die nachfolgend präsentierten Untersuchungsergebnisse dienen einer Entscheidungsfindung aller am Planungsprozess Beteiligten. Die CIMA Beratung + Management GmbH sichert in diesem Kontext zu, alle im Rahmen der gutachterlichen Tätigkeit zur Verfügung gestellten Informationsmaterialien und alle Untersuchungsergebnisse vertraulich zu behandeln. Selbstverständlich werden auch die Belange des Datenschutzes im Gutachten berücksichtigt.

1.2 Betriebstypendefinition

Die Hornbach AG betreibt aktuell in Deutschland über 90 Geschäfte, deren durchschnittliche Verkaufsfläche bei knapp 12.000 m² liegt. Im Geschäftsjahr 2013/2014 lag der Umsatz ihrer Bau- und Heimwerkermärkte im Bundesgebiet bei etwas über 1,8 Milliarden €. Die erzielte durchschnittliche Verkaufsflächenproduktivität wird in offiziellen Mitteilungen der Hornbach AG mit rund 2.100 €/m² VK

² Quelle: Junker und Kruse 2013, u.a. auf Basis der Einzelhandelserhebung Leipzig 01/2013.

angegeben³. Sie liegt damit deutlich über dem Branchendurchschnitt (ca. 1.600 – 1.700 €/m² VK⁴). Das Unternehmen ist vor diesem Hintergrund als überdurchschnittlich leistungsfähig zu charakterisieren.

Bei dem von Hornbach am Standort „Alte Messe“ geplanten Bau- und Heimwerkermarkt handelt es sich um einen „Fachmarkt“. Dieser Betriebstyp wird in der Wirtschaftsliteratur folgendermaßen definiert⁵:

„Der Fachmarkt ist ein meist großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und oft auch tiefes Sortiment aus einem Warenbereich (...), einem Bedarfsbereich (...) oder einem Zielgruppenbereich (...) in übersichtlicher Warenpräsentation bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau anbietet (...).“

Die Verkaufsverfahren sind Selbstbedienung und Vorwahl, meist mit der Möglichkeit einer fachlichen und sortimentspezifischen Kundenberatung.“

Eine Besonderheit von Hornbach Bau- und Heimwerkermärkten sind die „Baustoff-Drive-Ins“⁶. Sie sind in der Wirtschaftsliteratur folgendermaßen definiert⁷:

„Das Drive-in-Prinzip (...) ermöglicht die Inanspruchnahme von Handels- und Dienstleistungen, ohne das Auto zu verlassen. Das Drive-in-Prinzip findet u.a. Anwendung bei Drive-in-Stores.“

In Hornbach Baustoff-Drive-Ins fährt der Kunde mit seinem Kfz direkt zu dem Platz, an dem die von ihm gewünschten bzw. vorbestellten Waren gelagert sind. Sie werden dort in das Kfz verladen (PKW oder Transporter). Im Anschluss fährt der Konsument zur Kasse und bezahlt die Waren.

Baustoff-Drive-Ins haben einen hohen Flächenbedarf. Zur Lagerung der Waren werden oft Hochregale verwendet. Das Warenspektrum in den Hornbach Baustoff-Drive-Ins umfasst unter anderem Baustoffe, Bauhölzer, Fliesen, Platten, Sand/Kies, Verputzmaterial, aber auch Türen, Fenster, Gerüstelemente und Leitern. Häufig werden Gabelstapler beim Beladevorgang verwendet.

Das Konzept eines Hornbach Drive-Ins, aber auch von Teilen des Baumarktes, richtet sich im Übrigen nicht ausschließlich an Privatkunden oder Endverbraucher, sondern auch an Gewerbetreibende und Handwerker. Nach Erfahrungswerten der CIMA Beratung + Ma-

³ Die genannte Verkaufsflächenproduktivität bezieht sich hierbei auf die Gliederung der Märkte in Warmhallen, Kalthallen und Freiflächen, gemäß Dähne/DIY Statistik.

⁴ Vgl. BBE-Handelsberatung GmbH: Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2013, S. 30.

⁵ Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln: Katalog E, Begriffsdefinitionen zu Handel und Distribution, 5. Ausgabe. Köln, 2006.

⁶ Außer der Firma Hornbach betreibt in Deutschland nur die Firma Bauhaus echte Baustoff-Drive-Ins.

⁷ Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln: Katalog E, Begriffsdefinitionen zu Handel und Distribution, 5. Ausgabe. Köln, 2006.

nagement GmbH liegt der Umsatzanteil gewerblicher Kunden in Hornbach Bau- und Heimwerkermärkten bei bis zu 25 %.

1.3 Projektdaten

Die Firma Hornbach konstatiert in ihrer ersten offiziellen „Projektinformation zum Standort Leipzig Alte Messe“, dass sich die Planung „noch in der Entwicklung befindet“. Insofern seien „in Teilbereichen noch Korrekturen und Anpassungen möglich und erforderlich“⁸. Vor diesem Hintergrund liegt auch noch keine endgültige Planzeichnung vor, die an dieser Stelle zur weiterführenden Interpretation herangezogen werden könnte.

Dessen ungeachtet sieht das Unternehmen die in Tabelle 1 dargestellten Verkaufsflächenaufteilungen vor.

Tab. 1: Verkaufsflächenaufteilung des geplanten Bau- und Heimwerkermarktes nach Kernsortimenten

Bereich	Verkaufsfläche in m ²	Warmhalle	Kalthalle	Freifläche
Baumarkt	8.000	8.000	---	---
Gartenmarkt	5.000	2.750	650	1.600
Baustoff-Drive-In	2.000	---	1.000	1.000
Summe	15.000			

Quelle: Hornbach 2015; CIMA Beratung + Management 2015

⁸ Angaben der Firma Hornbach in den Projektinformationen zum Standort Leipzig, Alte Messe, Seite 3.

Von der Gesamtverkaufsfläche (ca. 15.000 m²) entfallen ca. 53 % auf den Baumarkt, ca. 33 % auf den Gartenmarkt und ca. 14 % auf den Baustoff-Drive-In. Der größte Teil der Waren wird in Warmhallen offeriert (10.750 m² VK bzw. ca. 72 %). Der Anteil der Kalthallen liegt bei ca. 1.650 m² bzw. ca. 11 %. Die Freifläche (Lager + Verkauf) umfasst insg. ca. 2.600 m² VK bzw. ca. 17 % (vgl. Tabelle 2).

Nach Angaben der Firma Hornbach sollen im Planobjekt voraussichtlich ca. 1.200 m² Verkaufsfläche mit sog. „zentrenrelevanten Waren“ belegt werden⁹. Dies entspräche einem Verkaufsflächenanteil von ca. 8 % am Gesamtprojekt. Die Quote ist im Vergleich mit anderen Branchenvertretern (z.B. OBI oder Bauhaus) als relativ niedrig einzustufen. Im Einzelnen geht die Hornbach AG von folgendem vorläufigen Flächenlayout der „zentrenrelevanten Warengruppen“ aus:

- Aquaristik/Tierbedarf ca. 400 m² VK¹⁰
- Lampen/Leuchten/Elektro ca. 400 m² VK¹¹
- Bilder/Deko/Basteln ca. 250 m² VK
- Heimtextilien ca. 130 m² VK
- Lehrbücher/-videos ca. 20 m² VK¹².

⁹ Die Vertreter der Firma Hornbach haben sich bei dieser Verkaufsflächenangabe an der „Leipziger Sortimentsliste 2014“ orientiert.

¹⁰ Die Verkaufsfläche im Bereich „Aquaristik/Tierbedarf“ wird auf rund 180 m² allein von Aquarien belegt.

¹¹ Die Verkaufsfläche allein für „Lampen/Leuchten“ liegt nach Angaben der Firma Hornbach voraussichtlich bei rund 200 m².

¹² Dabei handelt es sich nahezu ausschließlich um Anleitungen für die handwerkliche Arbeit und Tierhaltung.

Tab. 2: Voraussichtliche Sortimentsstruktur des geplanten Bau- und Heimwerkermarktes der Fa. Hornbach in Leipzig

Sortimente	VK in m ²
Sortimente gesamt	15.000
davon Baumarkt	8.000
Sägen, Bohrer, Schrauber, Sauger, Reinigungsgeräte, Hochdruckreiniger, Schleifer, Hobel, Fräsen, Fliesenschneider, Multifunktionswerkzeug, Stromerzeuger, Kompressoren, Handwerkszeug, Handsägen, Messwerkzeug, Äxte, Beile, Steckschlüssel und -sätze, Sägeblätter, Gas, PKW Anhänger, Transport und Umzug, Regale Komplettsatz, Regalsysteme, Schwerlastregale, Küchenmöbel, Spülen, Küchenarmaturen, Küchen-Arbeitsplatten, Küchenzubehör, Gastronomiebedarf, Baueimer, Mörtelkübel und Streugutbehälter, Multifunktionswand, Möbelbauplatten, Zuschnittplatten und Kantenumleimer, Möbeltüren, Einbauschranksystem, Kunststoffplatten, Baubretter, Schalbretter und Baudielen, Kreuzrahmen, Latten, Hobelware, Konstruktionsvollholz, Brettschichtholz, Verlegeplatten, Profilholz, Profiltrettkralen und Zubehör, Rauspund und Dielen, Holzleisten, Wandpaneel und Deckenpaneel, Badarmaturen, Saunen und Infrarotkabinen, Warmwassergeräte, WC-Sitze, Badaccessoires, Fertigduschen und Dampfduschen, Brausen und Duschsysteme, Brausegeräten und Brausesets, Handbrausen und Kopfbrausen, Duschpaneel, Badkeramik, Waschtische, WC, Badmöbel, Spiegelschränke und Spiegel, Spülkästen und Vorwandelemente, Duschkabinen und Badewannenfaltwände, Duschrückwände, Zubehör für Duschkabinen, Duschwannen und Badewannen, Whirlpool-Badewanne, Kleinkläranlagen, Abwassertanks, Laminat, Parkett, Vinylböden, Korkböden, PVC-Böden, Teppichböden, Sockelleisten und Formteile, Übergangsprofile und Abschlussprofile, Fußbodenzubehör, Fliesen, Fliesenlegerwerkzeug, Fliesenverlegematerial, Verblender, Riemchen, Schieferplatten, Teppiche, Fußmatten, Stufenmatten, Kunstrasen und Outdoorteppiche, Schrauben, Holzschrauben, Universalschrauben, Schraubensicherung, Muttern, Gewindestangen und -bolzen, Abdeckkappen, Scheiben und Ringe, Ringschrauben und Schraubhaken, Beschläge, Türdrücker, Dübel, Nägel und Stifte, Tresore, Kassetten und Waffenschränke, Räder und Möbelrollen, Möbeltechnik, Tischbeine, falt- und Schiebetürbeschläge, Möbelausstattung und Zubehör, Briefkästen und Paketboxen, Ordnungshelfer und Aufbewahrungshelfer, Seile, Ketten und Zubehör, Profile und Bleche, Wandfarben, Lacke, Holzschutz und Holzfarben, Fassadenfarben, Bodenbeschichtungen Holz und Zement, Mustertapeten und Unitapeten, überstreichbare Tapeten, Renoviervlies und Makulatur, Fototapeten, Wandtattoos, Bordüren, Isoliertapeten, Tapetenkleister und Wandbelagskleber, Kleber, Bodenbelagskleber, Fertigspachtel, Maleracryl und Silikon, Holzreparaturspachtel, Spachtelpulver, Farbsprühsysteme, Tapezierzubehör, Klebebänder und Kreppbänder, Farbroller und Farbwalzen, Pinsel, Bürsten und Quaste, Schleifmittel für Maler, Marker und Eddings, Abbeizer, Anlauger, Reiniger und Verdünner, Klebefolien und Funktionsfolien, Zierleisten und Deckenplatten, Kaminöfen, Kaminbausätze, Pelletöfen, Küchenöfen, Ofenzubehör, Brennstoffe, Heizgeräte, Edelstahlkamin, konfektionierter Leichtbauschacht, Flachheizkörper, Heizkörperzubehör, Badheizkörper und Designheizkörper, Heizkörperisolierungen, Heizungspumpen und Umwälzpumpen, Heizungszubehör, elektrische Fußbodenheizung, wassergeführte Fußbodenheizung, Heizkabel, Lüftungssysteme, Lüftungsgitter, Flachkanal und Lüftungsrohrsysteme, Ventilatoren für Wohnraumlüftung, Lüftungssystemzubehör, Wickelfalzrohre, Klimaanlage, Ventilatoren und Zubehör, Luftentfeuchter und Luftbefeuchter, Warmwassergeräte, Schalterprogramme, Sicherungen und Verteilerkästen, Installationsdosen und Abzweigkästen, Kabel und Kabelzubehör, Insektenschutz, Schlösser	
davon Gartenmarkt	5.000
Gartenmöbel, Grills und Zubehör, Spieltürme, Spielhäuser, Gartenhäuser, Carports und Garagen, Gartenbaustoffe, Terrassenbau, Gartenzäune und Sichtschutz, Sand, Steine und Zierkies, Teichbau, Regenwassernutzung, Gartenmaschinen, Forstwerkzeuge, Gartenpumpen und Hauswasserwerke, Pflanzen, Freilandpflanzen, Rasen und Sämereien, Gartenerde und Gartendünger, Erden und Mulch, Dünger, Pflanzenschutzmittel, Pflanzgefäße und Übertöpfe, Blumenkästen, Blumenkübel und Blumentöpfe, Topf- und Zimmerpflanzen, Blumentöpfe, Vasen und Zubehör., Gartendekoration, Feuerschalen, Pfostenräger und Bodenröhren	
davon Baustoff-Drive-In	2.000
Putze, Dämmung, Fassadendämmung, Bedachung, Hofentwässerung und Drainage, Dachrinnen, Fenster und Zubehör, Dachfenster und Zubehör, Garagentore, Antriebe, Innentüren und Zargen, Fensterbänke, Fensterdichtungen und Türdichtungen, Treppen und Geländer, Haustüren und Nebeneingangstüren, Vordächer, Betonrüttler, Betonschleifer und Steintrennmaschinen, Minidumper, Bautrockner, Holzverbinder und Baubeschläge, Winkel und Holzverbinder, Lochplatten und Flachverbinder, Balkenschuhe, Hausnummern, Tore, Gitter und Geländer, Sicherungstechnik, Klebeziffern und Warnschilder, Leitern, Tritte und Gerüste	
davon zentrenrelevante Randsortimente	1.200
davon Lampen/Leuchten/Elektro	400
Wohnraumluchten, Außenleuchten, Baustrahler und Werkstattleuchten, Taschenlampen, Batterien und Akkus, Leuchtmittel	
davon Bilder/Deko/Basteln	250
Wandbilder, Wanddeko, Bilderrahmen, Poster und Kunstdrucke, Künstlerbedarf, Bastelbedarf, Bilderzubehör, Schilder	
davon Heimtextilien	130
Heimtextilien, Gardinenstangen und Gardinenschienen, Plissees, Rollos und Jalousien, Home-Accessoires	
davon Lehrbücher/-videos	20
Tapetenbücher, Terraristikbücher, Vogelbücher, Katzenbücher, Buch Hundesprache	
davon Aquaristik/Tierbedarf	400
Aquarien, Aquarientechnik, Aquarium Pflanzen und Dünger, Aquariumzubehör, Aquarium Dekoration, Aquariumpflege, Fischfutter, Futtermatzen, Aquarienbücher, Terrarien, Terrariumtechnik, Terrarium Bodengrund, Reptilienfutter, Terrariumzubehör, Vogelkäfige und Zubehör, Futterstellen, Nistkästen und Insektenhotels, Vogelfutter, Vogelpflege, Hundefutter, Hundehütten und Hundezwinger, Hundeleinen und Hundehalsbänder, Maulkörbe und Hundeschirre, Hundepflege, Hundepflege, Hundespielzeug, Hundekissen und Hundedecken, Katzenfutter, Katzenstreu, Katzenpflege, Halsbänder und Katzenschirre, Kratzbaum und Kratzmöbel, Katzenspielzeug, Katzennapfe und Katzenröhrchen, Katzenzubehör, Nagerkäfige und Gehege, Nagerfutter, Heu, Streu und Stroh, Käfigzubehör	
Summe Verkaufsfäche gesamt	15.000

Quelle: Hornbach 2015 (Projektinformation zum Standort Leipzig „Alte Messe“, www.hornbach.de); CIMA Beratung + Management GmbH 2015

In der Realität ist jedoch anzunehmen, dass nicht alle Artikel, die auf den genannten Verkaufsflächen geführt werden sollen, im Sinne des Leipziger STEP Zentren tatsächlich als „zentrenrelevant“ zu klassifizieren sind. So besteht beispielsweise der Warenbereich „Heimtextilien“ zu einem nicht unwesentlichen Anteil aus Rollos und Sonnenschutzdächern, die in der Leipziger Sortimentsliste eher den „Rollläden/Markisen“ zugeordnet werden können. Auch im Warenbereich „Lampen/Leuchten/Elektro“ können Artikel wie Elektromaschinen oder Installationsmaterialien zumindest teilweise in die ebenfalls nicht-zentrenrelevanten Sortimentsgruppen „Maschinen/Werkzeuge“ oder „Elektroinstallationsmaterial“ fallen.

Aufgrund der hier nur kurz angesprochenen Unsicherheiten bei der Warenzuordnung hat die CIMA Beratung + Management GmbH in Hornbach-Märkten ähnlicher Größenordnung eigene Erhebungen durchgeführt, um die Angaben des Unternehmens zu verifizieren. Die Ergebnisse dieser Vor-Ort-Erfassungen werden im Rahmen der Verträglichkeitsanalyse zu einem späteren Zeitpunkt vorgestellt.

2 Einzelhandelsstandort Leipzig / Projektstandort „Alte Messe“

2.1 Einzelhandelsstandort Leipzig

Leipzig weist aktuell eine Einwohnerzahl von ca. 547.820¹³ auf und ist damit die größte Stadt Sachsens. Gemeinsam mit Halle (Saale) und mehreren Mittelstädten bildet die sächsische Metropole einen verdichteten Siedlungsbereich aus.

Von der Landesplanung wurde Leipzig die Funktion eines Oberzentrums zugeordnet. Die Stadt hat somit im Einzelhandelsbereich die Aufgabe, ihren großen Verflechtungsbereich umfassend mit qualitativ hochwertigen Gütern zu versorgen.

Die Stadt ist hervorragend in das regionale und nationale Verkehrsnetz eingebunden. An den Autobahnen A 9 (Berlin – Leipzig – Nürnberg), A 14 (Magdeburg – Halle – Leipzig – Dresden) und A 38 (Göttingen – Halle – Leipzig) verfügt sie über Direktanschlüsse. Regionale Erschließungsfunktionen übernehmen darüber hinaus die Bundesstraßen B 2 (Lutherstadt Wittenberg – Leipzig – Gera), B 6 (Halle – Leipzig – Wurzen – Dresden), B 87 (Weimar – Weißenfels – Leipzig – Torgau), B 181 (Merseburg – Leipzig), B 184 (Dessau – Leipzig) und B 186 (Schkeuditz – Zwenkau). An das Schienennetz der Deutschen Bahn AG ist Leipzig u.a. mit ICE-, IC- und RB-Zügen angebunden.

Auch im ÖPNV-Sektor verfügt Leipzig über ein leistungsfähiges Verkehrsnetz (Straßenbahn- und Buslinien). Die Fahrzeuge der Leipziger Verkehrsbetriebe (LVB) erschließen das Stadtgebiet praktisch flächendeckend. Im Zuge der Fertigstellung des „City-Tunnels“ konnte das Nahverkehrssystem sogar weiter optimiert werden. In der Folge ergaben sich z.T. kürzere Verbindungswege und bessere Vertakungen der einzelnen Verkehrsträger.

Die Siedlungsstruktur Leipzigs ist geprägt von der Innenstadt sowie zahlreichen mehr oder weniger dicht bebauten Stadtbezirken. Die Bevölkerungsschwerpunkte der Stadt liegen in den Gründerzeitbezirken Südvorstadt, Reudnitz-Thonberg und Connewitz.

Seit einigen Jahren wächst die Einwohnerzahl Leipzigs wieder, nachdem fast ein Jahrzehnt lang Bevölkerungsverluste zu verzeichnen waren. Im Jahr 2014 betrug der Einwohnerzuwachs im Vergleich zum Vorjahr ca. 12.500 Personen. Leipzig avancierte dadurch zur am schnellsten wachsenden Großstadt Deutschlands. Die demographischen Zugewinne stehen u.a. im Zusammenhang mit einer erfolgreichen industriellen Ansiedlungspolitik (u.a. Porsche, BMW), aber auch bedeutenden Entwicklungsmaßnahmen im Dienstleistungsbereich (u.a. Neue Messe).

Im Einzelhandelssektor ist Leipzig für den gesamten westsächsischen Raum der wichtigste Versorgungsstandort, nicht zuletzt deshalb, weil sich das Einzelhandelsangebot seit der Wiedervereinigung dynamisch entwickelt hat. Die Versorgungsstrukturen sind hierbei im

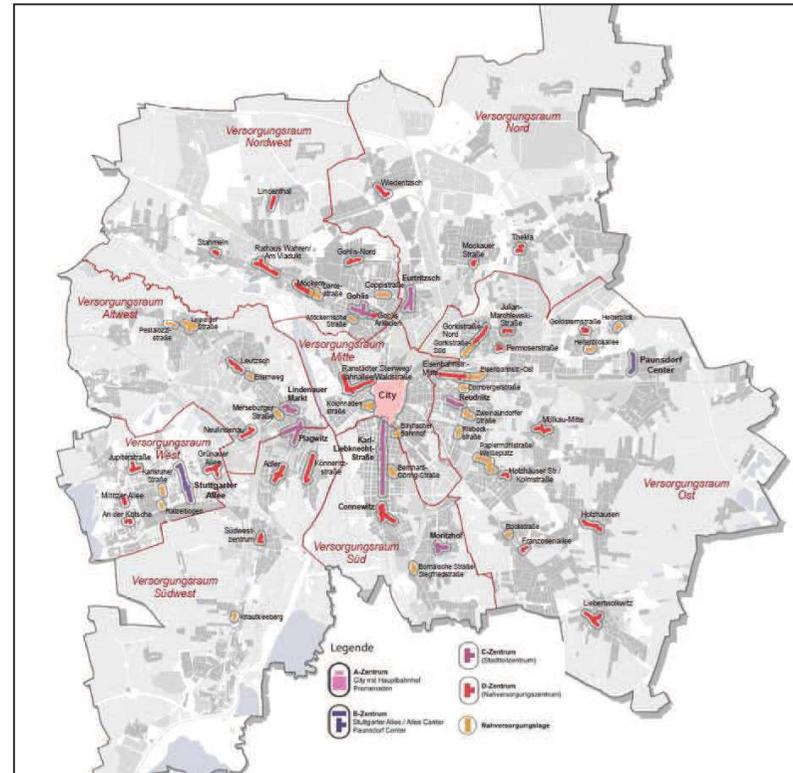
¹³ Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen; Stand: 31.05.2015.

Stadtgebiet polyzentral ausgebildet. Als wichtige Einkaufslagen sind hervorzuheben (vgl. Karte 1):

- Die Leipziger Innenstadt, mit Hauptbahnhof (= A-Zentrum).
- Das EKZ „Paunsdorf-Center“ in Paunsdorf (= B-Zentrum).
- Das EKZ „Allee-Center“ in Grünau (= B-Zentrum).
- Das Fachmarktzentrum „Löwen-Center“ in Rückmarsdorf.
- Das Fachmarktzentrum „Sachsenpark“ in Seehausen
- Die „Alte Messe“ als Standort großflächiger Einzelbetriebe.

Um die Einzelhandelsentwicklung städtebaulich sinnvoll zu steuern, verfügt die Stadt seit Jahren über ein Standort- und Zentrenkonzept – den sog. „Stadtentwicklungsplan Zentren“. Er macht transparent, dass die Zentrenstruktur mehrstufig gegliedert ist. Neben dem A-Zentrum (City) gibt es zwei B-Zentren (Paunsdorf-Center und Allee-Center), 7 C-Zentren, 30 D-Zentren und zahlreiche „Nahversorgungslagen“. Sie repräsentieren die schutzwürdigen Zentralen Versorgungsbereiche im Stadtgebiet.

Karte 1: Zentrenplan der Stadt Leipzig¹⁴



Quelle: Stadt Leipzig: Zentrenplan 2009 - Teilfortschreibung 2014 (www.leipzig.de)

¹⁴ Alle Karten sind im Interesse einer leichteren Lesbarkeit in der Anlage des Gutachtens nochmals im ganzseitigen Format abgebildet.

2.2 Projektstandort „Alte Messe“

Die Hornbach AG plant auf dem Areal der „Alten Messe“ die Ansiedlung eines Bau- und Heimwerkermarktes, mit Gartenmarkt und Baustoff-Drive-In. Der konkrete Standortbereich liegt im südlichen Abschnitt des Alten Messegeländes, in Nachbarschaft zum Eventpalast, eingerahmt von der Richard-Lehmann-Straße (B 2), der Puschstraße und der Ottostraße.

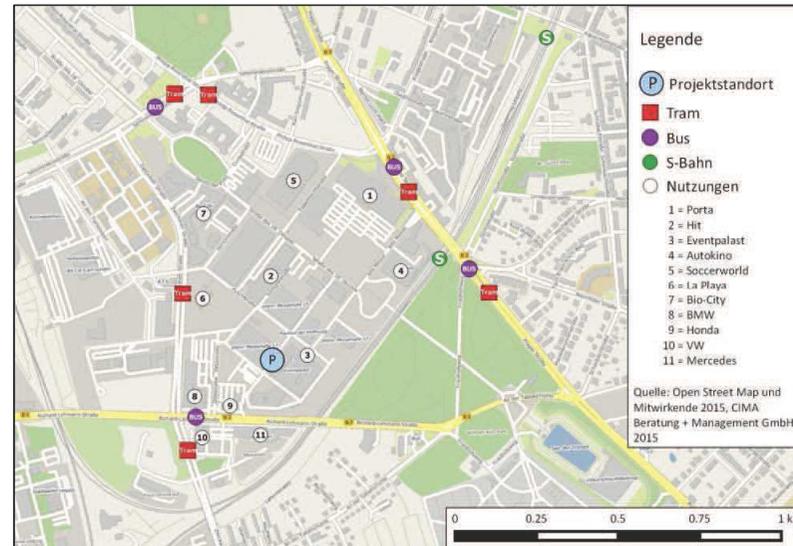
Die **Erreichbarkeit** des Alten Messegeländes ist sowohl für den motorisierten Individualverkehr (MIV) als auch für den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) als gut zu klassifizieren. Aufgrund der Entfernungen zum Leipziger Autobahnring ist allerdings kein direkter Autobahnanschluss vorhanden. Dennoch bestehen über die Richard-Lehmann-Straße und Prager Straße, sowie im weiteren Verlauf über die autobahnähnlich ausgebaute B 2 relativ gute Anbindungen an die Anschlussstellen Leipzig-Süd und Leipzig-Südost an der A 38. Die Richard-Lehmann-Straße und Prager Straße gehören in diesem Kontext zu den Hauptverkehrsachsen im Stadtgebiet.

An den ÖPNV ist das Alte Messegelände durch mehrere Straßenbahn- und Bushaltestellen an der Richard-Lehmann-Straße, der Zwickauer Straße, der Prager Straße sowie der Semmelweisstraße angeschlossen. Der S-Bahnhof „Leipzig Völkerschlachtdenkmal“ befindet sich unmittelbar am östlichen Rand des Messegeländes; auch der S-Bahnhof „Stötteritz“ liegt noch in fußläufiger Entfernung.

Die Alte Messe hat sich in den vergangenen Jahren multifunktional entwickelt. Neben großen Einzelhandelsbetrieben (u.a. Porta-Einrichtungshaus, Hit SB-Warenhaus), sind diverse wissenschaftliche Einrichtungen (Bio-City), Freizeitimobilien (u.a. Eventpalast, Soccer-

world, Autokino, La Playa Beach Club) und mehrere Autohäuser (BMW, Honda, VW, Mercedes) ansässig.

Karte 2: Lage des geplanten Hornbach-Marktes auf dem Gelände der Alten Messe



Für das Projekt der Fa. Hornbach liegt noch keine finale Planzeichnung vor, die an dieser Stelle veröffentlicht werden könnte. Es ist jedoch bekannt, dass Ein- und Ausfahrten zum Gelände des geplanten Bau- und Heimwerkermarktes an der Richard-Lehmann-Straße (vgl. Foto 1) und an der Ottostraße vorgesehen sind. Die Hallen des Bau- und Gartenmarktes sowie die Freiflächen, werden sich auf dem Gelände (vgl. Foto 2) in West-Ost-Richtung erstrecken.

Foto 1: Richard-Lehmann-Straße, nahe der möglichen Zufahrt zum geplanten Hornbach-Markt



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2015

Foto 2: Standortbereich des geplanten Hornbach-Marktes, mit derzeitiger Bebauung



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2015

Etwa 500 ebenerdige Parkplätze für private und gewerbliche Kunden sind den Gebäuden südlich vorgelagert¹⁵. Der Wirtschaftsverkehr wird andererseits auf der Nordseite der Immobilien abgewickelt.

Die spezifischen Eigenschaften des Standortes „Alte Messe“ können in positive und negative Faktoren untergliedert werden. Sie haben Einfluss auf die Umsatzerwartung und Marktbedeutung des geplanten Bau- und Heimwerkermarktes und werden deshalb nachfolgend vergleichend gegenübergestellt:

Positive Standortfaktoren

- + gute lokale und regionale Erreichbarkeit durch Positionierung in der Nähe stark frequentierter Hauptverkehrsachsen (Prager Straße, Richard-Lehmann-Straße).
- + Bekanntheitsgrad der „Alten Messe“ als Standort großflächigen Einzelhandels (Porta, Hit).
- + geringe Wettbewerbsintensität im Bau- und Heimwerkersektor innerhalb der südlichen und südöstlichen Teilräume von Leipzig (vgl. Kapitel 4 „Wettbewerbsanalyse“).

Negative Standortfaktoren

- leicht eingeschränkte überregionale Erreichbarkeit durch Entfernung zu den Autobahnanschlussstellen südlich von Leipzig.

¹⁵ Die Zahl der Parkplätze ist aus gutachterlicher Sicht großzügig bemessen und reicht für den erwarteten Kundenverkehr (geschätzt ca. 1.000 bis 1.500 PKW-Kunden) völlig aus.

Aus Betreibersicht ist das Areal als Standort für die gewählte Einzelhandelsnutzung gut geeignet. Neben einer problemlosen Erreichbarkeit und wahrscheinlich auch Sichtbarkeit des Areals von der Richard-Lehmann-Straße, ist insbesondere der Bekanntheitsgrad der „Alten Messe“ und die positive Bevölkerungsentwicklung des Oberzentrums vorteilhaft.

Aus städtebaulicher Sicht handelt es sich beim Planstandort um eine bestehende Einkaufslage mit großflächigen Betrieben, guter ÖPNV-Anbindung und einer relativen Nahlage zu größeren Wohngebieten (insb. Südvorstadt und Reudnitz-Thonberg). Allerdings ist die „Alte Messe“ im STEP Zentren der Stadt Leipzig nicht als Zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen und somit für eine Ansiedlung von Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten prinzipiell nicht vorgesehen.

3 Kerneinzugsgebiet des Bau- und Heimwerkermarktes / Bevölkerung und Kaufkraft

3.1 Kerneinzugsgebiet

Zur Bestimmung der potentiell erschließbaren Kaufkraft von Einzelhandelsbetrieben ist es notwendig ein Kerneinzugsgebiet abzugrenzen, in dem die Konsumenten – zumindest teilweise – auf den Projektstandort orientiert sein werden. Der Grad der Fokussierung hängt dabei vor allem von den Wettbewerbsalternativen, der verkehrlichen Erreichbarkeit und der Attraktivität im Vergleich mit anderen Einkaufsorten der Branche ab.

Im Zuge der konkreten Abgrenzung des Kerneinzugsgebietes für den geplanten Hornbach Bau- und Heimwerkermarkt auf dem Alten Messegelände, wurden von der CIMA vor allem folgende Einflussfaktoren berücksichtigt:

- Der nationale Bekanntheitsgrad sowie die Betreiberqualität und Leistungsfähigkeit der Fa. Hornbach: Das Unternehmen nimmt mit einer Flächenleistung von ca. 2.100 €/m² den Spitzenplatz in der Branche ein, weist seit Jahren eine dynamische Umsatzentwicklung mit der höchsten jährlichen Steigerungsrate aller Anbieter auf und liegt im „Kundenmonitor Deutschland 2015“ gemeinsam mit Globus an erster Stelle.

Hornbachmärkte weisen aufgrund ihrer besonderen Leistungsfähigkeit und Kundenakzeptanz nicht selten Einzugsgebiete mit

mehr als 200.000 Menschen auf – ein Wert, den andere Branchenvertreter nicht erreichen.

- Die gute verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes für verschiedene Verkehrsträger (PKW, ÖPNV) und die Nahlage zu zwei Hauptverkehrsachsen (Richard-Lehmann-Straße / Prager Straße).
- Die möglichen Effekte topographischer Trennlinien auf das Kundenverhalten. Zu erwähnen sind in diesem Kontext vor allem das Elsterflutbett mit ausgedehnter Grünzone, das Seengebiet südl. von Leipzig sowie diverse Bahntrassen.
- Die Verteilung von Konkurrenzbetrieben des großflächigen Bau- und Heimwerkersektors (inkl. Gartenbedarf und Baustoffe) im Leipziger Stadtgebiet sowie die projektrelevante Wettbewerbssituation südlich und südöstlich von Leipzig (vgl. dazu Ausführungen im Kapitel 4 „Wettbewerbsanalyse“).
- Das vor dem Hintergrund der aktuellen Angebotssituation in Leipzig im Bau- und Heimwerkerbereich zu erwartende Konsumentenverhalten, unter Berücksichtigung branchentypischer und betreiberspezifischer Erfahrungswerte aus der Marktforschungspraxis.

Der geplante Bau- und Heimwerkermarkt der Firma Hornbach wird unter Berücksichtigung der genannten Einflussfaktoren ein Kerneinzugsgebiet ausbilden, welches innerhalb der Leipziger Gemarkung

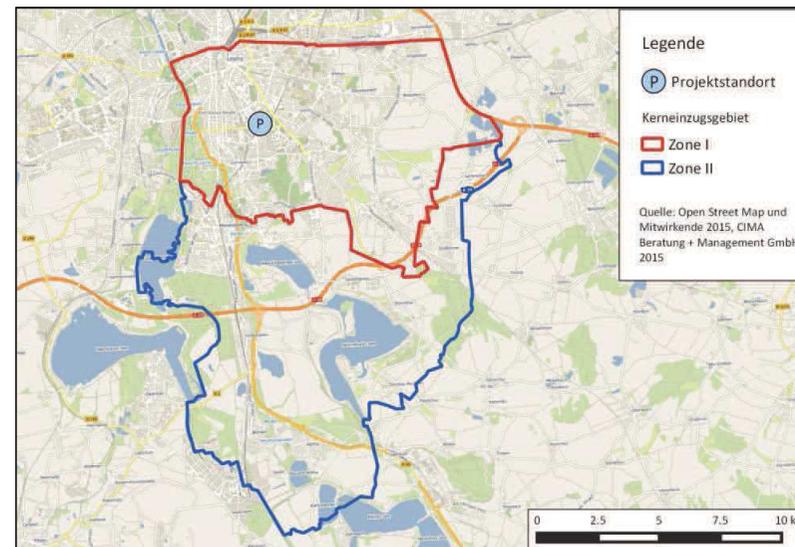
die Bezirke Süd, Südost sowie Teile von Mitte und Ost abdeckt¹⁶. Überörtlich wird der Markt in größerem Umfang vor allem von Konsumenten aus den Städten und Gemeinden Markkleeberg, Böhlen, Rötha und Großpösna frequentiert (vgl. Karte 3).

Sicherlich ist auch mit sporadischen Kunden von außerhalb dieses Kerneinzugsgebietes zu rechnen. Sie dürften nach Einschätzung der CIMA Beratung + Management GmbH jedoch keine untersuchungsrelevante Größenordnung mehr erreichen.

Im Norden verläuft das abgegrenzte Kerneinzugsgebiet im wesentlichen entlang der B 87, der Eisenbahnstraße und der Riesaer Straße und rückt dort eng an die Standorte der Wettbewerber OBI (Brandenburger Straße) und toom (Riesaer Straße) heran. Diese beiden Konkurrenten würden auch nach Etablierung von Hornbach auf der Alten Messe in das nördliche Kerneinzugsgebiet hineinwirken und von dort Kunden abziehen. Gleichwohl wird das Planobjekt von Hornbach nach gutachterlicher Einschätzung auch hier Kaufkraftzuflüsse generieren. Dies ist der besonderen Leistungsfähigkeit und Beliebtheit des Unternehmens, aber auch seiner Größe (15.000 m² VK) geschuldet. Das Planobjekt ist mit dieser Dimensionierung gewichtiger als OBI (ca. 9.500 m² VK) und toom (ca. 8.800 m²) und verfügt im Kundenvergleich über das „Alleinstellungsmerkmal“ eines großen Baustoff-Drive-Ins.

Im Westen des Leipziger Stadtgebietes bildet die weitläufige Elster-Aue eine klare Grenze des Kerneinzugsgebietes aus. Hier sind in relativer Nahlage davon nur ein toom in der Gießerstraße (ca. 8.000 m² VK) und Hagebau/Bauking in der Gerhard-Ellrodt-Straße (ca. 5.500 m² VK) etabliert. Aufgrund der topographischen Situation wirken diese beiden Betriebe nach gutachterlicher Einschätzung aber nur geringfügig in das abgegrenzte Kerneinzugsgebiet hinein.

Karte 3: Kerneinzugsgebiet des geplanten Bau- und Heimwerkermarktes



Anders ist die Situation hinsichtlich der drei Wettbewerber toom (ca. 7.300 m² VK), Dehner (ca. 5.300 m² VK) und Globus (ca. 8.700 m²) in Markkleeberg zu bewerten. Diese Betriebe überlagern das Kerneinzugsgebiet von Hornbach vor allem in Zone II stark. Ihre Marktwirkungen reichen aber auch weit in den Leipziger Süden und

¹⁶ In diesem Zusammenhang ist mit Sicherheit davon auszugehen, dass der bestehende Hornbach Bau- und Heimwerkermarkt in der Dübener Landstraße mit dem Planobjekt auf der Alten Messe eine Absprache hinsichtlich der Werbegebiete treffen wird. Der Bestandsmarkt dürfte seine Werbemittel innerhalb des Stadtgebietes vor allem nördlich der B 87 und B 6 verteilen, während sich der geplante Markt auf die südlich davon gelegenen Teilräume konzentrieren wird.

Südosten hinein. Zum Tragen kommt dabei insbesondere der Standortverbund eines Bau- und Heimwerkermarktes mit einem großen Gartenfachmarkt, den es in dieser Form innerhalb des Kerneinzugsgebietes auch nach Etablierung von Hornbach nicht geben wird. Globus ist zudem als besonders leistungsstarker Wettbewerber einzustufen. Er belegt im „Kundenmonitor Deutschland 2015“ rechnerisch ganz knapp vor Hornbach den ersten Platz.

Tab. 3: Einwohner im Kerneinzugsgebiet des geplanten Bau- und Heimwerkermarktes

Zonen des Kerneinzugsgebietes		Einwohner	Anteil in %
Zone I	Leipziger Stadtbezirke Süd und Südost sowie Teile der Stadtbezirke Mitte und Ost	196.660	83
Zone II	Städte und Gemeinden des Landkreises Leipzig (Markleeberg, Böhlen, Rötha, Großpösna)	39.890	17
Zonen I-II	insgesamt	236.550	100

Quelle: Stadt Leipzig: Amt für Statistik und Wahlen - Statistisches Jahrbuch 2015, Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen 2014, ca.-Werte gerundet

Auf Basis kleinräumiger Einwohnerdaten der Stadt Leipzig sowie Angaben des Statistischen Landesamtes, leben im abgegrenzten Kerneinzugsgebiet insgesamt ca. 236.550 Menschen. Davon entfallen auf das Leipziger Stadtgebiet (Zone I) ca. 196.660 und auf den überörtlichen Verflechtungsbereich ca. 39.890 Personen.

3.2 Projektrelevante Kaufkraft im Kerneinzugsgebiet

Die Kalkulation von Einzelhandelskaufkraft ist methodisch aufwändig. Nur wenige Unternehmen in Deutschland sind in der Lage, solche Berechnungen durchzuführen. Die CIMA unterhält in diesem Zusammenhang eine eigenständige Abteilung, die sich fortwährend und ausschließlich mit der Ermittlung von Pro-Kopf-Kaufkraftwerten beschäftigt und unter anderem die Umsatz- und Einkommenssteuerstatistik, aber auch Grundlagendaten der Handels- und Absatzwirtschaft auswertet. Zur Einschätzung regionaler und lokaler Niveauunterschiede der einzelhandelsbezogenen Nachfrage arbeitet die CIMA darüber hinaus mit Spezialisten der Firma MB Research aus Nürnberg zusammen.

Im Ergebnis verfügt die CIMA über aktuelle Kaufkraftdaten (Stand Mitte 2015), welche für insgesamt 15 Hauptwarengruppen vorliegen. Bezogen auf die drei periodischen Bedarfsbereiche ist demnach aktuell von folgenden Pro-Kopf-Ausgaben auszugehen:

- Kurzfristiger Bedarf ca. 2.972 €
- Mittelfristiger Bedarf ca. 1.082 €
- Langfristiger Bedarf ca. 1.614 €.

Insgesamt liegt die Pro-Kopf-Kaufkraft für alle Warengruppen des Einzelhandels somit bei ca. 5.668 €.

Zur speziellen Berechnung der potenziell erschließbaren Nachfrage für den geplanten Bau- und Heimwerkermarkt ist es indes notwen-

dig, betriebstypische Kaufkraftwerte zu verwenden. Im Mittelpunkt stehen hierbei zunächst die Kernsortimente eines Hornbach Bau- und Heimwerkermarktes. In diesen Warenbereichen ist mit folgenden Pro-Kopf-Ausgaben zu rechnen:

- Baumarktartikel ca. 308 €
- Gartenbedarfsartikel ca. 98 €
- Baustoffe ca. 70 €.

Im Zuge der Ermittlung des Kaufkraftvolumens innerhalb des abgegrenzten Kerneinzugsgebietes sind darüber hinaus „Kaufkraftkennziffern“ zu berücksichtigen. Sie geben lokale und regionale Kaufkraftniveau-Unterschiede im Vergleich mit dem bundesweiten Durchschnitt (= 100) wieder. In Leipzig liegt der Wert nach Angaben von MB Research aktuell bei 91,2 und damit leicht unterdurchschnittlich. Gleiches gilt für die Orte Böhlen (87,5), Rötha (90,7) und Großpösna (99,4) in Zone II. Nur die Stadt Markkleeberg erreicht mit 103,2 einen im Vergleich zum Bundesquotienten leicht erhöhten Index.

Führt man nunmehr alle ermittelten Einwohner- und Nachfragedaten zusammen, dann ergeben sich im Kerneinzugsgebiet des in Leipzig geplanten Bau- und Heimwerkermarktes die in Tabelle 4 dargestellten Kaufkraftvolumina.

Tab. 4: Projektrelevante Kaufkraft im Kerneinzugsgebiet

Zonen des Kerneinzugsgebietes Sortiment	Kaufkraft in Mio. €		
	Zone I	Zone II	Zonen I-II
Baumarktartikel	55,2	12,2	67,4
Gartenbedarfsartikel	17,6	3,9	21,5
Baustoffe	12,6	2,8	15,4
Einzelhandel insgesamt	85,4	18,9	104,3

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2015, ca.-Werte gerundet

Die drei in Tabelle 4 aufgelisteten Warenbereiche sind – wie bereits erwähnt – als „Kernsortimente“ des geplanten Bau- und Heimwerkermarktes der Firma Hornbach einzustufen. Sie stehen in der Potenzialanalyse im Mittelpunkt der Betrachtung. Demgegenüber werden die zentrenrelevanten Randsortimente des Planobjektes im Rahmen der anzustellenden Verträglichkeitsanalyse fokussiert.

4 Wettbewerbsanalyse des Bau- und Heimwerkersektors im Kerneinzugsgebiet

Nachfolgende Wettbewerbsanalyse basiert auf Erhebungsdaten, die die CIMA im Rahmen von Feldforschungen im November 2015 im Kerneinzugsgebiet ermittelt hat. Dabei wurden alle Geschäfte, die ausschließlich oder zumindest teilweise Kernsortimente eines typischen Bau- und Heimwerkermarktes (inklusive Gartenbedarf und Baustoffe) führen, erfasst. Erhoben wurde u.a. die Lage, die Firmierung, die Branche, der Betriebstyp und die Verkaufsfläche. Die Größe der Verkaufsräume insg. oder der relevanten Teilflächen war danach Ausgangspunkt für eine qualifizierte Umsatzschätzung auf Basis realistischer Flächenproduktivitäten, die – in Abhängigkeit von der jeweiligen Leistungsfähigkeit der Betriebe und der beobachteten Kundenfrequenz – schließlich noch an die individuelle Standortsituation angepasst wurden.

Zusätzlich wurden Großflächenbetriebe im unmittelbaren Umfeld des Kerneinzugsgebietes sowie im überörtlichen Verflechtungsbereich erfasst und quantifiziert.

Aktuell sind innerhalb des städtischen Teils des Kerneinzugsgebietes folgende projektrelevante Hauptwettbewerber etabliert (vgl. auch Karte 4):

- OBI Bau- und Heimwerkermarkt (mit Gartenmarkt), Leipzig, Chemnitzer Straße¹⁷
- Fliesen Thomas, Leipzig, Dauthestraße
- Home Market, Leipzig, Mühlweg
- Gartenmarkt Köhler, Leipzig, Parkstraße
- Wolfs Gartenmarkt, Leipzig, Colbergsiedlung.

Das Angebot dieser Hauptwettbewerber wird ergänzt durch Teil- oder Spezialsortimente von Fachmärkten oder Fachgeschäften. In den CIMA-Erhebungen wurden innerhalb der Zone I insgesamt 35 solcher Betriebe erfasst. Der Großteil von ihnen weist projektrelevante Verkaufsflächen zwischen 20 m² und 100 m² auf. Bei den größten Geschäften handelt es sich um Porta auf der Alten Messe, Teppich Frick in der Apelsteinallee und Pflanzenmarkt Balke in der Leinestraße.

Die in Leipzig erfassten projektrelevanten Wettbewerber weisen eine aggregierte Gesamtverkaufsfläche von ca. 21.680 m² auf. Hiervon entfallen auf die einzelnen Warenbereiche:

¹⁷ Der OBI Bau- und Heimwerkermarkt in der Chemnitzer Straße weist als mit Abstand größter Anbieter in Zone I eine Verkaufsfläche von ca. 12.240 m² auf.

- Baumarktartikel ca. 11.570 m² VK
- Gartenbedarfsartikel ca. 9.030 m² VK
- Baustoffe ca. 1.080 m² VK.

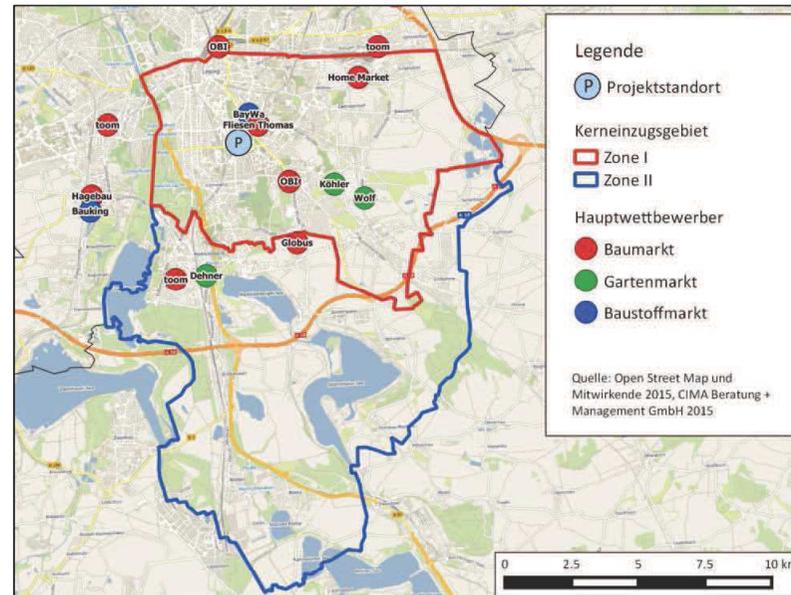
Etwas außerhalb des Kerneinzugsgebietes ist in Leipzig auf folgende Großflächenbetriebe hinzuweisen:

- OBI Bau- und Heimwerkermarkt, Brandenburger Straße
- toom Bau- und Heimwerkermarkt, Riesaer Straße
- toom Bau- und Heimwerkermarkt, Gießerstraße
- Hagebau Bau- und Heimwerkermarkt / Bauking, Gerhard-Ellrodt-Straße¹⁸.

In Zone II des Kerneinzugsgebietes sind nur wenige Wettbewerber ansässig. Darunter allerdings drei Großflächenanbieter, die die Kundenreichweite und Marktbedeutung des Planobjektes der Fa. Hornbach spürbar einschränken werden. Es handelt sich um folgende Betriebe:

- Globus Bau- und Heimwerkermarkt (mit Gartenmarkt), Markkleeberg, Nordstraße
- toom Bau- und Heimwerkermarkt (mit Gartenmarkt), Markkleeberg, Städtelner Straße
- Dehner Gartenfachmarkt, Markkleeberg, Hauptstraße.

Karte 4: Hauptwettbewerber des geplanten Bau- und Heimwerkermarktes im Kerneinzugsgebiet und seinem Nahumfeld



In der Gesamtbetrachtung ist die Wettbewerbsintensität für den geplanten Hornbach Bau- und Heimwerkermarkt bei singulärer Betrachtung des Leipziger Kerneinzugsgebietes als überschaubar einzustufen – insbesondere vor dem Hintergrund eines Einwohnerpotenzials von knapp 197.000 Menschen. Der geringe Wettbewerbsbestand in Zone I wird auch in Ausstattungskennziffern deutlich. Während das Leipziger Untersuchungsgebiet einen Indexwert von ca. 60 m² VK/1.000 Einwohner erreicht, liegen die kommunalen Vergleichswerte in Chemnitz (ca. 230 m² VK), Zwickau (ca. 280 m²),

¹⁸ Vgl. Kapitel 3.1 mit weiterführenden Hinweisen zu diesen Wettbewerbern.

Dresden (ca. 160 m² VK) und Halle/Saale (ca. 210 m² VK) deutlich höher (nur Baumärkte ohne Gartenfachmärkte)¹⁹.

Als Hauptwettbewerber sowohl im Baumarkt- als auch Gartensektor ist der etwa 12.240 m² Verkaufsfläche umfassende Anbieter OBI in der Chemnitzer Straße einzustufen.

Von außerhalb wirken allerdings die Anbieter OBI und toom im Norden randlich in das Kerneinzugsgebiet hinein. Starke Kaufkraftabflüsse aus dem Oberzentrum Leipzig generieren zudem mehrere leistungsstarke Anbieter im überörtlichen Kerneinzugsgebiet (Zone II). Dies gilt gleichermaßen für den Baumarkt- und Gartenbedarfssektor, welcher durch die Firmen Globus, toom und Dehner in Markkleeberg repräsentiert wird.

¹⁹ Alle Daten stammen aus aktuellen IHK-Handelsatlanten in Sachsen und Sachsen-Anhalt (alle Werte gerundet).

5 Entwicklungspotenziale des Bau- und Heimwerkersektors im Kerneinzugsgebiet

Ausgangspunkt für eine Einschätzung der Entwicklungspotenziale des Bau- und Heimwerkersektors (inklusive Gartenbedarf und Baustoffe) innerhalb des Leipziger Kerneinzugsgebietes ist die realitätsnahe Berechnung der Umsatzleistungen aller ansässigen projektrelevanten Bestandsbetriebe. Sie basiert auf einer individuellen Umsatzschätzung der Einzelgeschäfte, unter Berücksichtigung der jeweiligen Standortlage, Angebotsqualität und beobachteten Kundenfrequenz. Zur konkreten Kalkulation der Umsätze wurden Verkaufsflächenproduktivitäten herangezogen, die auf ihre Plausibilität überprüft wurden.

Auf Basis aller Grundlageninformationen hat die CIMA Beratung + Management GmbH für die projektrelevanten Bestandsbetriebe im Leipziger Kerneinzugsgebiet eine Gesamtumsatzleistung von ca. 28,0 Millionen € errechnet. Davon entfallen auf die einzelnen Warengruppen:

- Bau- und Heimwerkerartikel ca. 20,3 Millionen €
- Gartenbedarfsartikel ca. 6,3 Millionen €
- Baustoffe ca. 1,4 Millionen €.

Stellt man diese Umsätze den im Kerneinzugsgebiet vorhandenen Kaufkraftpotenzialen gegenüber, kann die aktuelle Marktbedeutung der Bestandsbetriebe eingeschätzt werden (vgl. Tabelle 5).

Tab. 5: Umsätze und Kaufkraftbindungen der projektrelevanten Leipziger Bestandsbetriebe im Kerneinzugsgebiet

Sortiment	Zone I			Zone II			Umsatz insg. in Mio. €
	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	
Baumarktartikel	55,2	33	18,2	12,2	17	2,1	20,3
Gartenbedarfsartikel	17,6	34	6,0	3,9	8	0,3	6,3
Baustoffe	12,6	10	1,3	2,8	2	0,1	1,4
Summe	85,4	30	25,5	18,9	13	2,5	28,0

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2015, ca.-Werte gerundet

Es zeigt sich, dass die vergleichsweise geringe Bestandsdichte des Bau- und Heimwerkersektors (inklusive Gartenbedarf und Baustoffe) in Zone I des Kerneinzugsgebietes zu einer unbefriedigenden Kaufkraftbindung führt: Sowohl im Baumarkt- als auch im Gartenmarktsektor kann bislang nur etwa ein Drittel der vorhandenen Nachfrage vor Ort gebunden werden. Etwa zwei Drittel des Kaufkraftpotenzials fließt in den beiden Warengruppen hingegen aus dem Untersuchungsraum ab²⁰.

²⁰ Die Einzelhandelszentralität liegt im Leipziger Teil des Kerneinzugsgebietes entsprechend niedrig: Baumarktartikel (37), Gartenbedarfsartikel (36), Baustoffe (11).

Präferierte Einkaufsdestinationen sind in diesem Zusammenhang die beiden Bau- und Heimwerkermärkte in Markkleeberg (Globus, toom) und der hier ebenfalls ansässige Gartenfachmarkt der Firma Dehner. Geringere Wettbewerbseffekte entfalten im nördlichen Abschnitt des Kerneinzugsgebietes die im Nahumfeld etablierten Bau- und Heimwerkermärkte, also OBI in der Brandenburger Straße und toom in der Riesaer Straße. Die Verflechtungsbereiche dieser Betriebe haben ihren Schwerpunkt eher im Norden bzw. Osten des Leipziger Stadtgebietes²¹.

Auch die Kaufkraftzuflüsse aus dem überörtlichen Kerneinzugsgebiet sind – vor dem Hintergrund der oberzentralen Einstufung von Leipzig – in der aktuellen Betrachtung als viel zu gering zu klassifizieren. Sie liegen im Gartenbedarfsbereich und bei Baustoffen unterhalb der 10 %-Marke und erreichen im Baumarktsektor gerade einmal ca. 17 %.

Angesichts der geringen Marktbedeutung projektrelevanter Bestandsbetriebe im Kerneinzugsgebiet ist davon auszugehen, dass der geplante Hornbach Bau- und Heimwerkermarkt (inklusive Gartenmarkt und Baustoff-Drive-In) seinen Umsatz allein durch eine Steigerung der Kaufkraftbindung generieren kann. In diesem Zusammenhang ist der Sollumsatz des Planobjektes mit baumarkttypischen Kernsortimenten²² folgendermaßen zu quantifizieren²³:

■ Bau- und Heimwerkerartikel	ca. 12,6 Millionen €
■ Gartenbedarfsartikel	ca. 4,5 Millionen €
■ Baustoffe	ca. 1,2 Millionen €.

Der Umsatzprognose wurden die vom Betreiber Hornbach normalerweise erzielten Verkaufsflächenproduktivitäten zu Grunde gelegt.

Selbst wenn der geplante Bau- und Heimwerkermarkt seine Umsätze allein mit Kunden aus dem abgegrenzten Kerneinzugsgebiet generiert, blieben die dann erreichten Marktanteile im Leipziger Stadtgebiet (Zone I) in den Warenbereichen „Baumarktartikel“ und „Gartenbedarfsartikel“ unterhalb der 60 %-Marke (vgl. Tabelle 6). Auch nach Etablierung des Planobjektes wären also noch in beachtlichem Umfang freie Kaufkraftpotenziale vorhanden, die evtl. für die Ansiedlung eines weiteren Bau- und Heimwerkermarktes genutzt werden könnten. Der Standort für ein solches Planobjekt wäre dann mit dem Ziel einer räumlich möglichst ausgewogenen Versorgungsstruktur innerhalb des Untersuchungsraumes zu wählen.

Es ist also festzuhalten, dass die lokalen Entwicklungsspielräume im Bau- und Heimwerkersektor (inklusive Gartenbedarf und Baustoffe) für eine Ansiedlung des Hornbach Marktes mehr als ausreichend sind. Insofern ist auch eine Verkleinerung der Verkaufsfläche des Marktes nicht erforderlich. Das Planobjekt ist in der gewählten Größe als marktkonform zu klassifizieren.

²¹ Die westlich des Kerneinzugsgebietes gelegenen Betriebe toom in der Gießstraße und Hagebau/Bauking in der Gerhard-Ellrodt-Straße spielen im Hinblick auf einen Kaufkraftabzug aus dem Kerneinzugsgebiet nach gutachterlicher Einschätzung nur eine untergeordnete Rolle.

²² Sollumsätze ohne Umsätze mit „zentrenrelevanten Sortimenten“. Da das Verkaufsflächenlayout der Firma Hornbach im hier zu bewertenden Projekt noch nicht endgültig feststeht, wurden bei der Berechnung jeweils 50 % des Umsatzes

zentrenrelevanter Sortimente von Bau- und Heimwerkerartikeln und Gartenbedarfsartikeln abgezogen (vgl. Kapitel 6.2).

²³ Bei der Kalkulation der Umsätze wurden die von der Firma Hornbach freundlicherweise zur Verfügung gestellten Verkaufsflächenaufteilungen in „Warmhalle“, „Kalthalle“ und „Freifläche“ mit berücksichtigt.

Tab. 6: Umsätze und Kaufkraftbindungen der projektrelevanten Leipziger Bestandsbetriebe im Kerneinzugsgebiet - mit Hornbach (Prognose)

Sortiment	Zone I			Zone II			Umsatz insg. in Mio. €
	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	
Baumarktartikel	55,2	55-56	30,6	12,2	19	2,3	32,9
Gartenbedarfsartikel	17,6	57	10,0	3,9	20	0,8	10,8
Baustoffe	12,6	19	2,4	2,8	6	0,2	2,6
Summe	85,4	50	43,0	18,9	17	3,3	46,3

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2015, ca.-Werte gerundet

In der absehbaren Zukunft werden sich die Entwicklungsspielräume des Baumarkt-, Gartenbedarfs- und Baustoffsektors im Leipziger Teil des Kerneinzugsgebietes sogar noch vergrößern. Dies hat vor allem demographische Gründe. Gemäß Bevölkerungsvorausschätzung 2013 (Hauptvariante) des Amtes für Statistik und Wahlen in Leipzig²⁴, ergänzt durch eigene Berechnungen zur voraussichtlichen Bevölkerungsentwicklung in Zone II²⁵, wird die Einwohnerzahl im Kerneinzugsgebiet bis zum Jahr 2025 auf etwa 252.850 ansteigen. Dies entspräche im Betrachtungszeitraum einem Bevölkerungswachstum von knapp 7 %.

²⁴ Die Prognosedaten liegen nur für die Gesamtstadt vor. Deshalb wurde die prozentuale Entwicklung auf die Einwohnerzahl im Kerneinzugsgebiet übertragen.

²⁵ Die offizielle Bevölkerungsvorausberechnung des Freistaates Sachsen (5. Regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung, Variante 1) ging zum Zeitpunkt ihrer Erstellung von sinkenden Einwohnerzahlen aus. Dies ist nachweislich für die Stadt Leipzig und viele ihrer angrenzenden Umlandgemeinden nicht der Fall, weshalb für Markkleeberg, Böhlen und Großpösna die Entwicklung der Einwohnerzahlen der letzten 4 Jahre bis zum Jahr 2025 hochgerechnet wurde. Im Falle der Stadt Böhlen waren dabei leichte Bevölkerungsrückgänge am Anfang und leichte Zugewinne am Ende des Betrachtungszeitraumes zu berücksichtigen. Dies wurde in der Trendextrapolation beachtet.

Tab. 7: Einwohnerprognose für das Kerneinzugsgebiet bis 2025

Zonen des Kerneinzugsgebietes		Einwohner	Anteil in %
Zone I	Leipziger Stadtbezirke Süd und Südost sowie Teile der Stadtbezirke Mitte und Ost	211.210	84
Zone II	Städte und Gemeinden des Landkreises Leipzig (Markkleeberg, Böhlen, Rötha, Großpösna)	41.640	16
Zonen I-II	insgesamt	252.850	100

Quelle: Stadt Leipzig, Amt für Statistik und Wahlen [Bevölkerungsvorausschätzung 2013] - Hauptvariante; Zone II eigene Berechnungen

Im Gefolge des positiven Einwohnertrends wird sich das Kaufkraftvolumen für die Kernsortimente des geplanten Bau- und Heimwerkermarktes bis 2025 ausweiten. Es läge dann für Baumarktartikel bei ca. 83,5 Millionen €, für Gartenbedarfsartikel bei ca. 26,7 Millionen € und im Baustoffbereich bei ca. 18,9 Millionen €. Dadurch ordnet sich das Planobjekt – bei Unterstellung eines gleichbleibenden Wettbewerbs – auch zukünftig völlig problemlos in die vorhandenen Entwicklungsspielräume ein.

6 Städtebauliche Verträglichkeit der zentrenrelevanten Randsortimente im geplanten Bau- und Heimwerkermarkt

6.1 Allgemeine Rechtsgrundlagen für die Bewertung des Planobjektes

Die Qualität von Einzelhandelsstandorten wird von Investoren, Projektentwicklern und Betreibern häufig anders eingeschätzt, als von Vertretern der Kommunen. Grund für die disparaten Vorstellungen beider Seiten sind unterschiedliche Zielsetzungen: während die Privatwirtschaft Standorte präferiert, an denen dauerhaft eine auskömmliche Umsatzleistung möglich ist, bewerten Städte und Gemeinden sowohl die Planareale als auch die Nutzungskonzepte vor allem unter dem Aspekt einer Vereinbarkeit mit lokalen stadtentwicklungspolitischen Erwägungen.

Den rechtlichen Rahmen zur Beurteilung der städtebaulichen Verträglichkeit von Einzelhandelsplanungen stecken in diesem Zusammenhang vor allem das Baugesetzbuch (BauGB) und die Baunutzungsverordnung (BauNVO) ab. Allerdings darf eine Anwendung dieser Gesetze durch die Kommune nicht willkürlich erfolgen, sondern muss durch eine qualifizierte Planung (= Einzelhandelskonzept) untersetzt bzw. begründet sein.

Nachfolgend werden die wesentlichen Rechtsnormen zur städtebaulichen Bewertung und zur Standortsteuerung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben in Sachsen im Überblick vorgestellt. Die Präsentation erfolgt in verkürzter Form und dient ausschließlich einer

überblicksartigen Darlegung des Rechtsrahmens, ohne den Anspruch auf eine juristische Interpretation.

6.1.1 Baugesetzbuch und Baunutzungsverordnung

Mit den Festlegungen im Baugesetzbuch (BauGB) und in der Baunutzungsverordnung (BauNVO) kann die Standortentwicklung des Einzelhandels in einzelnen Gebietskategorien beeinflusst werden. Folgende Einzelgesetze sind hierbei von besonderer Relevanz:

- **§ 30 BauGB**

In städtischen Bereichen, für die Bebauungspläne aufgestellt wurden, sind innerhalb der Baugebiete gemäß § 2-9 BauNVO, Einzelhandelsbetriebe zulässig. Dies gilt vor allem für allgemeine und besondere Wohngebiete sowie Dorf-, Misch-, Gewerbe- und Industriegebiete. In Kleinsiedlungsgebieten und reinen Wohngebieten können Einzelhandelsbetriebe nur ausnahmsweise zugelassen werden (vgl. § 2-3 BauNVO).

▪ **§ 34 BauGB**

Gemäß § 34 Abs. 1 BauGB sind Einzelhandelsprojekte grundsätzlich genehmigungsfähig, wenn sie sich in die bauliche Eigenart der näheren Umgebung einfügen und die Erschließung gesichert ist. Der Absatz 3 des Gesetzes führt in diesem Zusammenhang aber ergänzend aus, dass von dem Einzelhandelsprojekt keine schädlichen Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche in der eigenen Gemeinde oder anderen Gemeinden ausgehen dürfen.

▪ **§ 11 Abs. 3 BauNVO**

Gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO sind Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe, die möglicherweise negative städtebauliche oder raumordnerische Auswirkungen haben könnten, außer in Kerngebieten nur in speziell ausgewiesenen Sondergebieten zulässig.

▪ **§ 35 BauGB**

Der Paragraph 35 BauGB definiert den sog. „Außenbereich“. Hier ist die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben nicht vorgesehen bzw. nur dann möglich, wenn ein Bebauungsplan aufgestellt wird.

Aufgrund der unbestreitbaren Großflächigkeit des geplanten Hornbach Bau- und Heimwerkermarktes, ist zur Bewertung der städtebaulichen Verträglichkeit dieses Planobjektes vor allem der Paragraph 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung heranzuziehen. Er legt fest, dass großflächige Einzelhandelsbetriebe, von denen anzunehmen ist, dass sie ggf. unerwünschte städtebauliche Auswirkungen haben könnten, planungsrechtlich nur in „Kern- oder Sondergebieten“ zulässig sind.

Zur Einschätzung möglicher Effekte von Planobjekten des Einzelhandels auf den vorhandenen Geschäftsbesatz werden in der Regel die bei einer Ansiedlung ausgelösten Kaufkraftumlenkungen prognostiziert und bewertet. Neben einer Erhöhung der Kaufkraftbindung bzw. Reduzierung vorhandener Kaufkraftabflüsse, stehen hierbei vor allem die Umsatzumverteilungen im Fokus. Als Orientierungswert für die städtebauliche Einordnung solcher Umsatzumverteilungen gilt eine Quote von ca. 10 %. Ab diesem Schwellenwert sind – je nach örtlichen Gegebenheiten – evtl. schädliche städtebauliche Auswirkungen zu erwarten, die in der Folge zu einzelnen Geschäftsleerständen oder gar zu einer generellen Verschlechterung der Versorgungssituation in betroffenen städtischen Teilräumen führen können.

In zahlreichen Verwaltungsgerichtsverfahren wurde im geschilderten Kontext jedoch ausdrücklich darauf hingewiesen, dass es jeweils auf den Einzelfall ankommt, in dem höhere Umlenkungen noch unschädlich, oder aber kleinere Umlenkungen bereits schädlich sein können. Letzteres gilt insbesondere dann, wenn betroffene Einkaufslagen „vorgeschädigt“ sind. Als Indikatoren für solche Vorschädigungen gelten unter anderem eine erhöhte Leerstandsquote, ein „trading down“, eine abnehmende bzw. zu geringe Kundenfrequenz oder ein offensichtlicher Investitionsstau bei Immobilien und Geschäften. Der gutachterliche Nachweis einer „Vorschädigung“ ist allerdings schwer zu führen, weil eine Bestandsaufnahme der städtebaulichen und wettbewerblichen Situation immer nur eine Momentaufnahme widerspiegelt und nicht nur ein zu hoher Wettbewerbsdruck Probleme in Einkaufslagen verursachen kann, sondern auch individuelle Defizite in der Betriebsführung, ungeeignete Verkaufsräume (Größe/Zuschnitt), eine ungünstige Verkehrsanbindung (Parkplätze) oder überzogene Mietforderungen der Immobilieneigentümer.

6.1.2 Landesentwicklungsplan Sachsen / Regionalplan Westsachsen

Den rechtlichen Rahmen einer landes- und regionalplanerischen Bewertung von großflächigen Einzelhandelsprojekten in Sachsen definiert der Landesentwicklungsplan (LEP) des Freistaates aus dem Jahr 2013 und der Regionalplan Westsachsen von 2008. Relevanz besitzt darüber hinaus die „Handlungsanleitung des sächsischen Staatsministeriums des Inneren über die Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen im Freistaat Sachsen“ (2008).

Der **Landesentwicklungsplan Sachsen (2013)** trifft im Abschnitt Z 2.3.2 mit Bezug auf großflächige Betriebe folgende Aussagen:

„Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von Einkaufszentren und großflächigen Einzelhandelsbetrieben sowie sonstigen großflächigen Handelsbetrieben, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Endverbraucher und auf die Auswirkungen den vorstehend bezeichneten großflächigen Einzelhandelseinrichtungen vergleichbar sind, ist nur in Ober- und Mittelzentren zulässig (Z 2.3.2.1).“

„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 2.3.2.3).“²⁶

„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 (Z 2.3.2.5).“

Der **Regionalplan Westsachsen (2008)** befindet sich zurzeit in Fortschreibung. Er soll als Regionalplan Leipzig-Westwachsen im Jahr 2017 vorgelegt werden. Im vorliegenden Entwurf des neuen Regionalplans sind u.a. folgende Aussagen zur Einzelhandelsentwicklung enthalten:

„Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen mit überwiegend zentrenrelevanten Sortimenten oder mit einem Anteil von mehr als 800 m² Verkaufsfläche für zentrenrelevante Sortimente²⁷ ist nur in städtebaulich integrierter Lage in den

²⁶ Diese formelle Voraussetzung erfüllt das Planobjekt der Firma Hornbach nicht, weil der Standort nicht in einem ausgewiesenen Zentralen Versorgungsbereich der Stadt Leipzig gelegen ist. Aus diesem Grund wird in dem hier vorgelegten Gutachten überprüft, ob dennoch eine städtebauliche Verträglichkeit attestiert werden kann.

²⁷ Diese formelle Voraussetzung erfüllt das Planobjekt der Firma Hornbach nicht, weil die Verkaufsfläche der zentrenrelevanten Waren über dem genannten Schwellenwert liegt. Aus diesem Grund wird in dem hier vorgelegten Gutachten überprüft, ob dennoch eine städtebauliche Verträglichkeit attestiert werden kann.

Versorgungs- und Siedlungskernen der zentralen Orte zulässig (Z 2.3.2.2).“

„Durch die Zentralen Orte sind zur Sicherung der zentralörtlichen Funktion, einer geordneten städtebaulichen Entwicklung und der verbrauchernahen Versorgung die Standorte, in denen die Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen (...) zulässig sind, abzugrenzen und zu begründen (Z 2.3.2.4).“

6.1.3 Handlungsanleitung Großflächige Einzelhandelseinrichtungen im Freistaat Sachsen

Die Handlungsanleitung „Großflächige Einzelhandelseinrichtungen im Freistaat Sachsen“ verweist im Wesentlichen nochmals auf die bereits vorgestellten Instrumente zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels. Sie definiert darüber hinaus die sog. „zentrenrelevanten“ und „nicht-zentrenrelevanten Sortimente“, welche für eine Funktionsfähigkeit Zentraler Versorgungsbereiche in Städten und Gemeinden besondere Bedeutung besitzen.

Zentrenrelevante Sortimente weisen gemäß Handlungsanleitung insbesondere folgende Eigenschaften auf:

- Sie ziehen vorrangig Innenstadtbesucher an und werden häufig im Zusammenhang mit anderen Innenstadtnutzungen nachgefragt.
- Sie können überwiegend ohne PKW transportiert werden und weisen einen geringen Flächenanspruch im Verhältnis zur Wertschätzung auf.

Die Handlungsanleitung legt im Zusammenhang mit den zentrenrelevanten Sortimenten explizit dar, dass „negative Auswirkungen auf die Zentrenstruktur, insbesondere auf die Innenstadtentwicklung zu erwarten (sind), wenn sie überdimensioniert an nicht integrierten Standorten angesiedelt werden“²⁸.

6.1.4 Stadtentwicklungsplan Zentren (STEP Zentren)

In die Bewertung von Planungen zur Neuansiedlung oder Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe sind im Idealfall lokale Einzelhandelskonzepte mit einzubeziehen.

Die Stadt Leipzig verfügt mit dem „Stadtentwicklungsplan Zentren (STEP)“ über ein solches Einzelhandelsentwicklungskonzept. Es formuliert Grundsätze und Ziele und grenzt die Zentralen Versorgungsbereiche im Stadtgebiet ab.

Der „Stadtentwicklungsplan Zentren“ wurde insgesamt zuletzt 2009 fortgeschrieben. Als Teilfortschreibung liegt nun ein Ratsbeschluss zur "Leipziger Sortimentsliste 2014" vor (vgl. Abbildung 1). Zudem wurde in der Teilfortschreibung die Abgrenzung des A-Zentrums "City" modifiziert (inkl. Wilhelm-Leuschner-Platz) sowie die räumliche Definition von zwei weiteren Zentralen Versorgungsbereichen angepasst.

Die über 60 Zentralen Versorgungsbereiche in Leipzig sind hierarchisch gegliedert und werden den Kategorien A, B, C und D sowie

²⁸ HA Großflächige Einzelhandelseinrichtungen im Freistaat Sachsen, 2008, S. 6.

„Nahversorgungslagen“²⁹ zugeordnet (vgl. Karte 1, Kapitel 2.1). Neben dem A-Zentrum (City) gibt es zwei B-Zentren (Paunsdorf-Center und Allee-Center), 7 C-Zentren, 30 D-Zentren und zahlreiche „Nahversorgungslagen“.

Der hier zu bewertende Planstandort des Bau- und Heimwerkermarktes befindet sich zweifelsfrei außerhalb abgegrenzter Zentraler Versorgungsbereiche. Bei den nächstgelegenen Zentralen Versorgungsbereichen (ohne Nahversorgungslagen) handelt es sich um die C-Zentren „Karl-Liebknecht-Straße“ (ca. 1,8 km Fahrstrecke) und „Moritzhof“ (ca. 1,8 km Fahrstrecke) sowie die D-Zentren „Holzhäuser/Kolmstraße“ (ca. 3 km Fahrstrecke) und „Connewitz“ (ca. 2,6 km Fahrstrecke).

Relevant für die Einschätzung des geplanten Bau- und Heimwerkermarktes am Standort Alte Messe ist im STEP Zentren insbesondere der Grundsatz 4, welcher deshalb nachfolgend im Wortlaut wiedergegeben wird:

„Bei neuen Einzelhandelsstandorten mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche bzw. bei deren Um- und Ausbau ist die Zulässigkeit von zentrenrelevanten Randsortimenten (Leipziger Sortimentsliste) auf 10 % der Verkaufsfläche bzw. max. 800 m² zu beschränken.“³⁰

²⁹ Auch die z.T. recht kleinen „Nahversorgungslagen“ sind als zu schützende Zentrale Versorgungsbereiche festgelegt (vgl. Stadtratsbeschluss von März 2009/RB IV-1544/09).

³⁰ Die zuletzt genannte formelle Voraussetzung erfüllt das Planobjekt der Firma Hornbach nicht, weil die Verkaufsfläche der zentrenrelevanten Waren über dem genannten Schwellenwert liegt. Aus diesem Grund wird in dem hier vorgelegten

Abb. 1: Leipziger Sortimentsliste 2014

zentrenrelevante Sortimente	
nahversorgungsrelevante Sortimente	
Apothekenwaren (frei verkäuflich)	Sanitätsartikel
Back- und Konditoreiwaren	Schnittblumen
Drogeriewaren, Parfümerie- und Kosmetikartikel	Topf- und Zimmerpflanzen, Blumentöpfe und Vasen
Fleischwaren	Zeitung/Zeitschriften
Getränke ¹	Zoologische Artikel, lebende Tiere
Nahrungs- und Genussmittel ²	
Bekleidung	Kunstgewerbe/Bilder/Bilderrahmen, Wohndekorationsartikel
Bettwaren ³	Künstlerartikel/Bastelzubehör, Sammlerbriefmarken und -münzen
Bild- und Tonträger	Lampen, Leuchten, Leuchtmittel
Bücher	Lederwaren/Taschen/Koffer/Regenschirme
Camping- und Outdoorartikel ⁴	Musikinstrumente und Zubehör
Computer und Zubehör	Optik, Augenoptik
Elektrogroßgeräte	Papier, Büroartikel, Schreibwaren
Elektrokleingeräte	Schuhe
Fotoartikel	Spielwaren
Glas/Porzellan/Keramik ⁵	Sportartikel/Sportgeräte ⁷
Handarbeitswaren/Kurzwaren/Meterware/ Wolle	Sportbekleidung
Haushaltswaren ⁶	Sportschuhe
Heimtextilien, Gardinen, Dekostoffe, Haus-, Bett- und Tischwäsche	Telekommunikation und Zubehör
Hörgeräte	Uhren, Schmuck
Kinderwagen	Unterhaltungselektronik und Zubehör
nicht zentrenrelevante Sortimente (beispielhafte, nicht abschließende Auflistung)	
Anglerartikel und Waffen ⁸	Kfz. ¹¹ , Caravan ¹² und Motorradzubehör
Bauelemente, Baustoffe ⁹	Maschinen / Werkzeuge
Bodenbeläge, Teppiche (Auslegware)	Matratzen
Eisenwaren/Beschläge	Möbel ¹³
Elektroinstallationsmaterial	Pflanzen/Samen
Erotikartikel	Rolläden/Markisen
Fahrräder und technisches Zubehör	Sanitätsartikel
Farben/Lacke	Sportgroßgeräte ¹⁴
Fliesen	Tapeten
Gartenartikel und -geräte ¹⁰	Teppiche (Einzelware)
Kamine/Kachelöfen	

Quelle: Junker und Kruse 2013 u. a. auf Basis der Einzelhandelerhebung Leipzig 01/2013

Gutachten überprüft, ob dennoch eine städtebauliche Verträglichkeit attestiert werden kann.

Unter Bezugnahme auf den Grundsatz 4 des STEP Zentren ist festzustellen, dass die von der Fa. Hornbach selbst eingestuften zentrenrelevanten Randsortimente zwar weniger als 10 % der Gesamtverkaufsfläche einnehmen, jedoch der Schwellenwert dieser Verkaufsflächen (800 m²) überschritten wird.

6.2 Definition und Marktbedeutung der zentrenrelevanten Randsortimente

Nach eigenen Angaben der Firma Hornbach entfallen von den insgesamt 15.000 m² Verkaufsfläche ca. 1.200 m² auf sog. „zentrenrelevante Sortimente“. Sie teilen sich nach einer ersten Einschätzung des Unternehmens folgendermaßen auf einzelne Warengruppen auf:

- | | |
|---------------------------|---------------------------|
| ▪ Aquaristik/Tierbedarf | ca. 400 m ² VK |
| ▪ Lampen/Leuchten/Elektro | ca. 400 m ² VK |
| ▪ Bilder/Deko/Basteln | ca. 250 m ² VK |
| ▪ Heimtextilien | ca. 130 m ² VK |
| ▪ Lehrbücher/-videos | ca. 20 m ² VK. |

Die Zuordnung dieser Sortimente hinsichtlich ihrer Zentrenrelevanz erfolgte auf Basis der „Leipziger Sortimentsliste 2014“. Allerdings erwies sich der Abgleich aufgrund terminologischer Unterschiede und einer abweichenden Warenzuordnung als nicht ganz einfach. So ordnete die Hornbach AG ihre Warengruppe „Bilder/Deko/Basteln“ z.B. dem in der Leipziger Liste genannten Sortimentsbereich „Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel“ zu,

welcher teilweise ein anderes Artikelspektrum repräsentiert. Ähnliches gilt für andere zentrenrelevante Randsortimente.

Vor dem kurz geschilderten Hintergrund hat die CIMA Beratung + Management GmbH die Angaben der Firma Hornbach nicht einfach übernommen, sondern im Rahmen einer Begehung und Erhebung der entsprechenden Sortimente in bestehenden Hornbach-Märkten verifiziert. Besichtigt wurden unter anderem der Leipziger Hornbach Bau- und Heimwerkermarkt in der Dübener Landstraße, ein Standort in Chemnitz sowie ein weiterer in Dresden.

Im Zuge dieser Standortbesichtigungen und Erhebungen wurde festgestellt, dass die Zuordnung von Sortimenten durch das Unternehmen hinsichtlich der Zentrenrelevanz bei „Bilder/Deko/Basteln“, bei „Aquaristik/Tierbedarf“, bei „Lampen/Leuchten/Elektro“ sowie bei „Lehrbücher/-videos“ weitgehend korrekt vorgenommen wurde. Der Bereich „Heimtextilien“ ist indes differenziert zu betrachten. In den besichtigten Hornbach-Märkten wurde festgestellt, dass im Schnitt etwa 30 % der warenspezifischen Verkaufsflächenbelegung auf Rollos bzw. Sonnenschutz-Plissees entfielen. Diese Waren sind im üblichen Sinne nicht als „Heimtextilien“ zu klassifizieren.

Überträgt man den empirisch ermittelten Verkaufsflächenanteilswert auf die von Hornbach in Leipzig geplanten ca. 130 m² VK für „Heimtextilien“, dann verbleiben für klassische Artikel dieses Sortimentsbereiches nur etwa 90 m² VK.

Untersuchungsrelevant im Sinne der städtebaulichen Verträglichkeit zentrenrelevanter Waren sind auf Basis der gutachterlichen Ermittlungen demnach folgende Warengruppen und Verkaufsflächen:

- Aquaristik/Tierbedarf ca. 400 m² VK
- Lampen/Leuchten/Elektro ca. 400 m² VK
- Bilder/Deko/Basteln ca. 250 m² VK
- Heimtextilien ca. 90 m² VK
- Lehrbücher/-videos ca. 20 m² VK.

Die sehr geringe Verkaufsflächendimensionierung der beiden Einzelsortimente „Heimtextilien“ und „Lehrbücher/-videos“ zeigt, dass innerhalb des abgegrenzten Kerneinzugsgebietes mit seinen über 236.000 Menschen schädliche städtebauliche Auswirkungen durch Umsatzumverteilungsprozesse mit Sicherheit ausgeschlossen werden können. Die Umsatzleistungen beider Bereiche liegen pro Geschäftsjahr nach gutachterlicher Einschätzung deutlich unterhalb von 100 Tsd. € und damit auch unterhalb der exakten Messbarkeitsschwelle der prognostischen Marktforschung. Auf eine weitergehende Betrachtung der beiden Warenbereiche wurde deshalb verzichtet. Demgegenüber wurden die Sortimentsgruppen „Aquaristik/Tierbedarf“, „Lampen/Leuchten/Elektro“ sowie „Bilder/Deko/Basteln“ gutachterlich differenziert bewertet.

Ein wesentliches Kriterium für die Einschätzung der städtebaulichen Verträglichkeit zentrenrelevanter Waren im geplanten Bau- und Heimwerkermarkt der Firma Hornbach ist die Höhe der evtl. Umsatzumverteilungen. In diesem Zusammenhang musste zunächst die Umsatzleistung der Sortimente prognostiziert werden. Zur Berechnung wurden warengruppentypische Verkaufsflächenproduktivitäten herangezogen. Angesetzt wurden Maximalwerte, die nur in besonders leistungsfähigen Bau- und Heimwerkermärkten erreicht werden.

Nach Einschätzung der CIMA Beratung + Management GmbH sind demnach folgende Umsätze zu erwarten:

- Bilder/Deko/Basteln ca. 0,4 Millionen €³¹
- Lampen/Leuchten/Elektro ca. 0,8 Millionen €³²
- Aquaristik/Tierbedarf ca. 0,7 Millionen €³³.

Eine erste Einschätzung der realen Marktbedeutung zentrenrelevanter Waren im geplanten Bau- und Heimwerkermarkt ermöglicht die Gegenüberstellung dieser Sollumsätze und der im Kerneinzugsgebiet vorhandenen Kaufkraftpotenziale (vgl. Tabelle 8).

Tab. 8: Kaufkraft für zentrenrelevante Sortimente im Kerneinzugsgebiet

Sortiment	Kaufkraft in Mio. €		
	Zone I	Zone II	Zonen I-II
Bilder/Deko/Basteln	2,3	0,5	2,8
Lampen/Leuchten/Elektro	18,3	4,0	22,3
Aquaristik/Tierbedarf	8,1	1,8	9,9
Einzelhandel insgesamt	28,7	6,3	35,0

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2015, ca.-Werte gerundet

³¹ Die Verkaufsfläche dieses Randsortiments liegt bei ca. 250 m². Es wird nach gutachterlicher Einschätzung eine Verkaufsflächenproduktivität von max. ca. 1.600 € erzielt.

³² Die Verkaufsfläche dieses Randsortiments liegt bei ca. 400 m². Es wird nach gutachterlicher Einschätzung eine Verkaufsflächenproduktivität von max. ca. 2.000 € erzielt.

³³ Die Verkaufsfläche dieses Randsortiments liegt bei ca. 400 m². Es wird nach gutachterlicher Einschätzung eine Verkaufsflächenproduktivität von max. ca. 1.800 € erzielt.

Legt man die Kaufkraftwerte in Tabelle 8 zugrunde, wird eine recht geringe Marktbedeutung der zentrenrelevanten Waren im Hornbach Bau- und Heimwerkermarkt transparent. Zur Generierung der Sollumsätze müssten im Kerneinzugsgebiet folgende Kaufkraftbindungsquoten erzielt werden:

- | | |
|---------------------------|-----------|
| ▪ Bilder/Deko/Basteln | ca. 14 % |
| ▪ Lampen/Leuchten/Elektro | ca. 3-4 % |
| ▪ Aquaristik/Tierbedarf | ca. 7 % |

Die errechneten Marktanteile machen auch deutlich, dass der geplante Hornbach Bau- und Heimwerkermarkt keine marktbeherrschende Stellung erreichen wird.

6.3 Umsatzumverteilungseffekte der zentrenrelevanten Randsortimente

Die Beurteilung möglicher wettbewerblicher oder sogar städtebaulicher Effekte der zentrenrelevanten Randsortimente des geplanten Bau- und Heimwerkermarktes am Standort Alte Messe basiert auf einer Prognose der betrieblichen Umsatzherkunft. Grundsätzlich sind in diesem Zusammenhang folgende Kategorien zu unterscheiden:

- **Streumsätze** von außerhalb des Einzugsgebietes

Umsätze von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes, zum Beispiel durch Arbeitspendler oder Zufallskunden, treten insbesondere dann auf, wenn Planobjekte eine besonders gute verkehrliche Erreichbarkeit aufweisen (Lage an einer Ein- oder

Ausfallstraße, an einem zentralen Verkehrsknotenpunkt, größere Gewerbebetriebe in der Umgebung) oder durch einen Standortverbund von Kundenzuführungseffekten profitieren.

- **Umsätze durch eine Erhöhung der Kaufkraftbindung** innerhalb des Einzugsgebietes

Wenn Planobjekte das bestehende Versorgungsangebot ergänzen oder qualitativ aufwerten (zum Beispiel bei Ansiedlung eines besonders leistungsfähigen Betriebes), kann es zu einer Steigerung der Kaufkraftbindung vor Ort bzw. zu einer Reduzierung von Kaufkraftabflüssen kommen.

- **Umsatzumverteilungen gegenüber Bestandsbetrieben** innerhalb des Einzugsgebietes

Umsätze, die nicht von Streukunden stammen und nicht durch eine Steigerung der Kaufkraftbindung im Einzugsgebiet generiert werden, gehen in der Regel zulasten von Bestandsbetrieben und schmälern deren Umsatzleistung. Dies kann im Extremfall zur Schließung von Geschäften führen und eine negative städtebauliche Entwicklung einleiten.

Als städtebaulich unverträglich werden in der Rechtsprechung zumeist Umsatzumverteilungsquoten von 10 % und mehr angesehen. Es können aber auch bei einer geringeren Umverteilung negative Folgewirkungen ausgelöst werden, wenn eine eindeutige feststellbare Vorschädigung von Geschäftslagen vorliegt. Im Fokus der Betrachtung stehen dabei exklusiv Betriebe in „Zentralen Versorgungsbereichen“, weil nur sie nach dem Gesetz eine „Schutzwürdigkeit“ für sich in Anspruch nehmen können.

Wie die vorstehenden Ausführungen zeigen, steht im Mittelpunkt der gutachterlichen Untersuchungen zur Frage der städtebaulichen Verträglichkeit zentrenrelevanter Sortimente im Planobjekt der Fa. Hornbach das Thema „Umsatzumverteilungen gegenüber Bestandsbetrieben in Zentralen Versorgungsbereichen“. Vor diesem Hintergrund wurde der projektrelevante Einzelhandelsbestand in den Warenbereichen „Bilder/Deko/Basteln“, „Lampen/Leuchten/Elektro“ und „Aquaristik/Tierbedarf“ im Leipziger Teil des Kerneinzugsgebietes vollständig erhoben und „Zentralen Versorgungsbereichen“ bzw. „Sonstigen Standortlagen“ zugeordnet (vgl. Tabelle 9).

Auf Basis des Verkaufsflächenbesatzes wurden danach die Umsatzleistungen der Betriebe hochgerechnet. Dazu wurden sortimentstypische Verkaufsflächenproduktivitäten (Bruttoumsätze je m² VK/Geschäftsjahr) herangezogen, die in einem zweiten Arbeitsschritt an die bei den Erhebungen festgestellte Leistungsfähigkeit der Geschäfte und die Standortqualität angepasst wurden³⁴ (vgl. Tabelle 9).

Bei der Interpretation der Zahlenwerte in Tabelle 9 ist zu beachten, dass die Verkaufsflächenangaben sortimentsbezogen erfolgen, d.h. es werden nicht die Gesamtverkaufsflächen dargestellt, sondern die mit projektrelevanten Waren belegten Teilflächen.

Im Warenbereich „Bilder/Deko/Basteln“ beträgt der Verkaufsflächenbestand im Leipziger Abschnitt des Kerneinzugsgebietes insg. ca. 8.645 m². Der Verkaufsflächenanteil der zentrenrelevanten Randsortimente im Hornbach Bau- und Heimwerkermarkt (ca. 250

m²) würde bei einer Realisierung des Projektes somit bei ca. 3 % liegen. Als wichtigste und größte Bestandsbetriebe sind die Firmen „Porta“ (Alte Messe), „Idee“, „Xenos“ und „Depot“ (alle City) hervorzuheben.

Tab. 9: Bestand der zentrenrelevanten Sortimente im Leipziger Teil des Kerneinzugsgebietes

Lage	Sortimente		Bilder/Deko/Basteln		Lampen/Leuchten/Elektro		Aquaristik/Tierbedarf	
	VK in m ²	Umsatz in Mio. €	VK in m ²	Umsatz in Mio. €	VK in m ²	Umsatz in Mio. €	VK in m ²	Umsatz in Mio. €
A-Centrum (City einschl. Hbf)	6.070	9,6	750	1,7	330	0,8		
C-Zentrum Karl-Liebknecht-Straße	400	0,6	50	0,1	230	0,6		
C-Zentrum Moritzhof	45	0,1	10	*	55	0,1		
C-Zentrum Reudnitz	---	---	---	---	110	0,2		
D-Zentrum Connewitz	---	---	5	*	20	0,1		
D-Zentrum Eisenbahnstraße-Mitte	30	*	---	---	35	0,1		
D-Zentrum Franzosenallee	15	0,1	---	---	10	*		
D-Zentrum Holzhäuser Straße/Kolmstraße	---	---	---	---	45	0,1		
D-Zentrum Liebertwolkwitz	70	0,2	---	---	5	*		
D-Zentrum Ranstädter Steinw./Jahnallee/Waldstr.	---	---	---	---	25	0,1		
D-Zentrum Stötteritzer Landstraße	---	---	15	*	---	---		
NVL Bayrischer Bahnhof	---	---	---	---	5	*		
NVL Bernhard-Göring-Straße	---	---	---	---	10	*		
NVL Bockstraße	---	---	---	---	10	*		
NVL Bornaische Straße/Siegfriedstraße	---	---	---	---	10	*		
NVL Dornberger Straße	5	*	---	---	20	*		
NVL Eisenbahnstraße-Ost	10	0,2	---	---	---	---		
NVL Kolonnenstraße	---	---	---	---	5	*		
NVL Papiermühlstraße/Arnoldstraße/Weißeplatz	---	---	---	---	---	---		
NVL Riebeckstraße	---	---	---	---	10	*		
Sonstige Lagen	2.000	3,9	2.350	3,8	1.290	2,1		

* Wert wg. Geringfügigkeit nicht ausgewiesen

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2015, ca.-Werte gerundet

³⁴ In den Zentralen Versorgungsbereichen des Kerneinzugsgebietes wurde bei den Erhebungen und Standortbesichtigungen keine Vorschädigung der projektrelevanten Betriebe festgestellt.

Im Warenbereich „Lampen/Leuchten/Elektro“ beträgt der Verkaufsflächenbestand im Leipziger Abschnitt des Kerneinzugsgebietes ca. 3.180 m². Der Verkaufsflächenanteil der zentrenrelevanten Randsortimente im Hornbach Bau- und Heimwerkermarkt (ca. 400 m²) würde bei einer Realisierung des Projektes somit bei ca. 11 % liegen. Als wichtigste und größte Bestandsbetriebe sind die Firmen „Porta“ (Alte Messe), „OBI“ (Probstheida), „Amida“ und „Karstadt“ (beide City) hervorzuheben.

Im Warenbereich „Aquaristik/Tierbedarf“ beträgt der Verkaufsflächenbestand im Leipziger Abschnitt des Kerneinzugsgebietes ca. 2.225 m². Der Verkaufsflächenanteil der zentrenrelevanten Randsortimente im Hornbach Bau- und Heimwerkermarkt (ca. 400 m²) würde bei einer Realisierung des Projektes somit bei ca. 15 % liegen. Als wichtigste und größte Bestandsbetriebe sind die Firmen „Ihr Landmark Süß“ (Händelstraße) und „Wildlife“ (Karl-Liebknecht-Straße / C-Zentrum) hervorzuheben.

In der Gesamtbetrachtung ist der ermittelte Betriebsbesatz im Leipziger Teil des Kerneinzugsgebietes vor allem in den Angebotssegmenten „Lampen/Leuchten/Elektro“ sowie „Aquaristik/Tierbedarf“ – unter Bezugnahme auf das vorhandene Einwohnerzahlpotenzial von ca. 197.000 – als ausbaufähig zu klassifizieren. In beiden Warenbereichen liegt der Angebotsschwerpunkt eindeutig in der Standortkategorie „Sonstige Lagen“, also außerhalb Zentraler Versorgungsbeiriche. Nur in der Sortimentsgruppe „Bilder/Deko/Basteln“ wird das Angebot von Geschäften in der City dominiert.

Die Umsatzleistungen der Bestandsbetriebe folgen im Wesentlichen dem Muster der Verkaufsflächenverteilung. Demnach generieren die projektrelevanten Betriebe in Leipzig folgende Umsätze³⁵:

▪ Bilder/Deko/Basteln	ca. 14,7 Millionen €
▪ Lampen/Leuchten/Elektro	ca. 5,7 Millionen €
▪ Aquaristik/Tierbedarf	ca. 4,5 Millionen €.

Nachfolgende Berechnung der möglichen Umsatzumverteilungswirkungen zentrenrelevanter Randsortimente des geplanten Hornbach Bau- und Heimwerkermarktes ist methodisch aus folgenden Gründen als „Worst-Case-Szenario“ zu bezeichnen:

- Der gesamte sortimentspezifische Umsatz von Hornbach wurde gegen Bestandsbetriebe umverteilt. Mögliche nicht-umverteilungswirksame Effekte (z.B. Umsatz mit Streukunden von außerhalb des Kerneinzugsgebietes / Steigerung der Kaufkraftbindung im Kerneinzugsgebiet) blieben unberücksichtigt.
- Die Umsatzanteile gewerblicher Kunden wurden vernachlässigt bzw. nicht zum Abzug gebracht.
- Die Umsätze mit zentrenrelevanten Randsortimenten im geplanten Hornbach Bau- und Heimwerkermarkt wurden mit Verkaufsflächenproduktivitäten kalkuliert, die über dem Branchendurchschnitt liegen.

³⁵ Die Umsatzangaben differieren leicht von den explizit genannten Umsätzen in Tabelle 9, weil geringfügige Umsätze (< 0,1 Millionen €) hinzuaddiert wurden.

Tab. 10: Umverteilungseffekte der zentrenrelevanten Randsortimente (Worst-Case-Szenario)

Lage	Sortimente	Bilder/Deko/Basteln			Lampen/Leuchten/ Elektro			Aquaristik/Tierbedarf		
		Umsatz im Bestand in Mio.€	Umsatzumverteilung in Mio. €	Umsatzumverteilung in %	Umsatz im Bestand in Mio.€	Umsatzumverteilung in Mio. €	Umsatzumverteilung in %	Umsatz im Bestand in Mio.€	Umsatzumverteilung in Mio. €	Umsatzumverteilung in %
A-Zentrum (City einschl. HBf)		9,6	0,3	3	1,7	0,1	6	0,8	*	1
C-Zentrum Karl-Liebnecht-Straße		0,6	*	3	0,1	*	3	0,6	*	1
C-Zentrum Moritzhof		0,1	*	*	*	*	*	0,1	*	*
C-Zentrum Reudnitz		----	----	----	----	----	----	0,2	*	*
D-Zentrum Connewitz		----	----	----	*	*	*	0,1	*	*
D-Zentrum Eisenbahnstraße-Mitte		*	*	*	----	----	----	0,1	*	*
D-Zentrum Franzosenallee		0,1	*	*	----	----	----	*	*	*
D-Zentrum Holzhäuser Straße/Kolmstraße		----	----	----	----	----	----	0,1	*	*
D-Zentrum Liebertwolkwitz		0,2	*	1	----	----	----	*	*	*
D-Zentrum Ranstädter Steinweg/Jahnallee/Waldstraße		----	----	----	----	----	----	0,1	*	*
D-Zentrum Stötteritzer Landstraße		----	----	----	*	*	*	----	----	----
NVL Bayrischer Bahnhof		----	----	----	----	----	----	*	*	*
NVL Bernhard-Göring-Straße		----	----	----	----	----	----	*	*	*
NVL Bockstraße		----	----	----	----	----	----	*	*	*
NVL Bornaische Straße/Siegfriedstraße		----	----	----	----	----	----	*	*	*
NVL Dornberger Straße		*	*	*	----	----	----	*	*	*
NVL Eisenbahnstraße-Ost		0,2	*	*	----	----	----	----	----	----
NVL Kolonnenstraße		----	----	----	----	----	----	*	*	*
NVL Papiermühlstraße/Arnoldstraße/Weißeplatz		----	----	----	----	----	----	----	----	----
NVL Riebeckstraße		----	----	----	----	----	----	*	*	*
Sonstige Lagen		3,9	0,1	2-3	3,8	0,7	18	2,1	0,7	33

* Wert wg. Geringfügigkeit nicht ausgewiesen

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2015, ca.-Werte gerundet

In die Umsatzumverteilungsberechnungen flossen darüber hinaus quantitative und qualitative Ausstattungsmerkmale der Bestandsbetriebe (Attraktivitätsfaktor), der voraussichtliche Grad der Sortimentsüberschneidung (Konkurrenzfaktor) und die Entfernung zum Planstandort (Distanzfaktor) – im Sinne eines Gravitationsmodells mit ein (vgl. Tabelle 10).

Im Ergebnis der Berechnungen zeigt sich, dass in der Branche „Bilder/Deko/Basteln“ die Spanne der Umsatzumverteilungsquoten zwischen 1 % und 3 % liegt. In der Warengruppe „Lampen/Leuchten/Elektro“ werden Werte zwischen 3 % und 18 % erreicht. Im Sortimentsbereich „Aquaristik/Tierbedarf“ ist das Spektrum schließlich mit 1 % bis 33 % am höchsten³⁶.

6.4 Städtebauliche Verträglichkeit der zentrenrelevanten Randsortimente

Die Auswirkungen zentrenrelevanter Randsortimente im geplanten Hornbach Bau- und Heimwerkermarkt auf Versorgungsstrukturen und den Städtebau im Leipziger Teil des Kerneinzugsgebietes können auf Basis der durchgeführten Berechnungen zur maximalen Umsatzumverteilungsquote folgendermaßen beschrieben werden:

- In der Branche „Bilder/Deko/Basteln“ liegen die Umsatzumverteilungsquoten bei maximal 3 %. Der Orientierungswert für die Bewertung der städtebaulichen Verträglichkeit von ca. 10 % wird somit weit verfehlt. Eine schädigende städtebauliche Auswirkung

³⁶ In der Realität ist aufgrund der angewandten Methodik (Worst-Case-Betrachtung) von geringeren Umsatzumverteilungsquoten auszugehen.

des Sortimentes in Zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Leipzig ist nicht zu erwarten.

- In der Branche „Lampen/Leuchten/Elektro“ sind Geschäfte im A-Zentrum der Stadt Leipzig rechnerisch von einer Umsatzumverteilung in Höhe von ca. 6 % betroffen. Konkret tangiert sind in dieser Standortlage aber praktisch ausschließlich Teilsortimente von Mehrbranchenunternehmen (Karstadt, Media Markt, Media Saturn oder Conrad). Die zuletzt genannten Beispielbetriebe führen zudem fast ausschließlich Leuchtmittel. Eine existenzielle Gefährdung der Betriebe ist vor dem geschilderten Hintergrund nicht zu erwarten.

In anderen Zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Leipzig liegt die Umsatzumverteilungsquote maximal bei 3 % (C-Zentrum Karl-Liebnecht-Straße).

Mit Abstand am stärksten verteilt Hornbach in dem Sortiment gegen Betriebe außerhalb Zentraler Versorgungsbereiche um. Die maximalen Umsatzverluste erreichen hier im Worst-Case-Fall bis zu 18 %. Insbesondere der OBI-Baumarkt in der Chemnitzer Straße und Porta auf der Alten Messe werden von Umsatzabflüssen betroffen sein. Beide Unternehmen offerieren diese Artikel aktuell auf mehreren hundert m² Verkaufsfläche und sind damit innerhalb des Leipziger Kerneinzugsgebietes auch die größten Anbieter.

Aus der relativ hohen Umverteilungsquote gegenüber Betrieben in Nebenlagen ist indes keine städtebauliche Negativbewertung abzuleiten, weil sie nach Gesetz und Rechtsprechung als „nicht schutzwürdig“ zu klassifizieren sind.

- In der Branche „Aquaristik/Tierbedarf“ liegen die Umsatzumverteilungsquoten gegenüber Geschäften in Zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Leipzig (A-Zentrum, C-Zentrum Karl-Liebknecht-Straße) trotz der Worst-Case-Betrachtung maximal bei 1 %. Städtebauliche Auswirkungen in diesen Standortlagen können ausgeschlossen werden.

Fast exklusiv von Umverteilungen betroffen sind hier Betriebe in „Sonstigen Lagen“, die nach Gesetz und Rechtsprechung als „nicht-schutzwürdig“ zu klassifizieren sind. Umsatzeinbußen werden hier vor allem größere Betriebe (Fachmärkte) erleiden.

In der Gesamtbetrachtung kann den zentrenrelevanten Randsortimenten im geplanten Hornbach Bau- und Heimwerkermarkt in der vom Unternehmen projektierten Verkaufsflächendimensionierung eine städtebauliche Verträglichkeit attestiert werden. Eine Gefährdung Zentraler Versorgungsbereiche ist auf Basis der gutachterlichen Erkenntnisse nicht zu erwarten.

Dennoch wird der Stadt Leipzig empfohlen, im Rahmen eines B-Plan-Verfahrens Festlegungen hinsichtlich der Branche, der Verkaufsfläche in den drei Kernsortimenten sowie der Verkaufsflächenaufteilung zentrenrelevanter Randsortimente zu treffen. Demnach sollte die Verkaufsfläche des Marktes insg. auf 15.000 m², davon 8.000 m² für Baumarkt, 5.000 für Gartenmarkt sowie 2.000 m² für Baustoffe begrenzt werden. Weiterhin sollten die auf diesen Flä-

chen ebenfalls gehandelten zentrenrelevanten Randsortimente³⁷ auf 400 m² im Segment „Aquaristik/Tierbedarf“, auf 400 m² im Sektor „Lampen/Leuchten/Elektro“, auf 250 m² im Bereich „Bilder/Deko/Basteln“, auf 90 m² im Falle der „Heimtextilien“³⁸ und auf 20 m² für „Lehrbücher/-videos“ begrenzt werden.

Abschließende Empfehlungen zu Bebauungsplanfestsetzungen können allerdings erst nach Vorlage finaler Projektdaten durch die Firma Hornbach erfolgen.

³⁷ Im Sinne der Leipziger Sortimentsliste aus dem Jahre 2014 bzw. gemäß Angaben zur Verkaufsflächenaufteilung zentrenrelevanter Sortimente im vorgelegten Gutachten.

³⁸ Ohne Rollos und Sonnenschutz-Plissees.

7 Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse / Empfehlungen

Die Potenzial- und Verträglichkeitsanalyse zur geplanten Ansiedlung eines Hornbach Bau- und Heimwerkermarktes (inklusive Gartenmarkt und Baustoff-Drive-In) ist zu folgenden Erkenntnissen und Empfehlungen gelangt:

- Die Hornbach AG beabsichtigt am Standort Alte Messe in Leipzig die Errichtung eines Bau- und Heimwerkermarktes (mit Gartenmarkt und Baustoff-Drive-In).

Die Gesamtverkaufsfläche soll ca. 15.000 m² erreichen. Auf die einzelnen Kernsortimente entfallen ca. 8.000 m² (Baumarktartikel), ca. 5.000 m² (Gartenartikel) und ca. 2.000 m² (Baustoffe).

Nach eigenen Angaben der Firma Hornbach sollen etwa 1.200 m² Verkaufsfläche mit sog. „zentrenrelevanten Waren“ belegt werden. Dies entspräche einem Verkaufsflächenanteil am Gesamtmarkt von ca. 8 %.

- Der geplante Bau- und Heimwerkermarkt der Firma Hornbach erfüllt nicht alle im aktuellen Landesentwicklungsplan Sachsen und Stadtentwicklungsplan Zentren der Stadt Leipzig genannten Voraussetzungen für die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Randsortimenten. Zu nennen sind hier der festgelegte „Schwellenwert für zentrenrelevante Randsortimente“ (max. 800 m²) und das sog. „Integrationsgebot“. Aus diesem Grund wurde in dem hier vorgelegten Gutachten über-

prüft, ob dennoch eine städtebauliche Verträglichkeit attestiert werden kann.

- Das Planareal „Alte Messe“ weist folgende wesentliche Standort-eigenschaften auf:
 - gute lokale und regionale Erreichbarkeit durch Positionierung in der Nähe stark frequentierter Hauptverkehrsachsen des Stadtgebietes (Prager Straße, Richard-Lehmann-Straße)
 - hoher Bekanntheitsgrad der „Alten Messe“ als Standort großflächigen Einzelhandels (Porta, Hit)
 - geringe Wettbewerbsintensität im Bau- und Heimwerkersektor innerhalb der südlichen und südöstlichen Teilräume Leipzigs
 - suboptimale überregionale Erreichbarkeit, durch Entfernung zu den Autobahnanschlussstellen rund um Leipzig.

Aus städtebaulicher Sicht handelt es sich beim Planstandort um eine bestehende Einkaufslage mit großflächigen Betrieben, guter ÖPNV-Anbindung und einer relativen Nahlage zu größeren Wohngebieten (insb. Südvorstadt und Reudnitz-Thonberg). Allerdings ist die „Alte Messe“ im STEP Zentren der Stadt Leipzig nicht als Zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen und somit für eine Ansiedlung von Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten prinzipiell nicht vorgesehen.

- Der geplante Bau- und Heimwerkermarkt der Firma Hornbach wird nach gutachterlicher Einschätzung ein Kerneinzugsgebiet erschließen, das in Leipzig die Bezirke Süd, Südost sowie Teile von Mitte und Ost abdeckt. Zum überörtlichen Kerneinzugsgebiet gehören die Städte und Gemeinden Markkleeberg, Böhlen, Rötha und Großpösna. Im so definierten Kerneinzugsgebiet leben zurzeit ca. 236.550 Menschen, davon ca. 196.660 im Leipziger Stadtgebiet.
- Innerhalb des Kerneinzugsgebietes sind für die Hauptsortimente des geplanten Bau- und Heimwerkermarktes folgende Kaufkraftvolumina vorhanden:
 - Baumarktartikel ca. 67,4 Millionen €
 - Gartenbedarfsartikel ca. 21,5 Millionen €
 - Baustoffe ca. 15,4 Millionen €.
- Aktuell sind innerhalb des städtischen Teils des Kerneinzugsgebietes folgende Hauptwettbewerber etabliert:
 - OBI Bau- und Heimwerkermarkt (mit Gartenmarkt), Leipzig, Chemnitzer Straße
 - Fliesen Thomas, Leipzig, Dauthestraße
 - Home Market, Leipzig, Mühlweg
 - Gartenmarkt Köhler, Leipzig, Parkstraße
 - Wolfs Gartenmarkt, Leipzig, Colmbergsiedlung.

Das Angebot dieser Hauptwettbewerber wird ergänzt durch Teil- oder Spezialsortimente von Fachmärkten oder Fachgeschäften, von denen der Großteil aber nur Verkaufsflächen zwischen 20 m² und 100 m² aufweist.

Im überörtlichen Teil des Kerneinzugsgebietes sind nur wenige Wettbewerber ansässig, darunter allerdings drei Großflächenbetriebe, welche die Kundenreichweite und Marktbedeutung des Planobjektes einschränken werden:

- Globus Bau- und Heimwerkermarkt (mit Gartenmarkt), Markkleeberg, Nordstraße
- toom Bau- und Heimwerkermarkt (mit Gartenmarkt), Markkleeberg, Städtelner Straße
- Dehner Gartenfachmarkt, Markkleeberg, Hauptstraße.

Die drei Betriebe weisen Verkaufsflächen zwischen ca. 5.300 m² und ca. 8.700 m² auf und sind allesamt als leistungsfähig zu charakterisieren.

In der Gesamtbetrachtung ist die Wettbewerbsintensität für den geplanten Hornbach Bau- und Heimwerkermarkt im Leipziger Teil des Kerneinzugsgebietes als überschaubar einzustufen – insbesondere vor dem Hintergrund einer Einwohnerzahl von knapp 197.000. Beachtlich sind indes die Wettbewerbswirkungen der großflächigen Konkurrenten im überörtlichen Kerneinzugsgebiet (Markkleeberg).

- Die bislang geringe Bestandsdichte im Bau- und Heimwerkersektor innerhalb des Leipziger Teils des Kerneinzugsgebietes führt zu unbefriedigenden Kaufkraftbindungen. Etwa zwei Drittel des Kaufkraftpotenzials fließt bei Baumarkt- und Gartenbedarfsartikeln ab. Wichtigste Einkaufsdestinationen sind in diesem Zusammenhang die beiden Bau- und Heimwerkermärkte in Markkleeberg (Globus, toom) und der ebenfalls hier ansässige Gartenfachmarkt der Firma Dehner. Kaufkraftzuflüsse verzeichnen auch die im nördlichen Umfeld des Kerneinzugsgebietes ansäs-

sigen Bau- und Heimwerkermärkte in Leipzig, also OBI in der Brandenburger Straße und toom in der Riesaer Straße. Die Verflechtungsbereiche dieser Betriebe haben ihren Schwerpunkt allerdings eher im Norden bzw. Osten des Leipziger Stadtgebietes.

- Angesichts der bislang geringen Marktbedeutung projektrelevanter Bestandsbetriebe im abgegrenzten Kerneinzugsgebiet kann davon ausgegangen werden, dass der geplante Hornbach Bau- und Heimwerkermarkt seinen Umsatz allein durch eine Steigerung der Kaufkraftbindung generieren kann. Selbst nach Realisierung des Projektes würden die Marktanteile im Leipziger Teil des Kerneinzugsgebietes in den Warenbereichen „Baumarktartikel“ und „Gartenbedarfsartikel“ jedoch noch unterhalb der 60 %-Marke verbleiben.

Vor dem Hintergrund der gutachterlichen Ergebnisse zu den branchenbezogenen Entwicklungsspielräumen ist das Planobjekt der Firma Hornbach in der gewählten Größenordnung als marktkonform einzustufen.

- Im Rahmen von Betriebsbesichtigungen an unterschiedlichen Standorten der Fa. Hornbach in Sachsen wurde festgestellt, dass von den benannten zentrenrelevanten Randsortimenten nur die Bereiche „Aquaristik/Tierbedarf“ (ca. 400 m² VK), „Lampen/Leuchten/Elektro“ (ca. 400 m² VK) und „Bilder/Deko/Basteln“ (ca. 250 m² VK) untersuchungsrelevant sind. Diese Warenbereiche werden im Planobjekt maximal folgende Umsatzleistungen generieren:

- Lampen/Leuchten/Elektro	ca. 0,8 Millionen €
- Aquaristik/Tierbedarf	ca. 0,7 Millionen €
- Bilder/Deko/Basteln	ca. 0,4 Millionen €.

- Die Prognose möglicher Umsatzumverteilungen durch zentrenrelevante Randsortimente des Hornbach Bau- und Heimwerkermarktes gegenüber Bestandsbetrieben im Leipziger Teil des Kerneinzugsgebietes erfolgte auf Basis eines Worst-Case-Szenarios. In den Modell-Berechnungen wurde der gesamte projektrelevante Umsatz umverteilt, ohne Berücksichtigung von Streuumsätzen, einer möglichen Steigerung der Kaufkraftbindung im Kerneinzugsgebiet und ohne Beachtung möglicher Umsatzzanteile gewerblicher Kunden.

Auf Basis dieser Prämissen liegen die Umsatzumverteilungsquoten in der Branche „Bilder/Deko/Basteln“ bei maximal 3 %.

In der Branche „Lampen/Leuchten/Elektro“ sind Geschäfte im A-Zentrum der Stadt Leipzig maximal von einer Umsatzumverteilung in Höhe von ca. 6 % betroffen. Konkret tangiert sind in dieser Standortlage jedoch praktisch ausschließlich Teilsortimente von Mehrbranchenunternehmen (u.a. Karstadt, Media-Markt, Media Saturn, Conrad). In anderen zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Leipzig liegt die Umsatzumverteilungsquote maximal bei 3 %.

Mit Abstand am stärksten verteilt Hornbach in dem Sortimentsbereich gegenüber Betrieben außerhalb Zentraler Versorgungsbereiche um. Die maximalen Umsatzverluste erreichen hier bis zu 18 %. Insbesondere der OBI-Baumarkt in der Chemnitzer Straße und Porta auf der Alten Messe werden Umsatzverluste erleiden. Aus der hohen Umverteilungsquote gegenüber Betrieben in Nebenlagen ist jedoch keine städtebauliche Negativbewertung des Hornbach-Marktes abzuleiten, weil sie nach Gesetz und Rechtsprechung als „nicht-schutzwürdig“ zu klassifizieren sind.

In der Branche „Aquaristik/Tierbedarf“ liegen die Umsatzumverteilungsquoten gegenüber Geschäften in Zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Leipzig maximal bei 1 %. Städtebauliche Auswirkungen in diesen Standortbereichen können ausgeschlossen werden.

- In der Gesamtbetrachtung kann den zentrenrelevanten Randsortimenten im geplanten Hornbach Bau- und Heimwerkermarkt in der vom Unternehmen projektierten Verkaufsflächengröße die städtebauliche Verträglichkeit attestiert werden.

Dennoch wird der Stadt Leipzig empfohlen, im Rahmen eines B-Plan-Verfahrens Festlegungen hinsichtlich der Branche, der Verkaufsfläche in den drei Kernsortimenten sowie der Verkaufsfächenaufteilung zentrenrelevanter Randsortimente zu treffen. Demnach sollte die Verkaufsfläche des Marktes insg. auf 15.000 m², davon 8.000 m² für Baumarkt, 5.000 für Gartenmarkt sowie 2.000 m² für Baustoffe begrenzt werden. Weiterhin sollten die auf diesen Flächen ebenfalls gehandelten zentrenrelevanten Randsortimente³⁹ auf 400 m² im Segment „Aquaristik/Tierbedarf“, auf 400 m² im Sektor „Lampen/Leuchten/Elektro“, auf 250 m² im Bereich „Bilder/Deko/Basteln“, auf 90 m² im Falle der „Heimtextilien“⁴⁰ und auf 20 m² für „Lehrbücher/-videos“ begrenzt werden.

³⁹ Im Sinne der Leipziger Sortimentsliste aus dem Jahre 2014 bzw. gemäß Angaben zur Verkaufsflächenaufteilung zentrenrelevanter Sortimente im vorgelegten Gutachten.

⁴⁰ Ohne Rollos und Sonnenschutz-Plissees.

Anlage

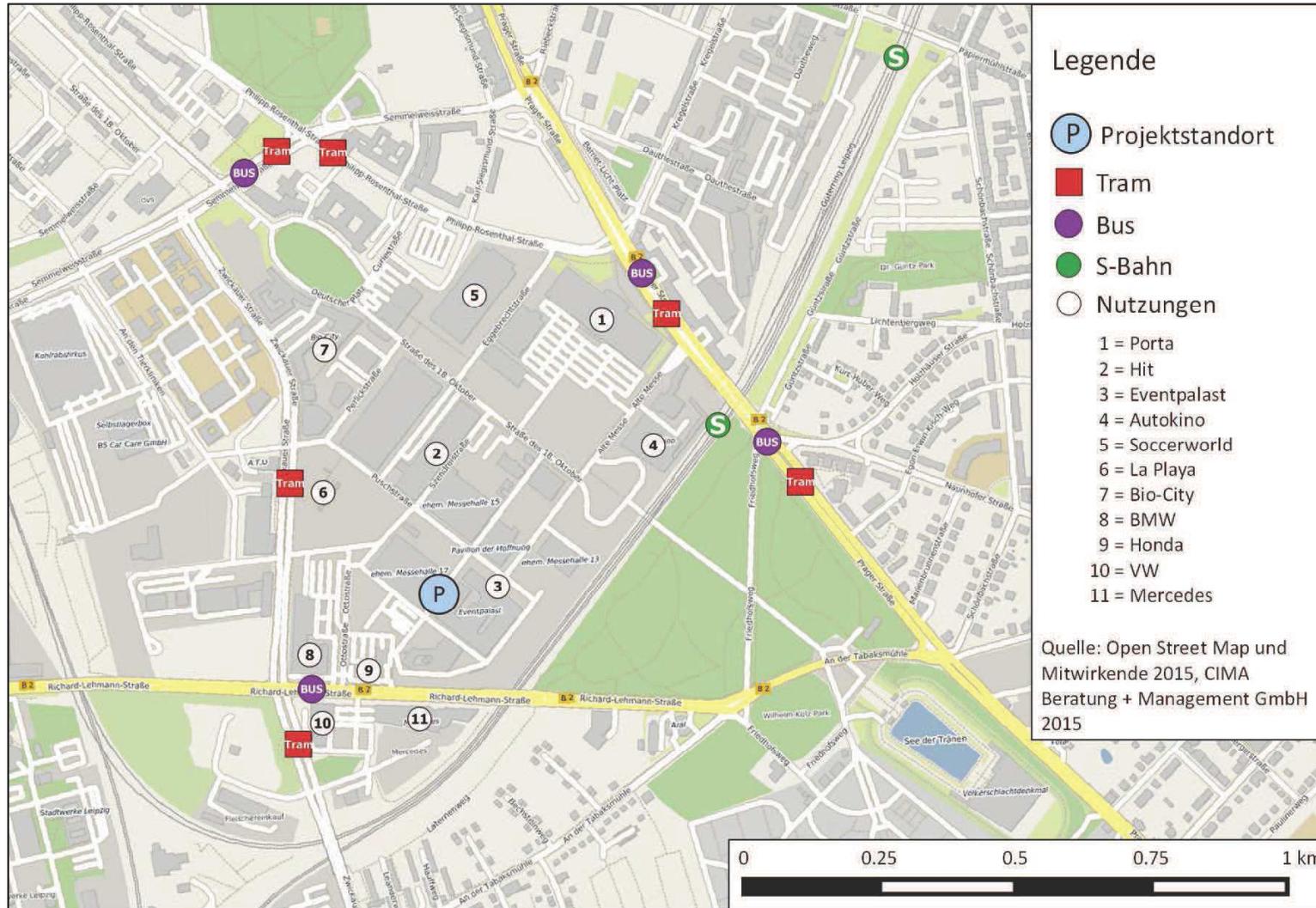
Abbildungen und Karten in ganzseitigem Format

Karte 1: Zentrenplan der Stadt Leipzig

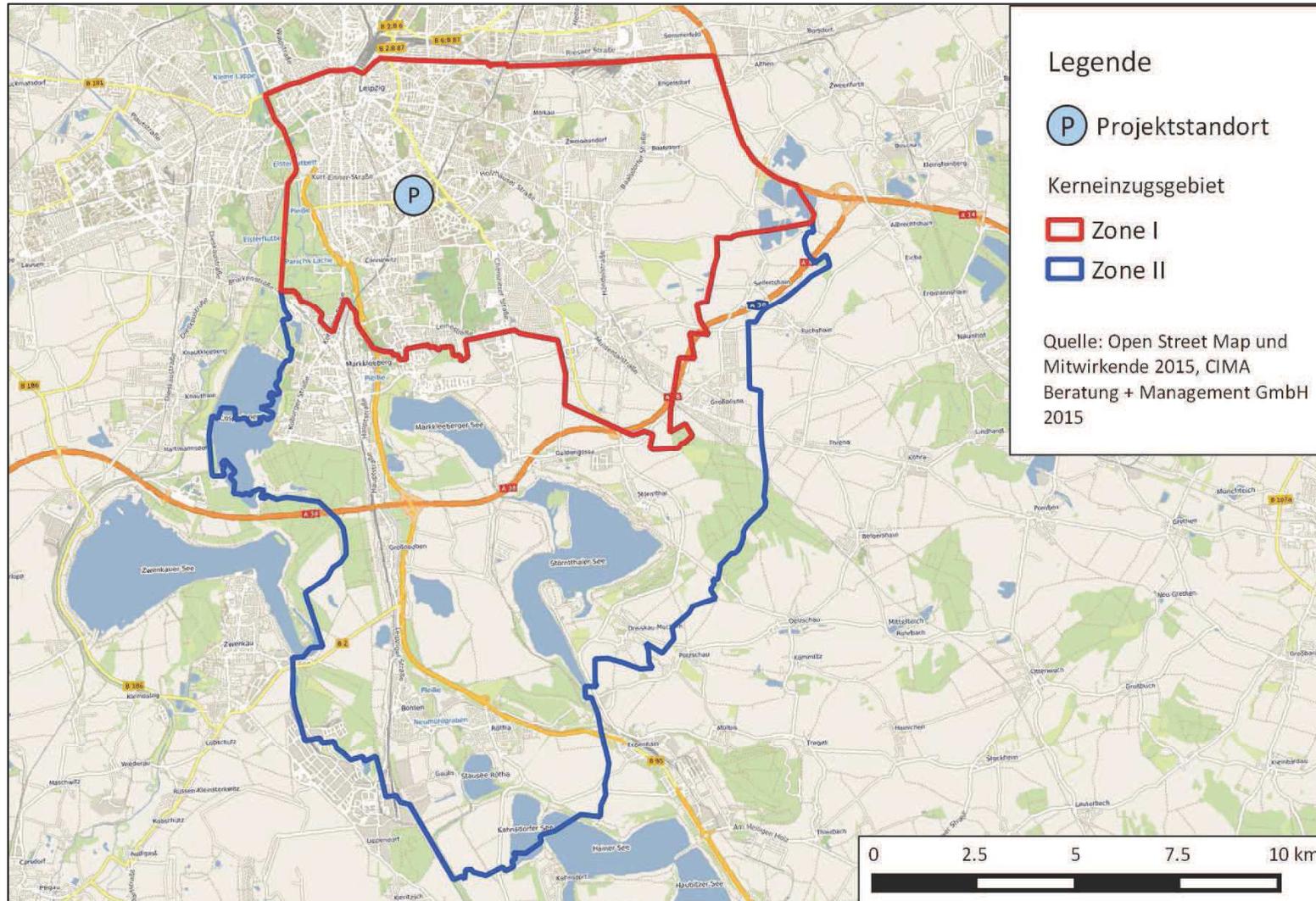


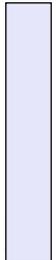
Quelle: Stadt Leipzig: Zentrenplan 2009 - Teilfortschreibung 2014 (www.leipzig.de)

Karte 2: Lage des geplanten Hornbachmarktes auf dem Gelände der Alten Messe



Karte 3: Kerneinzugsgebiet des geplanten Bau- und Heimwerkermarktes





cima Walter-Heinze-Str. 27 04229 Leipzig

Stadt Leipzig, Der Oberbürgermeister
Dezernat Stadtentwicklung und Bau

Regionalentwicklung

Handel

Marketing

Digitale Stadt

Management

Wirtschaftsförderung

Immobilien

aus datenschutzrechtlichen
Gründen ausgeblendet

**Ergänzende Stellungnahme zur Potenzial- und Verträglichkeitsanalyse
der geplanten Ansiedlung eines Hornbach Bau- und Heimwerker-
marktes in Leipzig, Standort „Alte Messe“**

Sehr geehrter Herr Böttger,

die CIMA Beratung + Management GmbH, Leipzig, hat im Januar 2016 für die Stadt Leipzig ein Potenzial- und Verträglichkeitsgutachten zur Ansiedlung eines Hornbach Bau- und Heimwerkermarktes an der „Alten Messe“ erstellt¹. Die CIMA wurde nun von der Stadt Leipzig gebeten, eine ergänzende Stellungnahme zu erarbeiten, um folgende Sachverhalte noch einmal vertiefend zu analysieren:

aus
datenschutzrechtlichen
Gründen ausgeblendet

27. März 2019

- Gutachterliche Einordnung des Vorhabens in die übergeordneten Vorgaben zur Einzelhandelssteuerung.
- Untersuchung und Bewertung der städtebaulichen Verträglichkeit des geplanten Bau- und Heimwerkermarktes auf die Marktkleeberger Innenstadt.
- Aussagen zu dem 2016 zwischenzeitlich fortgeschriebenen STEP Zentren der Stadt Leipzig bezüglich der reduzierten Anzahl der Zentren.

Diesem Wunsch kommen wir hiermit gerne nach.

Da sich die Aussagen der nachfolgenden Stellungnahme auf das Potenzial- und Verträglichkeitsgutachten aus dem Jahr 2016 beziehen, sollen an dieser Stelle zunächst wesentliche Informationen zur Methodik und zu den Ergebnissen dieser Studie wiedergegeben werden.

Der an der „Alten Messe“ in Leipzig geplante Bau- und Heimwerkermarkt der Firma Hornbach soll gemäß den Planungen eine Gesamtverkaufsfläche

aus
datenschutzrechtlichen
Gründen ausgeblendet

CIMA Beratung + Management GmbH
Walter-Heinze-Str. 27
04229 Leipzig
T 0341 69603 0
F 0341 69603 15
cima.leipzig@cima.de

Fokussiert auf die Zukunft
von Städten und Regionen.
Seit 1988.

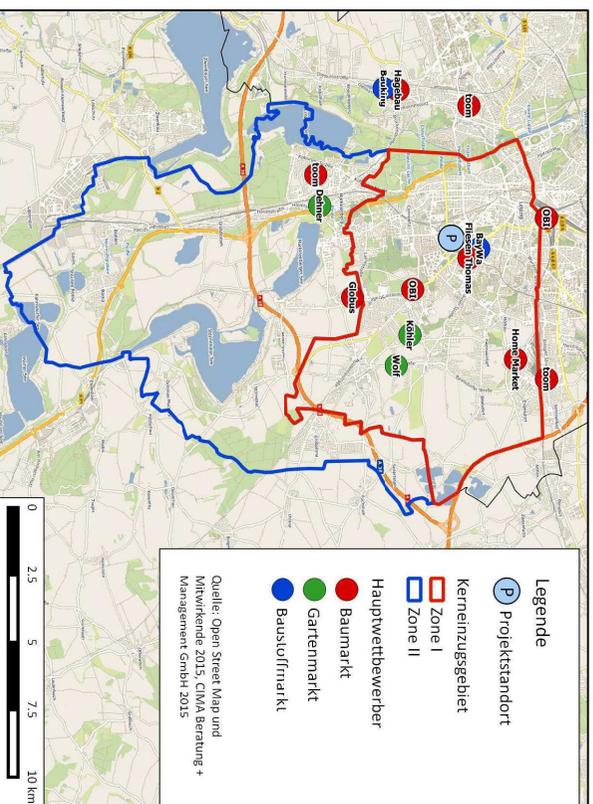
www.cima.de

¹ CIMA Beratung + Management GmbH 2016: Potenzial- und Verträglichkeitsanalyse zur geplanten Ansiedlung eines Hornbach Bau- und Heimwerkermarktes in Leipzig, Standort „Alte Messe“.

von ca. 15.000 m² aufweisen, wovon ca. 1.200 m² Verkaufsfläche für sog. „zentrenrelevante Waren“ vorgesehen sind.²

Für den projektierten Hornbach Bau- und Heimwerkermarkt wurde ein zweizonales Kerninzugsgebiet abgegrenzt. Zone I umfasst das südöstliche Stadtgebiet von Leipzig. Vor allem der Wettbewerb im Norden und Westen schränkt in diese Richtungen das Einzugsgebiet ein. Zone II erstreckt sich über die südlich an Leipzig angrenzenden Gemeinden Markkleeberg, Böhlen, Rötha und Großbörsna.³

Karte 1: Kerninzugsgebiet und Hauptwettbewerber des geplanten Hornbach Bau- und Heimwerkermarktes an der „Alten Messe“ in Leipzig



Im Rahmen der Potenzialanalyse⁴ wurden die von den Bestandsbetrieben der Zone I realisierten Umsätze den in Zone I des Kerninzugsgebietes vorhandenen Kaufkraftpotenzialen gegenübergestellt. Es zeigte sich, dass die vergleichsweise geringe Bestandsdichte bei Sortimenten des Bau- und Heimwerksektors (inklusive Gartenbedarf und Baustoffe) in Zone I zu einer unbefriedigenden Kaufkraftbindung führt: bislang kann hier nur etwa ein Drittel der vorhandenen Nachfrage gebunden werden. Etwa zwei Drittel des Kaufkraftpotenzials fließt in den genannten Warengruppen hingegen aus der Zone I ab.⁵ Präferierte Einkaufsdestinationen sind in diesem Zusammen-

² Vgl. CIMA 2016, S. 7 f.

³ Vgl. CIMA 2016, S. 15 f. und Karte 1.

⁴ Vgl. CIMA 2016, S. 22 f.

⁵ Die Einzelhandelszentralität liegt im Leipziger Teil des Kerninzugsgebietes entsprechend niedrig: Baumarktartikel (37), Gartenbedarfartikel (36), Baustoffe (11).

hang die beiden Bau- und Heimwerkermärkte in Marktleebberg (Globus, toom) und der hier ebenfalls ansässige Gartenfachmarkt der Firma Dehner.⁶ Im Ergebnis der Potenzialberechnung war festzustellen, dass die lokalen Entwicklungsspielräume im Bau- und Heimwerkersektor (inklusive Gartenbedarf und Baustoffe) für eine Ansiedlung des Hornbach Bau- und Heimwerkermarktes an der „Alten Messe“ mehr als ausreichend sind und durch prognostiziertes Bevölkerungswachstum weiter steigen werden.⁷

In der anschließenden städtebaulichen Verträglichkeitsuntersuchung wurde das Augenmerk auf die im Hornbach Bau- und Heimwerkermarkt angebotenen zentrenrelevanten Randsortimente⁸ gelegt und mögliche Umsatzumverteilungen gegenüber Zentralen Versorgungsbereichen der Zone I des Kerneinzugsgebietes (südöstliches Stadtgebiet von Leipzig) geprüft. Im Sinne eines Wort-Case-Szenarios wurde in den Modellberechnungen der gesamte projektrelevante Umsatz umverteilt, ohne Berücksichtigung von Streuumsätzen, einer möglichen Steigerung der Kaufkraftbindung in Zone I des Kerneinzugsgebietes und ohne Beachtung möglicher Umsatzanteile gewerblicher Kunden.⁹

Die so ermittelten sortimentspezifischen Umverteilungsquoten lagen in allen Zentralen Versorgungsbereichen in Zone I (südöstliche Stadtgebiet von Leipzig) weit unterhalb von 10 %.¹⁰ Die höchsten Umverteilungsquoten entfielen auf die Hauptwettbewerber (betriebsstypengleiche oder -ähnliche Wettbewerber und solche Betriebe, die als Randsortiment ähnliche Waren führen), die vornehmlich außerhalb Zentraler Versorgungsbereiche etabliert sind. Unter diese vorgenannten Betriebe fallen in Zone I hauptsächlich der OBI-Baumarkt in der Chemnitzer Straße sowie Porta an der „Alten Messe“.¹¹

⁶ Vgl. CIMA 2016, S. 22 f.

⁷ Vgl. CIMA 2016, S. 23 f.

⁸ Als untersuchungsrelevant wurden die zentrenrelevanten Randsortimente „Aquaristik/Tierbedarf“ (ca. 400 m² VK), „Lampen/Leuchten/Elektro“ (ca. 400 m² VK) und „Bilder/Deko/Basteln“ (ca. 250 m² VK) eingestuft. Demgegenüber wurden die zentrenrelevanten Randsortimente „Heimtextilien“ und „Lehrbücher/-videos“ (ausschließlich Anleitungen für handwerkliche Arbeit und Tierratgeber) aufgrund ihrer marginalen Umsatzleistung (<0,1 Mio. €) als nicht untersuchungsrelevant eingestuft. Sie würden Umsatzumlenkungen auslösen, die sich unterhalb der Schwelle seriöser prognostischer Marktberrechnungen (<0,1 Mio. €) bewegen (vgl. CIMA 2016, S. 7 f. und 30 f.).

⁹ Vgl. CIMA 2016, S. 32 ff.

¹⁰ Zur Einschätzung möglicher Effekte von Planobjekten des Einzelhandels auf den vorhandenen Geschäftsbesatz werden in der Regel die bei einer Ansiedlung ausgelösten Kaufkraftumlenkungen prognostiziert und bewertet. Neben einer Erhöhung der Kaufkraftbindung bzw. Reduzierung vorhandener Kaufkraftabflüsse, stehen hierbei vor allem die Umsatzumverteilungen im Fokus. Als Orientierungswert für die städtebauliche Einordnung solcher Umsatzumverteilungen gilt eine Quote von ca. 10 %. Ab diesem Schwellenwert sind – je nach örtlichen Gegebenheiten – evtl. schädliche städtebauliche Auswirkungen zu erwarten, die in der Folge zu einzelnen Geschäftsleerständen oder gar zu einer generellen Verschlechterung der Versorgungssituation in betroffenen städtischen Teilräumen führen können.

¹¹ Beide Unternehmen offerieren zentren- und untersuchungsrelevante Artikel auf mehreren hundert m² Verkaufsfläche und sind damit innerhalb des Leipziger Kerneinzugsgebietes der Zone I auch die größten Wettbewerber, die von Umverteilungsquoten betroffen sind.

Im Ergebnis kam das Gutachten zum Schluss, dass Gefährdungen Zentraler Versorgungsbereiche durch die Ansiedlung des Hornbach Bau- und Heimwerkermarktes auf dem Areal der „Alten Messe“ nicht zu erwarten sind. In der Gesamtbetrachtung wurde dem Ansiedlungsvorhaben der Firma Hornbach mit den vom Unternehmen projektierten Verkaufsfächengrößen die städtebauliche Verträglichkeit attestiert.

Nachfolgend wird nun zu den eingangs erwähnten Punkten Stellung genommen.

Gutachterliche Einordnung des Vorhabens in die übergeordneten Vorgaben zur Einzelhandelssteuerung

In Ergänzung zur Potenzial- und Verträglichkeitsanalyse zur geplanten Ansiedlung eines Hornbach Bau- und Heimwerkermarktes in Leipzig, Standort „Alte Messe“ aus dem Jahr 2016 werden zunächst vertiefende gutachterliche Aussagen zur Kongruenz des Vorhabens mit dem LEP Sachsen 2013 und dem Regionalplan Leipzig-Westsachsen 2017¹² getroffen.

Dazu werden die relevanten Ziele des LEP Sachsen 2013 und des Regionalplans Leipzig-Westsachsen 2017 zitiert und das Vorhaben hinsichtlich der Zielerfüllung bewertet.

LEP Sachsen 2013

Der Landesentwicklungsplan Sachsen (2013) trifft im Abschnitt Z 2.3.2 mit Bezug auf großflächige Betriebe folgende Aussagen:

„Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von Einkaufszentren und großflächigen Einzelhandelsbetrieben sowie sonstigen großflächigen Handelsbetrieben, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Endverbraucher und auf die Auswirkungen den vorstehend bezeichneten großflächigen Einzelhandelseinrichtungen vergleichbar sind, ist nur in Ober- und Mittelzentren zulässig (Z 2.3.2.1).“

Als Oberzentrum¹³ ist die Stadt Leipzig zur Ansiedlung großflächigen Einzelhandels geeignet. Insofern erfüllt das Vorhaben das Konzentrations- oder auch Zentralitätsgebot.

„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

¹² Rohentwurf im Zuge der Gesamtfortschreibung (Stand 29.01.2018).

¹³ Vgl. LEP Sachsen 2013.

Zentralen Orten, in denen zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen sind, sind diese Vorhaben nur in den zentralen Versorgungsbereichen zulässig (Z.2.3.2.3).“

Der Standortbereich „Alte Messe“ ist sowohl im MIV als auch im ÖPNV gut erreichbar, in das Fuß- und Radwege der Stadt Leipzig eingebunden, befindet sich in einem baulich verdichteten Siedlungszusammenhang, ist einzelhändlerisch vorgeprägt¹⁴ und Teil eines gesamtplanerischen Konzeptes¹⁵. Damit ist der Standort „Alte Messe“ als städtebaulich integriert zu bewerten. Jedoch erfüllt das Planobjekt der Firma Hornbach diese formelle Voraussetzung nicht, da die zentrenrelevanten Randsortimente mit 1.200 m² die bei 800 m² festgelegte Obergrenze überschreitet. In diesem Zusammenhang wurde aber gemäß §11 Abs. 3 BauNVO der Nachweis erbracht, dass ein Abweichen in dieser Größenordnung nicht zu schädlichen Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche innerhalb Leipzigs als auch in den angrenzenden Zentralen Orten führen wird.¹⁶

„Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen soll nicht dazu führen, dass der Einzugsbereich den Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes wesentlich überschreitet (Z.2.3.2.4).“

Der Verflechtungsbereich ist ein räumlicher Bereich, dessen Bevölkerung vorwiegend von dem zugehörigen Zentralen Ort versorgt wird (Handel, Dienstleistungen, Infrastruktur). Der Versorgungsaufgabe entsprechend wird unterschieden zwischen Oberbereich, Mittelbereich und Nahbereich. Die Stadt Leipzig ist als Oberzentrum ausgewiesen und verfügt dementsprechend über einen sog. Oberbereich. Oberbereiche, das heißt Verflechtungsbereiche der Oberzentren, werden im Landesentwicklungsplan jedoch nicht

¹⁴ Vgl. CIMA 2016, S.13 f.:

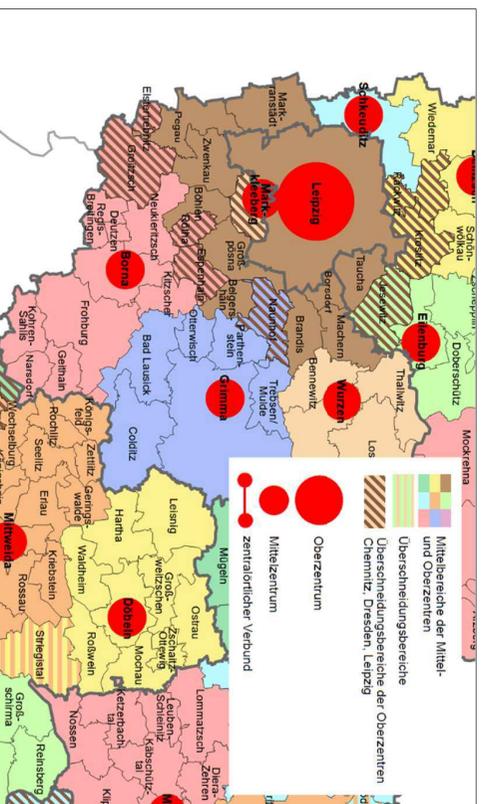
¹⁵ „Die Fachmarkttagglomeration „Alte Messe“ erfüllt wegen ihrer Distanz zu den umgebenden Wohngebieten und ihrer Angebotsstruktur weitestgehend ohne komplementäre Nutzungen zwar keine Zentrumsfunktion, unterscheidet sich aber auf Grund ihrer zentralen Lage durch die überdurchschnittlich gute Verkehrsanbindung von den übrigen Sonderstandorten diesen Typs. Eine weitere Ergänzung im Handel soll daher an diesem Standort auf Ansiedlungen im Angebotschwerpunkt mit nicht-zentrenrelevanten Handel beschränkt bleiben, der in Kombination mit dem Bestandshandel Agglomerationseffekte verspricht und gleichzeitig die Restaurierung einer denkmalgeschützten Halle (z. B. Halle 15 und 17) umfasst. Dies trifft auf die Ansiedlung eines großflächigen Fahrrad-Fachmarktes zu, der seinen Standort vom Einkaufszentrum „nova events“ nach Leipzig verlagern möchte. Auch die Ansiedlung eines Bau- und Gartenfachmarktes entspräche dem Fachmarktkonzept“ (Vgl. STEP Zentren 2016, S. 57). Bezüglich der Ansiedlung eines Bau- und Gartenfachmarktes heißt es im STEP Zentren 2016 auf S. 43: „Die Bau- und Gartennärrkte konzentrieren sich auf die Versorgungsräume Mitte-Süd.“ Innerhalb dieses Versorgungsraumes Mitte-Süd ist der Vorhabenstandort „Alte Messe“ gelegen. Mit der Ansiedlung des geplanten Hornbach Bau- und Heimwerkermarktes könnte dieses im Segment Bau- und Gartennärrkte identifizierte Defizit behoben werden.

¹⁶ Siehe dazu Potenzial- und Verträglichkeitsgutachtens zur Ansiedlung eines Hornbach Bau- und Heimwerkermarktes an der „Alten Messe“ (CIMA 2016) sowie ergänzende Stellungnahme zur städtebaulichen Verträglichkeit des Vorhabens auf Zentrale Versorgungslagen in Marktkleeberg (ZVB „Stadtzentrum“).

dargestellt. Sie lassen sich auf Grund der großräumigen Überschneidungen der funktionsbezogenen Einzugsbereiche nicht eindeutig abgrenzen (s. LEP Sachsen 2013 zu Ziel 1.3.2).

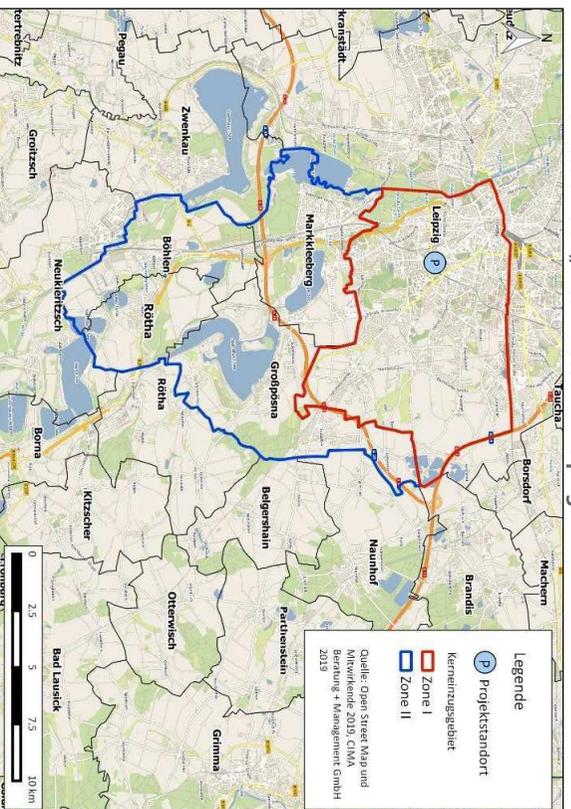
Im Landesentwicklungsplan werden dagegen Mittelbereiche für Ober- und Mittelzentren ausgewiesen (s. Karte 2).

Karte 2: Mittelbereich des Oberzentrums Leipzig



Quelle: Landesentwicklungsplan des Freistaates Sachsen 2013

Karte 3: Kerninzugsgebiet des geplanten Hornbach Bau- und Heimwerkermarktes an der „Alten Messe“ in Leipzig



Das für den projektierten Hornbach Bau- und Heimwerkermarkt an der „Alten Messe“ ausgewiesene Kerninzugsgebiet umfasst neben Teilen des

Leipziger Stadtgebietes die südlich angrenzenden Gemeinden Markkleeberg, Böhlen, Rötha (westlicher Teil) und Großpöna (vgl. Karte 3). Damit überstrahlt es den im Landesentwicklungsplan ausgewiesenen Mittelbereich für das Oberzentrum Leipzig nicht. Eine wesentliche Ausstrahlung des projektierten Hornbach Bau- und Heimwerkermarktes über das abgegrenzte Einzugsgebiet hinaus ist nicht zu erwarten, da hier sowohl innerhalb als auch außerhalb Leipzigs gelegene Wettbewerber Kaufkraft binden.¹⁷

Aus gutachterlicher Sicht erfüllt das Einzugsgebiet des geplanten Hornbach Baumarktes an der „Alten Messe“ in Leipzig das Kongruenzgebot.

„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 (Z.2.3.2.5).“

Die Erfüllung des Beeinträchtungsverbotes wurde mit Bezug auf die in der Stadt Leipzig lokalisierten Zentralen Versorgungsbereiche im Rahmen des Potenzial- und Verträglichkeitsgutachten zur Ansiedlung eines Hornbach Bau- und Heimwerkermarktes an der „Alten Messe“ (CIMA 2016) bereits nachgewiesen.¹⁸ Die Prüfung der städtebaulichen Auswirkungen auf das im Kerninzugsgebiet des projektierten Hornbach Bau- und Heimwerkermarktes gelegenen Mittelzentrums Markkleeberg wurde im Rahmen der vorliegenden Stellungnahme geprüft.¹⁹ Demnach ist eine Beeinträchtigung des städtebaulichen Gefüges, der Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungszentrums oder der verbrauchernahe Versorgung nicht zu erwarten.

Insgesamt kann dem Vorhaben die Erfüllung des Beeinträchtungsverbotes attestiert werden.

Regionalplan Leipzig-Westsachsen 2017

Im Regionalplan Leipzig-Westsachsen 2017²⁰ sind folgende Aussagen zur Einzelhandelsentwicklung enthalten:

„Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen mit überwiegend zentrenrelevanten Sortimenten oder mit einem Anteil von mehr als 800 m² Verkaufsfläche für zentrenrelevante Sortimente ist nur in städtebaulich integrierter Lage in den Versorgungs- und Siedlungskernen der Zentralen Orte zulässig (Z.2.3.2.2).“

¹⁷ Vgl. CIMA 2016, S. 19 ff. sowie Karte 1.

Darüber hinaus verfügt Borna über ein ausgeprägtes Angebot an bau- und gartenmarktrelevanten Sortimenten. Zu nennen sind ihr z.B. die Betriebe Obi, Sonderpreis Baumarkt und BayWa.

¹⁸ Vgl. CIMA 2016, S. 32 ff.

¹⁹ Siehe Seite 8 ff.

²⁰ Rohentwurf im Zuge der Gesamtfortschreibung (Stand 29.01.2018).

Siehe Ausführungen zum LEP-Ziel Z.2.3.2.3.

„Durch die Zentralen Orte sind zur Sicherung der zentralörtlichen Funktion, einer geordneten städtebaulichen Entwicklung und der Verbrauchernahen Versorgung Einzelhandelskonzepte zu erarbeiten. Darin sind die Standorte, in denen die Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen gemäß den Zielen 2.3.2.1 bis 2.3.2.3, 2.3.2.5 und 2.3.2.7 des LEP bzw. den Zielen 2.3.2.2 und 2.3.2.3 des Regionalplans zulässig sind, abzugrenzen und zu begründen (Z.2.3.2.4).“
Siehe Ausführungen zum LEP-Ziel Z.2.3.2.3.

Damit werden die Vorgaben der Landes- und Regionalplanung formell nicht erfüllt, da die zentrenrelevanten Randsortimente mit 1.200 m² die bei 800 m² festgelegte Obergrenze überschreitet. In diesem Zusammenhang wurde aber gemäß §11 Abs. 3 BauNVO der Nachweis erbracht, dass ein Abweichen in dieser Größenordnung nicht zu schädlichen Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche innerhalb Leipzigs als auch in den angrenzenden Zentralen Orten führen wird.

Untersuchung und Bewertung der städtebaulichen Verträglichkeit des geplanten Bau- und Heimwerkermarktes auf den Zentralen Versorgungsbereich „Stadtzentrum“ des Mittelzentrums Marktleeburg

Im Zuge der Planung des Hornbach Bau- und Heimwerkermarktes an der „Alten Messe“ in Leipzig sind auch dessen städtebauliche Auswirkungen auf den Zentralen Versorgungsbereich (kurz: ZVB) „Stadtzentrum“ des Mittelzentrums Marktleeburg²¹ zu untersuchen und zu bewerten.

Die Stadt Marktleeburg mit aktuell 24.686 Einwohnern²² grenzt im Süden an das Stadtgebiet von Leipzig und befindet sich in Zone II des Kerninzugsgebietes des an der „Alten Messe“ in Leipzig geplanten Hornbach-Bau- und Heimwerkermarktes. Insofern können schädliche Auswirkungen des geplanten Hornbach Bau- und Heimwerkermarktes auf den ZVB „Stadtzentrum“ nicht grundsätzlich ausgeschlossen werden.

Für die Untersuchung der Auswirkungen des projektierten Hornbach Bau- und Heimwerkermarkt auf den ZVB „Stadtzentrum“ ist das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt heranzuziehen. Die Stadt Marktleeburg verfügt über eine solche Konzeption aus dem Jahr 2012, welche von der CIMA Beratung + Management GmbH gemeinsam mit der Stadt erarbeitet wurde. Dieses Konzept wurde nun zwar in Teilen fortgeschrieben, aber nach

²¹ Vgl. LEP Sachsen 2013. Der Mittelbereich umfasst Marktleeburg (vgl. Karte 2).

²² Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, Stand: 30.09.2018.

Auskunft der Stadtverwaltung noch nicht vom Stadtrat beschlossen, weshalb es für diese Stellungnahme nicht herangezogen werden kann.²³ Nach Auskunft der Stadtverwaltung wurde das Sortimentskonzept der Stadt Markkleeberg („Markkleeberger Liste“) jedoch beibehalten und die Abgrenzung des ZVB „Stadtzentrum“ nur geringfügig angepasst:

Der ZVB „Stadtzentrum“ umfasst lt. Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Markkleeberg aus dem Jahr 2012 nur rd. 2.747 m² Verkaufsfläche, die sich auf insgesamt 39 Betriebe verteilt. Damit sind lediglich 4,3 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche im ZVB „Stadtzentrum“ situiert. Der relativ geringe Anteil an Verkaufsflächen im „Stadtzentrum“ sowie auch die geringe Anzahl an Betrieben in diesem Bereich spiegelt die untergeordnete Rolle des „Stadtzentrum“ im gesamtstädtischen Einzelhandelsgefüge wider.²⁴

Das Gros der Verkaufsfläche befindet sich überwiegend in sonstigen integrierten Lagen oder nicht integrierten Lagen. Hierbei handelt es sich hauptsächlich um das Globus-Einkaufszentrum im Ortsteil Wachau/Auenhain und die Einzelhandelsansiedlungen entlang der Seenallee in den Gemarkungen Großstädteln und Gautzsch.²⁵ Damit besteht für den Einzelhandel im Stadtzentrum der Wettbewerbsdruck nicht vordergründig durch die Nähe zur Stadt Leipzig, sondern vielmehr in der Verkaufsfächenerwicklung innerhalb der Stadt Markkleeberg (außerhalb des „Stadtzentrums“).²⁶ Das Marktgebiet der Stadt Markkleeberg wird aufgrund der Nähe zum Oberzentrum Leipzig und dem dortigen starken Wettbewerb in seiner Ausdehnung gen Norden stark begrenzt. Lediglich vereinzelte großflächige Anbieter erreichen ein in Teilen bis nach Leipzig ausstrahlendes Einzugsgebiet.²⁷ Die im „Stadtzentrum“ lokalisierten Einzelhandelsbetriebe reflektieren demgegenüber lediglich auf die Markkleeberger Bevölkerung.

Für die Untersuchung und Bewertung der städtebaulichen Verträglichkeit wird zunächst die „Markkleeberger Liste“ mit der Sortimentsstruktur des geplanten Hornbach Bau- und Heimwerkermarktes²⁸ gegenübergestellt. Demnach sind folgende zentrenrelevanten Sortimente als untersuchungsrelevant einzustufen:

²³ Auskunft per E-Mail und telefonisch von Herrn Krobitzsch, Stadtplanungsamt Markkleeberg. Ein Termin zum Beschluss der Teilfortschreibung besteht zum jetzigen Zeitpunkt nicht.

²⁴ Vgl. Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Markkleeberg, CIMA 2012, S. 37 f.

²⁵ Dort sind u.a. der Globus Bau- und Heimwerkermarkt, der toom Bau- und Heimwerkermarkt und der Dehner Gartenfachmarkt lokalisiert.

²⁶ Vgl. Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Markkleeberg, CIMA 2012, S. 40.

²⁷ Vgl. Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Markkleeberg, CIMA 2012, S. 56 f.

²⁸ Vgl. CIMA 2016, S. 7 f.

Tab. 1: Zentrenrelevante Sortimente des geplanten Hornbach Bau- und Heimwerkermarktes nach der „Marktkleeberger Liste“

Sortimentsbezeichnung	Beschreibung	Sortimentsbezeichnung „Marktkleeberger Liste“
Topf-/Zimmerpflanzen	Topf- und Zimmerpflanzen, Blumentöpfe, Vasen (keine Schnittblumen)	Blumen, Pflanzen, Pflanzgefäße und Saatgut
Aquaristik/Tierbedarf	Zoobedarf inkl. lebende Tiere / Aquaristik	Zoologischer Bedarf und lebende Tiere
Lampen/Leuchten/Elektro	weiße Ware (Heizgeräte, Kühlschränke, Geschirrspüler, Herd, Backofen, Mikrowelle, Waschmaschine, Wäschetrockner), Leuchten, Leuchtmittel	Beleuchtungsartikel, Elektrische Haushaltsgeräte (Groß- und Kleinlektro)
Bilder/Deko/Basteln	Bilder, Bilderrahmen, Deko, Basteln	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Geschenkartikel, Bastelartikel
Heimtextilien	Gardinen, Rolllös, Zubehör	Gardinen und Zubehör, Rolllös
Lehrbücher/-videos	Anleitungen für die handwerkliche Arbeit, Tierhaltung	Bücher

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2019.

Die Basis für die anzustellende Verträglichkeitsprüfung bildet eine aktuelle Einzelhandelserhebung²⁹, bei der alle als untersuchungsrelevant definierten Sortimente³⁰ im ZVB „Stadtzentrum“ von Marktkleeberg erhoben wurden. Insgesamt konnten lediglich rd. 135 m² als untersuchungsrelevante Sortimente ermittelt werden, wie Tabelle 2 zeigt. Dabei ist auffällig, dass lediglich die Sortimentsgruppe Bilder/Deko/Basteln im ZVB „Stadtzentrum“ angeboten wird. Diese verteilt sich auf fünf Betriebe, wovon zwei das untersuchungsrelevante Sortiment nur auf einer Teilfläche anbieten. Eine Vorschädigung der Betriebe konnte nicht festgestellt werden. Unter Zugrundelegung sortimentstypischer Verkaufsflächenproduktivitäten und unter Berücksichtigung der Leistungsfähigkeit der Geschäfte und der Standortqualität dürften sie einen Umsatz von ca. 0,27 Mio. € p.a. erwirtschaften.

Vier der fünf untersuchungsrelevanten Randsortimente des projektierten Hornbach Bau- und Heimwerkermarktes werden somit im „Stadtzentrum“ von Marktkleeberg nicht angeboten.³¹ Damit umfassen die untersuchungsrelevanten Sortimente im „Stadtzentrum“ von Marktkleeberg nur etwa knapp 5 % der innerstädtischen Verkaufsfläche.³² Die relevanten Anbieter übernehmen, mit Ausnahme von Rossmann, der das untersuchungsrelevante Sortiment lediglich als Randsortiment führt, keine standortprägende Funktion.

²⁹ Erhebung durch die CIMA Beratung + Management GmbH, Leipzig, im März 2019.

³⁰ Wie eingangs erläutert, wurden jedoch die zentrenrelevanten Randsortimente „Heimtextilien“ und „Lehrbücher/-videos“ aufgrund ihrer marginalen Umsatzleistung (<0,1 Mio. €) als nicht untersuchungsrelevant eingestuft. Sie würden Umsatzumlenkungen auslösen, die sich unterhalb der Schwelle seriöser prognostischer Marktberechnungen (<0,1 Mio. €) bewegen.
³¹ Bei der sortimentspezifischen Verkaufsflächenhebung werden Sortimente auf Flächen < 10 m² nicht erhoben.
³² Das entspricht 135 m² von 2.747 m² Verkaufsfläche.

Außerhalb schützenswerter Zentraler Versorgungsbereiche sind in Marktkleeberg mit

- Globus Bau- und Heimwerkermarkt (mit Gartenmarkt), Nordstraße,
 - toom Bau- und Heimwerkermarkt (mit Gartenmarkt), Städtelner Straße,
 - Dehner Gartenfachmarkt, Hauptstraße
- drei leistungsfähige Großflächenbetriebe mit Verkaufsflächen zwischen rd. 5.300 m² und rd. 8.700 m² vorhanden.³³

Deren untersuchungsrelevante Randsortimente (insgesamt rd. 3.270 m²)³⁴ übersteigen die der Anbieter der Marktkleeberger Innenstadt (ZVB „Stadtzentrum“) somit deutlich (vgl. Tab. 2).

Tab. 2: Verkaufsflächenvergleich der untersuchungsrelevanten Sortimente in Marktkleeberg nach Lagen

Sortimentsgruppe	Verkaufsfläche ZVB "Stadtzentrum" in m ²	Verkaufsfläche toom, Globus und Dehner in m ²
Topf-/Zimmerpflanzen	0	1.260
Aquaristik/Tierbedarf	0	900
Lampen/Leuchten/Elektro	0	510
Bilder/Deko/Basteln	135	420
Heimtextilien	0	180
Summe untersuchungsrelevanter Sortimente	135	3.270

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH 2019 (Verkaufsfächenerhebung im März 2019).

Globus, toom und Dehner stellen somit einerseits Hauptwettbewerber der in Rede stehenden Einzelhändler im „Stadtzentrum“ von Marktkleeberg und andererseits des projektierten Hornbach Bau- und Heimwerkermarktes an der „Alten Messe“³⁵ dar. Momentan agieren Globus, toom und Dehner in einem entspannten Wettbewerbsumfeld³⁶ und binden nicht unerhebliche Kaufkraft aus den südlich gelegenen Stadtteilen Leipzigs, für deren Bewohner sie präferierte Einkaufsdestinationen im Bau- und Heimwerkersektor (inklusive Gartenbedarf und Baustoffe) sind.³⁷ Dies spiegeln auch die außerordentlich hohen Einzelhandelszentralitäten Marktkleebergs in diesem Segment wider, die in erster Linie aus hohen Kaufkraftzuflüssen aus Leipzig resultieren.³⁸

³³ Vgl. CIMA 2016, S. 39.

³⁴ Erhebung durch die CIMA Beratung + Management GmbH, Leipzig, im März 2019.

³⁵ Vgl. CIMA 2016, S. 39.

³⁶ Vgl. Karte 1.

³⁷ Vgl. CIMA 2016, S. 22 f.

³⁸ Lt. Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Marktkleeberg (CIMA 2012, S. 60) erreichen die Sortimente Eisenwaren und Baumarktartikel (377), Gartenbedarf (1.355) sehr hohe

Mit der Ansiedlung des Hornbach Bau- und Heimwerkermarktes an der „Alten Messe“ wird aus dem Oberzentrum Leipzig derzeit im Bau- und Heimwerkersektor (inklusive Gartenbedarf und Baustoffe) vor allem in das Mittelzentrum Markkleeberg (zu den Hauptwettbewerbern Globus, toom und Dehner) abfließende Kaufkraft wieder gebunden werden können. Im Ergebnis werden in Markkleeberg die Hauptwettbewerber und damit die betriebs-typengleichen bzw. -ähnlichen Anbieter Globus, toom und Dehner deutlich spürbare Umsatzumlenkungen verzeichnen. Allerdings übernimmt Markkleeberg als Mittelzentrum keinen Versorgungsauftrag für das angrenzende Oberzentrum Leipzig. Auch können die Betriebe aufgrund ihrer Lage außerhalb Zentraler Versorgungsbereiche für sich keine städtebauliche Schutz-würdigkeit in Anspruch nehmen.

Demgegenüber wird der geplante Hornbach Bau- und Heimwerkermarkt aufgrund der hervorragenden Ausstattung von Markkleeberg im Bau- und Heimwerkersektor (inklusive Gartenbedarf und Baustoffe) allenfalls marginale Kaufkraftzuflüsse aus Markkleeberg generieren können. Aufgrund dessen sind durch die geplante Ansiedlung des Hornbach Bau- und Heimwerkermarktes an der „Alten Messe“ innerhalb Markkleebergs keine spürbaren Umlenkungen lokaler Kaufkraftströme zu erwarten. Da die im ZVB „Stadtzentrum“ lokalisierten Anbieter ganz überwiegend auf die lokale Bevölkerung reflektieren, können spürbare durch den projektierten Hornbach Bau- und Heimwerkermarkt an der „Alten Messe“ in Leipzig ausgelöste Umsatzumlenkungen ausgeschlossen werden.³⁹ Eine Beeinträchtigung des ZVB „Stadtzentrum“ durch den geplanten Hornbach Bau- und Heimwerkermarkt an der „Alten Messe“ ist somit nicht zu erwarten. **Negative städtebauliche Auswirkungen auf den ZVB „Stadtzentrum“ in Markkleeberg können somit ausgeschlossen werden.**

Aussagen zu dem zwischenzeitlich fortgeschriebenen STEP Zentren der Stadt Leipzig bezüglich der reduzierten Anzahl der Zentren

Der Stadtentwicklungsplan (STEP) Zentren wurde 2016 fortgeschrieben. Das 2009 ausgewiesene Zentrennetz (A- bis D-Zentren und Nahversorgungslagen) wurde in diesem Rahmen und vor dem Hintergrund aktueller Rechtsprechungen untersucht und neu geordnet. Entsprechend der gutachterlichen Empfehlung wurde im neuen STEP auf die Kategorie der Nahversorgungslage verzichtet und die Anzahl der Hierarchiestufen von fünf auf vier reduziert. Da für keines der 2016 untersuchten Zentralen Versorgungs-

Einzelhandelszentralitäten. Damit profitieren Anbieter dieser Branchen von erheblichen Kaufkraftzuflüssen, vor allem aus dem Oberzentrum Leipzig.

³⁹ Vgl. auch Aussagen zur Potenzialanalyse (Stellungnahme S. 2f.).

Mit anderen Worten: Selbst wenn im Worst-Case im ZVB „Stadtzentrum“ Umsatzumlenkungen ausgelöst würden, wären sie so marginal, dass sie sich weit unterhalb der Nachweisbarkeitsschwelle für die prognostische Marktforschung (< 0,1 Mio. €) bewegen würden.

bereiche (inkl. Nahversorgungslagen) für sich genommen in der Worst-Case-Betrachtung städtebaulich schädliche Auswirkungen festgestellt wurden, ergeben sich durch die Reduzierung der schutzwürdigen Lagen keine neuen gutachterlichen Einschätzungen. Anders wäre dies, wenn neue Zentrale Versorgungsbereiche abgegrenzt oder bestehende erheblich verändert worden wären. Die ist jedoch nicht der Fall. Somit ergeben sich durch den aktuellen Stadtentwicklungsplan keine Konsequenzen in Bezug auf die landes- oder regionalplanerische Bewertung des Aniedlungsvorhabens.

Sehr geehrter Herr Böttger, wir hoffen, mit der vorliegenden Stellungnahme die offenen Fragestellungen hinreichend geklärt zu haben. Für Rückfragen stehen wir Ihnen selbstverständlich gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

aus datenschutzrechtlichen Gründen ausgeblendet

Karte 4: Hauptwettbewerber des geplanten Bau- und Heimwerkermarktes im Kerneinzugsgebiet und seinem Nahumfeld

