



Stadt Pößneck

Bebauungsplan

- 2. Entwurf -

Bebauungsplan "Julius-Fucik-Straße"

Anlage 2: Auswirkungenanalyse – Ansiedlung eines
Action-Multisortimentsmarktes in 07381 Pößneck
in der Julius-Fucik-Straße 14

Ansiedlung eines Action-Multisortimentsmarktes in 07381 Pößneck in der Julius-Fucik-Straße 14

Auftraggeber:

Stadtverwaltung Pößneck
Neustädter Straße 1
07381 Pößneck

Projektleitung:

Dipl.-oec. Mathias Vlcek

Gesamtleitung:

Dr. Ulrich Kollatz

BBE Handelsberatung GmbH

Futterstraße 14

99084 Erfurt

Telefon: +49 361 7780660

E-Mail: vlcek@bbe.de

Wissen schafft Zukunft.

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

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangssituation / Projektdaten	3
2. Standortrahmendaten Pößneck	5
3. Einzelhandelsstrukturen in Pößneck	7
3.1. Einzelhandelsbestand/Sortimentsstruktur	7
3.2. Räumliche Verteilung des Einzelhandels	8
4. Planstandort.....	10
4.1. Mikrostandortanalyse.....	10
4.2. Einordnung des Vorhabens in das kommunale Einzelhandelskonzept	12
5. Markt-/ Wettbewerbsanalyse	13
5.1. Einzugsgebiet	13
5.2. Wettbewerbsanalyse	15
6. Bewertung des Projektvorhabens	19
6.1. Rechtliche Beurteilungsgrundlagen.....	19
6.2. Wirkungsanalyse des geplanten Multisortimentsmarktes	21
6.2.1. Umsatzprognose	21
6.2.2. Methodische Vorgehensweise	22
6.2.3. Versorgungsstrukturelle und städtebauliche Auswirkungen	23
6.2.4. Fazit der Untersuchung der Auswirkungen.....	29
7. Zusammenfassung.....	30

© BBE Handelsberatung GmbH

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

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird im Folgenden auf die gleichzeitige Verwendung männlicher, weiblicher und diverser Sprachformen verzichtet. Selbstverständlich gelten alle Personenbezeichnungen gleichermaßen für alle Geschlechter.

1. Ausgangssituation / Projektdaten

Die Handelskette REWE plant in Pößneck und hier im östlichen Stadtgebiet die Verlagerung ihres bestehenden Supermarktes aus der Naßäckerstraße in die naheliegende Julius-Fucik-Straße. Neben der Bebauung mit einem REWE-Markt ist im Standortverbund ein **Non-Food-Fachmarkt** geplant.

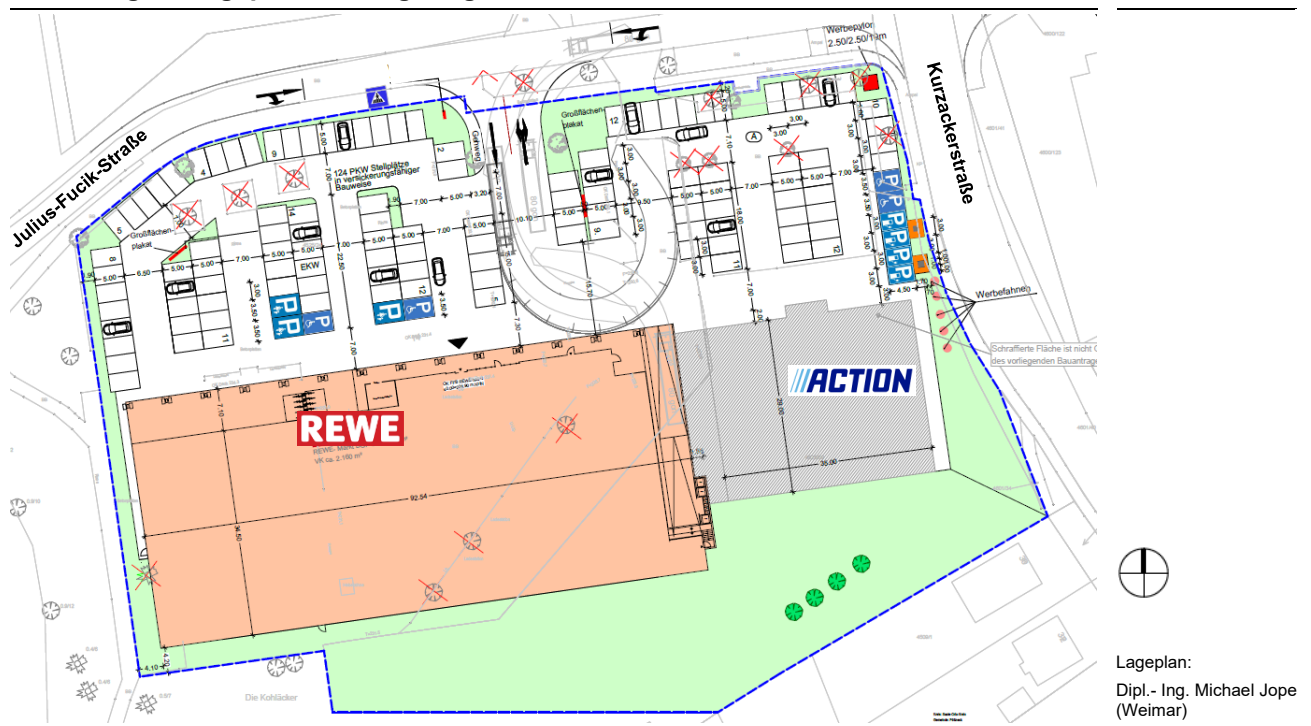
Die Liegenschaft in der Julius-Fucik-Straße war ursprünglich mit einem brachgefallenen Einkaufsmarkt und einem Restaurant aus DDR-Zeiten belegt. Es erfolgte keine qualifizierte Nutzung dieser Gewerbeimmobilien, das Areal stellte einen **städtebaulichen Missstand** dar. Die bestehenden Gebäude wurden aktuell bereits abgetragen und die Liegenschaft für eine Neubebauung vorbereitet (s. Anlage 1). Mit der Inwertsetzung dieses Quartiers sollen eine städtebauliche Neuordnung und eine optische Aufwertung erreicht werden.

Im Standortverbund mit der REWE-Filiale war ein Non-Food-Fachmarkt mit einem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment auf einer **Verkaufsfläche von 1.050 m²** geplant. Mit Blick auf die Betreiberverfügbarkeit war jedoch die Verwertbarkeit der Fläche mit einem entsprechenden Mieter nicht möglich.

Die Stadt Pößneck möchte die Fläche daher auch für andere Handelsbetriebe öffnen, um eine wohnortnahe Versorgung für das westlich angrenzende und verdichtete Wohnquartier sicherzustellen. Hierbei hat sich die Möglichkeit der **Ansiedlung eines Multisortimentsmarktes¹** gezeigt. Mit einer breiten Angebotspalette kann so eine wohnortnahe Grundversorgung sichergestellt werden. Als potenzieller Betreiber wurde der Filialist Action akquiriert. Der Markt benötigt eine Fläche von **knapp 800 m²**, folglich rangiert die Verkaufsfläche unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit.²

Folgender objektbezogener **Lageplan** stellt den Standort des avisierten Action-Marktes im räumlichen Kontext dar. Die Action-Filiale soll direkt östlich des REWE-Marktes entstehen, beide Betriebe nutzen im Standortverbund eine gemeinsame Parkplatzanlage. Die Erschließung erfolgt über die Julius-Fucik-Straße.

Abbildung 1: Lageplan des angefragten Multisortimentsmarktes in der Julius-Fucik-Straße



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

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

Für den Vorhabenstandort wird ein **Bebauungsplan**³ mit Festsetzung eines Sondergebiets großflächiger Einzelhandel aufgestellt, der die Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben innerhalb des angesprochenen Plangebietes regelt. Für die Zulässigkeit des Non-Food-Fachmarktes ist aufzuzeigen, inwieweit von dem Vorhaben Auswirkungen auf

- die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und
- die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche⁴

in Pößneck oder in anderen Orten im Sinne des **§ 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO** anzunehmen sind.

Die Ergebnisse einer entsprechenden Untersuchung – im Juli 2026 durchgeführt – werden im Folgenden dargestellt und beschrieben.

³ vgl. Stadt Pößneck, Bebauungsplan "Julius-Fucik-Straße".

⁴ Die zentralen Versorgungsbereiche werden aus dem kommunalen Einzelhandelskonzept („Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Pößneck (Fortschreibung)“) von 26.01.2022 übernommen. Die Beschlussfassung durch den Pößnecker Stadtrat erfolgte am 10.03.2022 (Beschluss-Nr.: 17-3/2022).

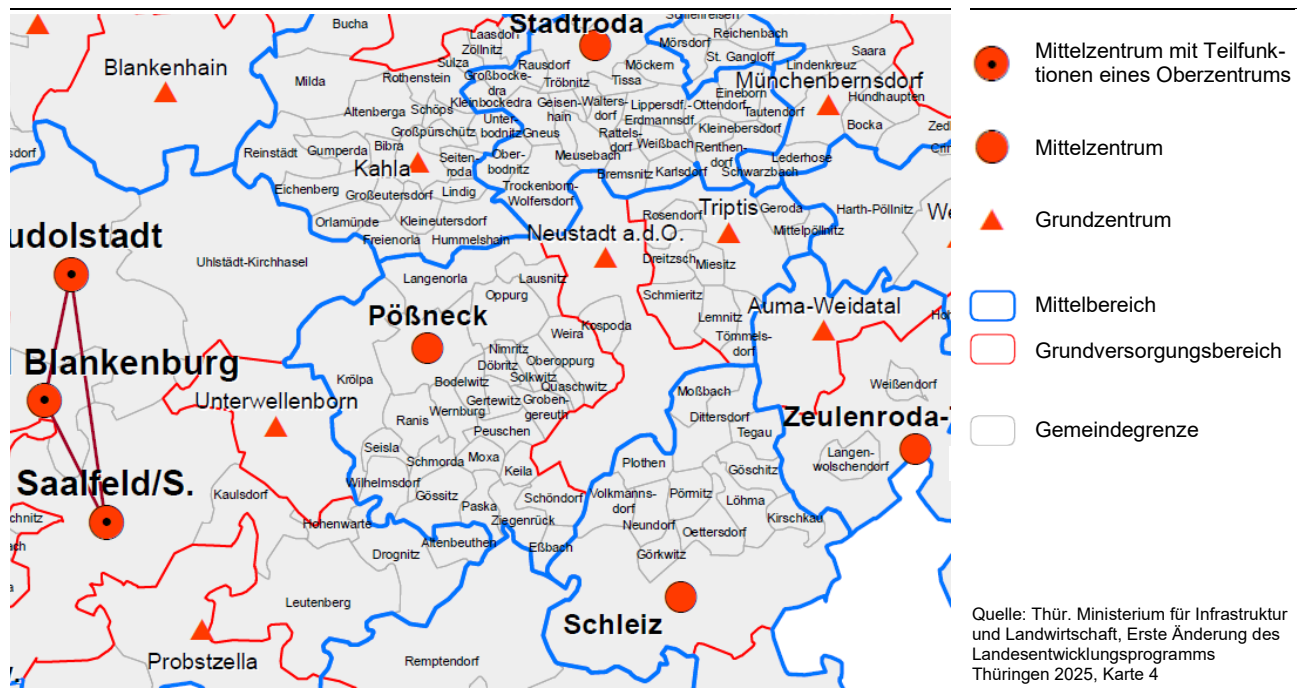
2. Standortrahmendaten Pößneck

Die Stadt Pößneck (rd. 11.900 Ew.) ist in Bezug auf ihre **geographische Lage** im östlichen Teil des Freistaats Thüringen und hier im Saale-Orla-Kreis verortet. Im Umland von Pößneck liegen ausschließlich kleinere Orte, die Stadt befindet sich in einem ländlich geprägten Umfeld.

Die **Siedlungsstruktur** von Pößneck setzt sich aus einer weitgehend baulich geschlossenen Kernstadt (rd. 10.600 Ew.) mit einer bewegten Topographie zusammen, die mit einem Bevölkerungsanteil von 89 % den Siedlungsschwerpunkt bildet. Neben der Kernstadt zählen die siedlungsgeographisch angeschlossenen Ortsteile Schlettwein und Öpitz sowie der periphere Ortsteil Schweinitz mit zu Pößneck.

Pößneck wird in der Landesplanung als **Mittelzentrum** ausgewiesen. Gemäß dem Landesentwicklungsprogramm sollen in Mittelzentren die gehobenen Funktionen der Daseinsvorsorge mit mindestens regionaler Bedeutung für den jeweiligen Funktionsraum konzentriert und zukunftsfähig weiterentwickelt werden. Dazu zählen neben Einrichtungen des Bildungs-, Gesundheits-, Kultur- und Freizeitsektors auch eine regionale Einzelhandels- und Dienstleistungsfunktion.⁵

Karte 1: Raumstruktur Thüringen (Ausschnitt)



Auf Basis der zentralörtlichen Ausweisung hat die Stadt Pößneck neben der Eigenversorgung auch eine Versorgungsaufgabe für die Bewohner in ihrem **mittelzentralen Verflechtungsbereich** mit zu übernehmen. In diesem Funktionsraum leben aktuell rd. 38.700 Personen.⁶ Mit Blick auf die eigene Bevölkerungszahl weist Pößneck eine hohe zu versorgende Personenzahl in seinem Verflechtungsbereich auf.

Pößneck ist mit ca. 11.900 Einwohnern vor Neustadt an der Orla (ca. 8.600 Ew.) und vor der Kreisstadt Schleiz (ca. 8.300 Ew.) die größte Stadt im Saale-Orla-Kreis. Die **Bevölkerung** von Pößneck hat sich in der letzten Dekade um -2,3 % vermindert. Der Rückgang ist tendenziell mit dem Landestrend (-4,2 %) vergleichbar, wobei im Saale-Orla-Kreis (-8,2 %) eine höhere Einwohnerabnahme zu verzeichnen war.

⁵ vgl. Thür. Ministerium für Infrastruktur und Landwirtschaft, Erste Änderung des LEP Thüringen 2025, 2.2.9 Z / 2.2.10 G.

⁶ Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Bevölkerung zum 31.12.2025.

Zukünftig wird sich die Bevölkerung in Pößneck weiter rückläufig entwickeln, die **prognostizierte Einwohnerzahl** soll im Jahr 2035 etwa 11.200 Personen betragen. Der Rückgang von -5,5 % liegt deutlich unter der Einwohnerabnahme im Saale-Orla-Kreis (-10,6 %) und unter dem landesweiten Trend (-8,1 %). Aus der vorgenannten Entwicklung lassen sich keine nachfrageseitigen Impulse für den lokalen Handel ableiten.

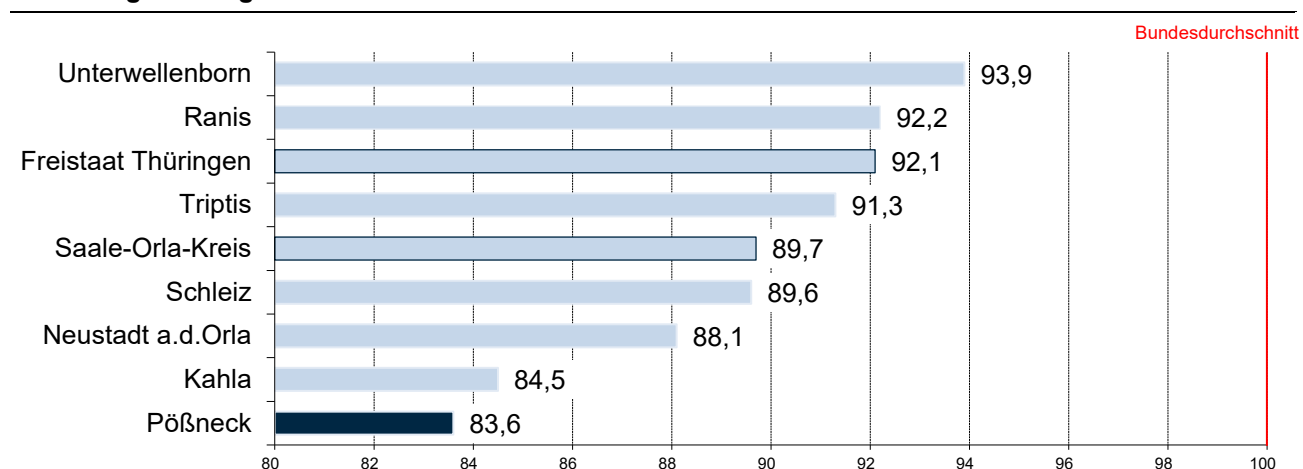
Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung von Pößneck im Vergleich

	Einwohner		Veränderung	Einwohner	
	2015	2025		2035	
	abs.	abs.		abs.	%
Pößneck	12.148	11.869	-2,3	11.220	-5,5
Saale-Orla-Kreis	82.951	76.188	-8,2	68.080	-10,6
Freistaat Thüringen	2.170.714	2.078.946	-4,2	1.910.180	-8,1

Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Bevölkerung zum 31.12.2015 / 31.12.2025
4. regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung / 2. Gemeindebevölkerungsvorausberechnung

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

Abbildung 2: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern



Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2025

Im nationalen Vergleich weist Pößneck eine niedrige einzelhandelsrelevante Kaufkraft auf, die mit 83,6 % unter dem bundesdeutschen Referenzwert (100,0 %) rangiert. Folglich steht dem örtlichen Handel ein im Bundesvergleich geringeres Ausgabevolumen pro Kopf zur Verfügung. Der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex von Pößneck fällt auch im regionalen Kontext niedrig aus und liegt sowohl unter dem Durchschnittswert des Saale-Orla-Kreises (89,7 %) als auch unter dem Landeswert von Thüringen (92,1 %).

Die **Pendler** können ein zusätzliches Potenzial für den Einzelhandel darstellen, da auch Besorgungen auf dem Arbeitsweg und am Arbeitsort getätigt werden. Pößneck weist mit einem Pendlersaldo von +836 Personen⁷ mehr Ein- als Auspendler auf, so dass auf Grund der positiven Arbeitsplatzzentralität zusätzliche Kaufkraftpotenziale für die Kommune zu erwarten sind.

⁷ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Gemeindedaten der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Wohn- und Arbeitsort 2025.

3. Einzelhandelsstrukturen in Pößneck

3.1. Einzelhandelsbestand/Sortimentsstruktur

Im Juli 2026 wurden in Pößneck alle Einzelhandelsbetriebe erfasst und gemäß ihrem Umsatzschwerpunkt der jeweiligen Handelsbranche zugeordnet. Das flächenseitige Angebot beläuft sich auf rd. 32.800 m², was einer **Verkaufsflächendichte** von 2,8 m² je Einwohner entspricht. Diese einwohnerbezogene Flächenausstattung rangiert über dem bundesdeutschen Ausstattungswert von rd. 1,5 m² je Einwohner.

Tabelle 2: Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in Pößneck

	Verkaufsfläche	Betriebe	Ø Betriebsgröße	Verkaufsflächendichte
	m ²	abs.	m ² /Betrieb	m ² /Einwohner
Pößneck	32.850	96	~340	2,77

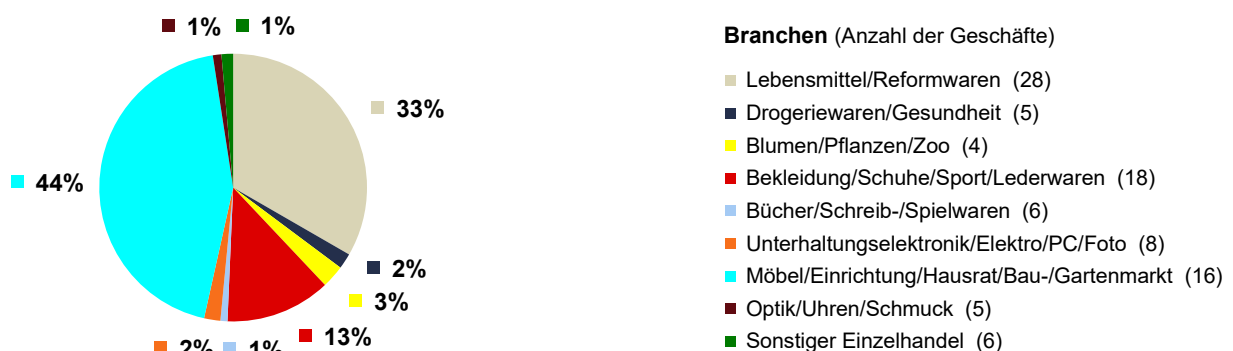
Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebung, Juli 2026

Höherrangige zentrale Orte weisen meist eine über dem Bundesdurchschnitt liegende Verkaufsflächendichte auf, da solche Orte auch eine Versorgungsfunktion für ihren umliegenden Raum besitzen und somit höhere Angebote vorhalten. Mit Blick auf die Flächendichte ist für Pößneck eine **stadtübergreifende Ausstrahlung** des örtlichen Einzelhandels erkennbar, die mit der landesplanerischen Ausweisung als Mittelzentrum und der Größe des Verflechtungsbereichs (vgl. Seite 5) korrespondiert.

Die attraktive Flächenausstattung spiegelt sich in der **Kaufkraftbindungsquote**⁸ wider, die mit 135 %⁹ auf einen Kaufkraftzufluss aus dem Umland nach Pößneck hinweist. Somit kann der stationäre Handel – per Saldo – die lokalen Bewohner und anteilig die Umlandbevölkerung mit Gütern des Einzelhandels versorgen.

Die **Verkaufsflächenstruktur** von Pößneck wird durch die Einrichtungs-/Baumarktbranche und die Lebensmittelbranche geprägt. Beide Branchen belegen auf Grund von zahlreichen großformatigen Märkten mit zusammen rd. 25.400 m² circa 77 % der gesamtörtlichen Verkaufsfläche. Es folgt mit rd. 4.200 m² Verkaufsfläche die Modebranche, wobei die drei benannten Branchen die höchste Zahl an Handelsbetrieben aufweisen.

Abbildung 3: Einzelhandelsstruktur Pößneck



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Juli 2026

Die restlichen Branchen nehmen jeweils einen geringeren Anteil an der gesamtörtlich gemessenen Verkaufsfläche ein, tragen jedoch unter Berücksichtigung der Stadtgröße zu einem relativ breiten und attraktiven Sortimentsmix in Pößneck bei.

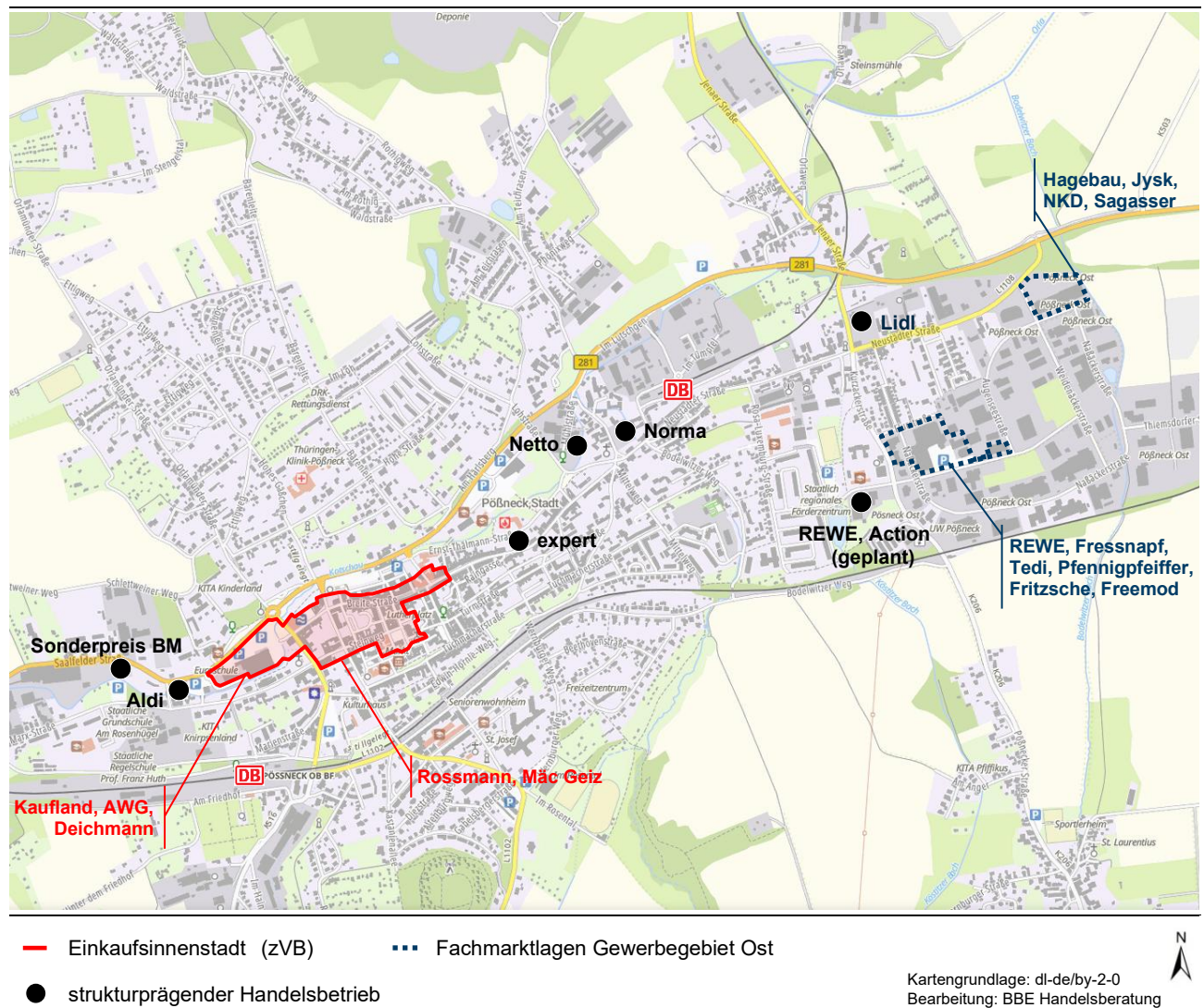
⁸ Eine Kaufkraftbindungsquote von über 100 % drückt aus, dass eine Stadt mehr Einzelhandelsumsatz bindet, als aus ihrem Einwohnerpotenzial zu erwarten ist. Bei einer Kennziffer von unter 100 % besteht per Saldo ein Umsatzabfluss in andere Orte und zum Online-Handel.

⁹ Quelle: MB-Research Nürnberg, Kaufkraftbindungsquoten 2025.

3.2. Räumliche Verteilung des Einzelhandels

Nachstehend erfolgt überblicksartig eine **kartographische Darstellung** des strukturprägenden Einzelhandelsbestands in Pößneck. Die Angebotsstruktur wird durch den Handel in der Einkaufsinnenstadt – als zentraler Versorgungsbereich¹⁰ ausgewiesen – und dem Angebot im Gewerbegebiet Ost geprägt. Weitere Handelsbetriebe sind in Streulagen ansässig.

Karte 2: Strukturprägende Handelslagen/ -betriebe in Pößneck



In der Pößnecker **Einkaufsinnenstadt** sind 47 Betriebe und somit knapp die Hälfte der örtlichen Handelsunternehmen ansässig. Der Innenstadtbereich weist – gemessen an der Stadtgröße – mit rd. 8.200 m² Verkaufsfläche eine umfangreiche Angebotsmasse sowie eine hohe Nutzungsdichte und Multifunktionalität auf. Der Einzelhandel wird zudem durch zahlreiche Dienstleistungs- und Gastronomieangebote ergänzt.

Die traditionelle Geschäftslage umfasst die Saalfelder-/ Breite Straße und hier abgehende Straßenzüge. In der Hauptgeschäftslage zeigt sich eine weitgehend durchgehende Schaufensterfront mit Handels- und Klein-gewerbenutzungen. Die Innenstadt zeichnet sich durch ihre überwiegend attraktiv sanierten Bausubstanzen und eine ansprechende Stadtmöblierung aus. Der skizzierte Altstadtbereich wird überwiegend durch

¹⁰ vgl. Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Pößneck (Fortschreibung) von 26.01.2022, Punkt 7.4.2.

kleinformatige und mittelständische Handelsbetriebe genutzt. Insgesamt mangelt es der Altstadt jedoch an größeren und leistungsfähigen Fachgeschäften mit einer überörtlichen Ausstrahlung.

Westlich der Altstadt wurde im Jahr 2010/2011 ein innerstädtischer Fachmarktstandort entwickelt, der über die Saalfelder Straße direkt an die Hauptgeschäftslage angebunden ist. Neben einem Verbrauchermarkt (Kaufland) agieren hier ein Textilmarkt (AWG) und ein Schuhfachmarkt (Deichmann); kleine Betriebe in der Vorkassenzonen des Kaufland-Marktes arrondieren dieses Angebot. Der Standortbereich ist durch moderne, wenn auch baulich einfache Fachmarktstrukturen geprägt und besitzt eine hohe Angebotsmasse und eine zentralitätsbildende Wirkung für Pößneck.

Im östlichen Stadtgebiet von Pößneck haben sich im **Gewerbegebiet Ost** zwei Handelsagglomerationen herausgebildet, die mit ca. 17.500 m² Verkaufsfläche und ihrer verkehrsgünstigen Lage eine gesamt- und auch überörtliche Strahlkraft erreichen. Der Handelsbesatz ist durch Fachmärkte geprägt.

Im Bereich Naßackerstraße/Malmsgelänge ist eine Verkaufsfläche von rd. 10.200 m² vorzufinden. Die Handelsbetriebe sind in einem Einkaufszentrum ansässig, als prägende Anbieter fungieren REWE, Fressnapf, Tedi und Thomas Philipps. Das Einkaufszentrum – bereits seit dem Jahr 1994 in Betrieb – ist durch funktionale Gebäudestrukturen ohne architektonische oder städtebauliche Qualitäten geprägt. Das Center hinterlässt einen funktional labilen Gesamteindruck. Auf Grund des Handelsbesatzes und der guten verkehrlichen Erreichbarkeit besitzt das Einkaufszentrum jedoch – auch auf Grund seiner langjährigen Marktpräsenz – eine hohe Strahlkraft auf Kunden. Im Umfeld des benannten Centers sind u.a. KIK sowie ein Gartenfachmarkt (Fritzsche) und ein Bekleidungsmarkt (Freemod) ansässig.

Im Standortbereich Weidenackerstraße sind ein Hagebau-Baumarkt (vormals OBI) und drei Fachmärkte (Jysk, NKD, Sagasser Getränke)¹¹ mit einer Verkaufsfläche von ca. 7.300 m² adressiert. Die Betriebe sind in fachmarkttypischen Normbauten untergebracht und hier langjährig verortet. Mit Blick auf die Lage im äußersten östlichen Bereich des Gewerbegebiets fokussiert der Standort ausschließlich auf Autokunden. Der Großteil der gemessenen Verkaufsfläche wird mit sog. nicht-zentrenrelevanten Sortimenten belegt.

Ergänzend zu den benannten Einzelhandelslagen sind weitere Handelsunternehmen in **Streulagen** ansässig. Der hohe Flächenanteil von rd. 7.100 m² ist durch diverse Lebensmittelmärkte und vereinzelte Non-Food-Fachmärkte innerhalb der Pößnecker Kernstadt bedingt, weiterhin liegen verschiedene kleinformatige Handelsbetriebe dispers über das Kernstadtgebiet verstreut. In den Ortsteilen ist dagegen ein flächenseitiges geringes Angebot ausgeprägt, das sich auf vereinzelte kleinformatige Handelsunternehmen beschränkt. Abschließend wird in Tabelle 3 die **räumliche Angebotsstruktur** des Pößnecker Einzelhandels synoptisch abgebildet.

Tabelle 3: Verkaufsflächen und Handelsbetriebe in Pößneck nach Standortkategorien

	Verkaufsfläche		Betriebe		Ø Betriebsgröße
	m ²	%	abs.	%	m ² /Betrieb
Innenstadtzentrum (zVB)	8.220	25	47	49	~170
Gewerbegebiet Ost	17.500	53	17	18	~1.030
Streulagen Kernstadt / Ortsteile	7.130	22	32	33	~220
Gesamt	32.850	100	96	100	~340

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Juli 2026 / zVB = zentraler Versorgungsbereich

¹¹ Ursprünglich war hier ein Extra-Lebensmittelmart (ca. 1.700 m² VK) angesiedelt, nach dem Rückzug von Extra wurde diese Fläche durch einzelne Fachmärkte nachbelegt.

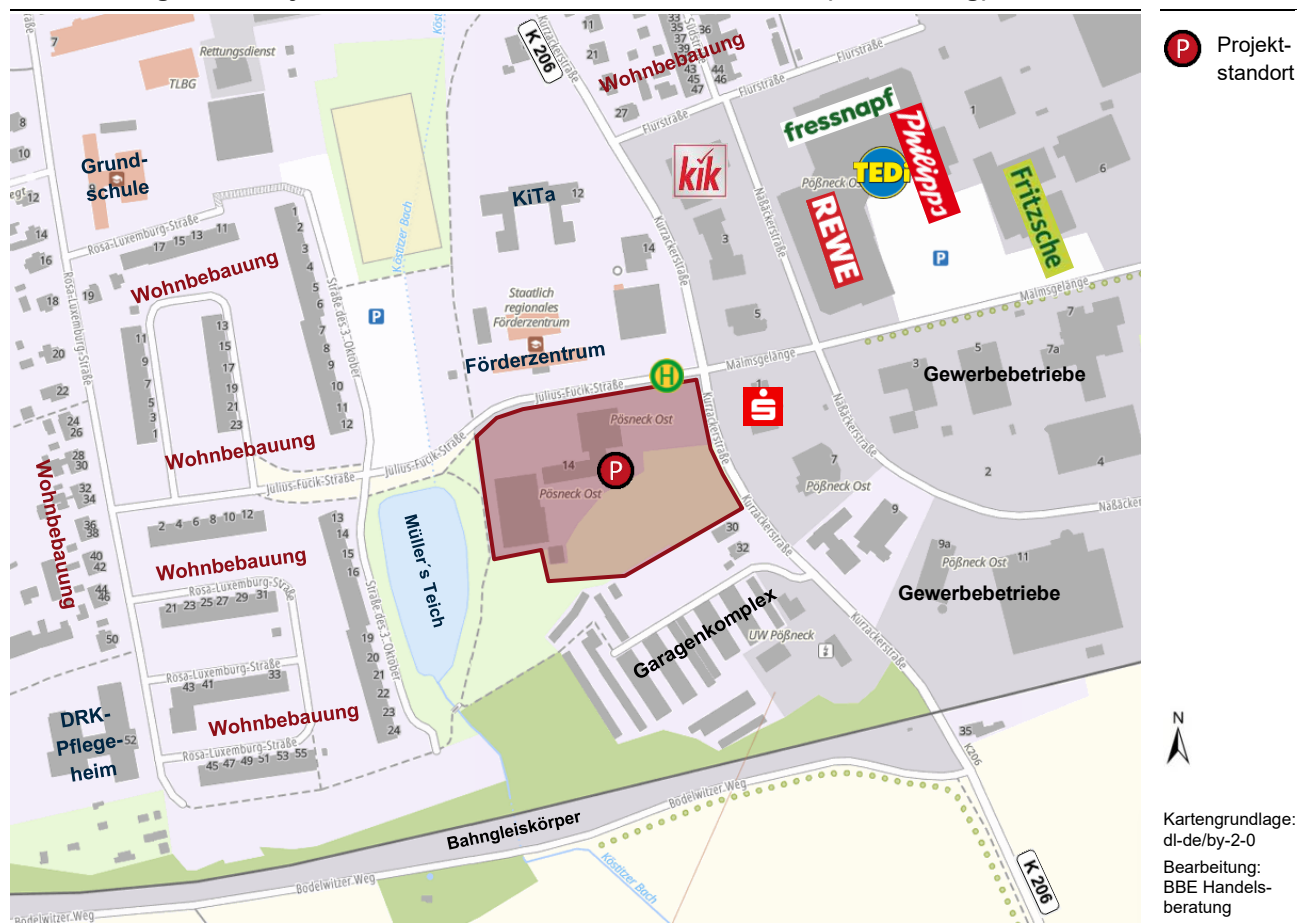
4. Planstandort

4.1. Mikrostandortanalyse

Der Projektstandort ist im östlichen Bereich der Pößnecker Kernstadt verortet. Die **Umfeldnutzung** ist in nördlicher Richtung durch öffentliche Einrichtungen (Förderzentrum, KiTa, Sporthalle) geprägt, vereinzelt finden sich auch Wohnnutzungen wider. Östlich des Planstandorts schließen sich an die Kurzackerstraße verschiedene Gewerbebetriebe an. Hier ist das Einkaufszentrum mit dem REWE-Markt verortet, der an die Julius-Fucik-Straße verlagert werden soll. Südlich des Baugrundstücks befindet sich nach einem bewaldeten Grünstreifen ein Garagenkomplex, infolge stellt ein Bahngleiskörper eine Zäsur dar.

Westlich des Projektstandortes breitet sich eine verdichtete Wohnbebauung aus. Das Wohngebiet ist durch überwiegend sechsgeschossige Wohnzeilenbauten belegt, ab der Rosa-Luxemburg-Straße dominiert eine Bebauung mit ein- bis zweigeschossigen freistehenden Wohnhäusern.

Karte 3: Lage des Projektstandortes an der Julius-Fucik-Straße (Skizzierung)



Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Vorhabenstandortes erfolgt über die Julius-Fucik-Straße¹², die in Richtung Westen in die vorstehend beschriebene Großwohnsiedlung führt. In östlicher Richtung verläuft die als Kreisstraße ausgewiesene Kurzackerstraße, die einen Verbindungsweg zur innerstädtischen Hauptverkehrsachse Neustädter Straße und in das südliche Umland von Pößneck darstellt. Folglich ist der Vorhabenstandort durch eine gute verkehrliche Erreichbarkeit geprägt.

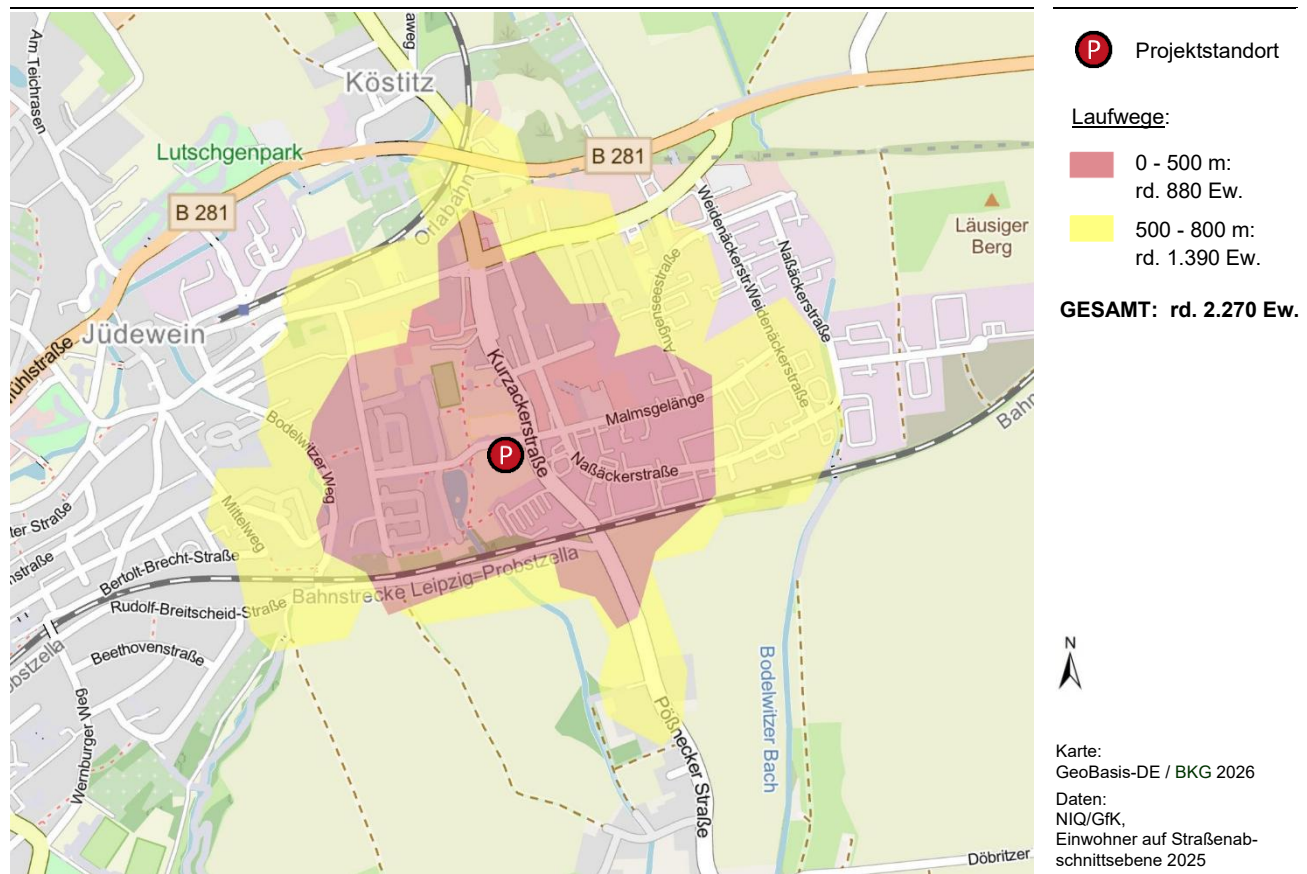
¹² Die Julius-Fucik-Straße ist als eine Wohngebietsstraße zu charakterisieren, so dass eine optische bzw. werbliche Ausstrahlung des geplanten Action-Marktes auf überörtliche oder auf Transitverkehre nicht möglich ist.

Auf dem Parkplatzareal, das gemeinsam von REWE und Action genutzt wird, sind 124 **Pkw-Abstellplätze** (inkl. 4 Stellplätze für beeinträchtigte Personen und 3 Eltern-Kind-Stellplätze, 4 Stellplätze werden mit Elektroladesäulen ausgestattet) geplant. Unter Berücksichtigung der Gesamtverkaufsfläche wird eine ausreichende Stellplatzanzahl angeboten.

Der Vorhabenstandort besitzt eine direkte **ÖPNV-Anbindung**, da vor dem geplanten Action-Markt eine Haltestelle des Stadtbusverkehrs eingerichtet ist. Die Haltestelle („Förderzentrum“) wird in einer regelmäßigen Taktung durch die Stadtbuslinie A und auch den Regionalbus bedient, so dass der Vorhabenstandort einen ortsüblichen und qualifizierten ÖPNV-Anschluss aufweist.

Die geplante Action-Filiale kann mit Blick auf ihren **fußläufigen Nahbereich**¹³ einen nicht unwesentlichen Teil der kernstädtischen Bevölkerung von Pößneck versorgen. Es zeigt sich insbesondere im westlichen Umfeld eine hoch verdichtete Wohnbebauung. Die fußläufige Erreichbarkeit aus diesem Wohnquartier ist über den straßenbegleitenden Fußweg der Julius-Fucik-Straße möglich.

Karte 4: Fußläufiger Nahbereich der projektrelevanten Action-Filiale



Im engeren fußläufigen Nahbereich (Laufwege bis 500 m) des Planstandortes leben rd. 900 Einwohner, im gesamten Nahbereich (Laufwege bis 800 m) wohnen rd. 2.300 Personen. Die Einwohner in dem Nahbereich entsprechen ca. 21 % der Bewohner¹⁴ der Pößnecker Kernstadt. Somit kann der geplante Multisortimentsmarkt bezüglich seiner guten fußläufigen Hinwendung zu umliegenden Wohnquartieren für einen nicht unwesentlichen Teil der örtlichen Bevölkerung eine wohnortnahe Einzelhandelsversorgung anbieten.

¹³ Als fußläufiger Einzugsbereich wird allgemein unabhängig von den jeweils standörtlichen Gegebenheiten ein Laufweg von 500 bis 800 Meter angesetzt, was ca. 8 bis 12 Gehminuten entspricht. In ländlich geprägten Orten kann von einem Nahbereich von bis zu 1.000 Metern ausgegangen werden.

¹⁴ In der Pößnecker Kernstadt wohnen rd. 10.600 Personen.

4.2. Einordnung des Vorhabens in das kommunale Einzelhandelskonzept

Das Pößnecker Einzelhandels- und Zentrenkonzept – vom Stadtrat als städtebauliches Entwicklungskonzept beschlossen – widerspiegelt die städtischen Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung. Gemäß diesem Konzept befindet sich der Planstandort nicht innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs. Der Vorhabenstandort wurde jedoch angesichts seiner Lagequalität und der avisierten Ansiedlung eines Supermarktes (REWE) als sog. **Grundversorgungsstandort**¹⁵ ausgewiesen.

Die Grundversorgungsstandorte sind durch die Existenz eines strukturprägenden Lebensmittelanbieters gekennzeichnet, dessen Angebot u.U. durch andere Lebensmittelanbieter oder Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten ergänzt werden kann. Das Angebot dieser Grundversorgungsstandorte fokussiert auf nahversorgungsrelevante Sortimente.

Mit Blick auf die konkreten Ausführungen zu diesem Grundversorgungsstandort ist neben der Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes auch ergänzend die Ansiedlung von bis zu zwei Handelsbetrieben möglich.¹⁶ Folglich entspricht das Planvorhaben der räumlichen Maßgabe des Einzelhandelskonzeptes.

Das Einzelhandelskonzept empfiehlt für den Standort Julius-Fucik-Straße jedoch die Verlagerung von Bestandsbetrieben aus dem Gewerbegebiet Ost. Der Hintergrund für diese Empfehlung ist das Ziel, diese dezentrale Handelslage „auszudünnen“ und bestehende Handelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten an integrierte Standorte zu verlagern.

Die Verlagerung von Bestandsbetrieben von dem naheliegenden Gewerbegebietsstandort an den Grundversorgungsstandort Julius-Fucik-Straße – gerade von weiteren Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten – war jedoch im Rahmen der Projektentwicklung nicht möglich. Somit musste ein neues Handelsunternehmen akquiriert werden.

Im Fazit fügt sich das in Rede stehende Projektvorhaben nicht vollumfänglich in die definierte **Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes** ein. Grundsätzlich ist die Ansiedlung des angefragten Multisortimentsmarktes im Sinne des Konzeptes möglich, wobei die Sortimentsstruktur eines solchen Marktes nicht vollständig mit den Empfehlungen des Einzelhandelskonzeptes übereinstimmt. Der geplante Multisortimentsmarkt führt zwar auch nahversorgungsrelevante Sortimente, der Großteil des Angebots setzt sich jedoch aus zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zusammen (vgl. Anlage 2). Dennoch ist die Ansiedlung eines Multisortimentsmarktes mit Blick auf die grundsätzlichen Ziele des Einzelhandelskonzeptes vertretbar, da das Vorhabenareal als Grundversorgungsstandort und somit als Positivstandort für Einzelhandel definiert wurde.

Mit der Ansiedlung des Multisortimentsmarktes an dem Grundversorgungsstandort wird zudem der Weiterentwicklung der Einkaufsinnenstadt nicht entgegengewirkt. Innerhalb der **Pößnecker Altstadt fehlen die flächenseitigen Ansiedlungsvoraussetzungen** für einen großformatigen Multisortimentsmarkt. Der Immobilienbestand setzt sich aus einer kleinteiligen und kompakten Bebauungsstruktur zusammen, wobei keine Leerstandsfläche in der von Action benötigten Größenordnung vorzufinden ist. Es besteht keine großflächige Angebotsreserve, da ausschließlich kleinere Ladengeschäfte leer stehen. Die Nutzung dieser Flächen durch einen Fachmarkt ist objektiv nicht möglich. Folglich ist auch die Lenkung eines derartigen Marktes in die Pößnecker Altstadt nicht möglich, diesem Bereich werden keine Entwicklungspotenziale entzogen.

¹⁵ vgl. Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Pößneck (Fortschreibung) von 26.01.2022, Punkte 7.4.1.

¹⁶ vgl. Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Pößneck (Fortschreibung) von 26.01.2022, Seite 87/88.

5. Markt-/ Wettbewerbsanalyse

5.1. Einzugsgebiet

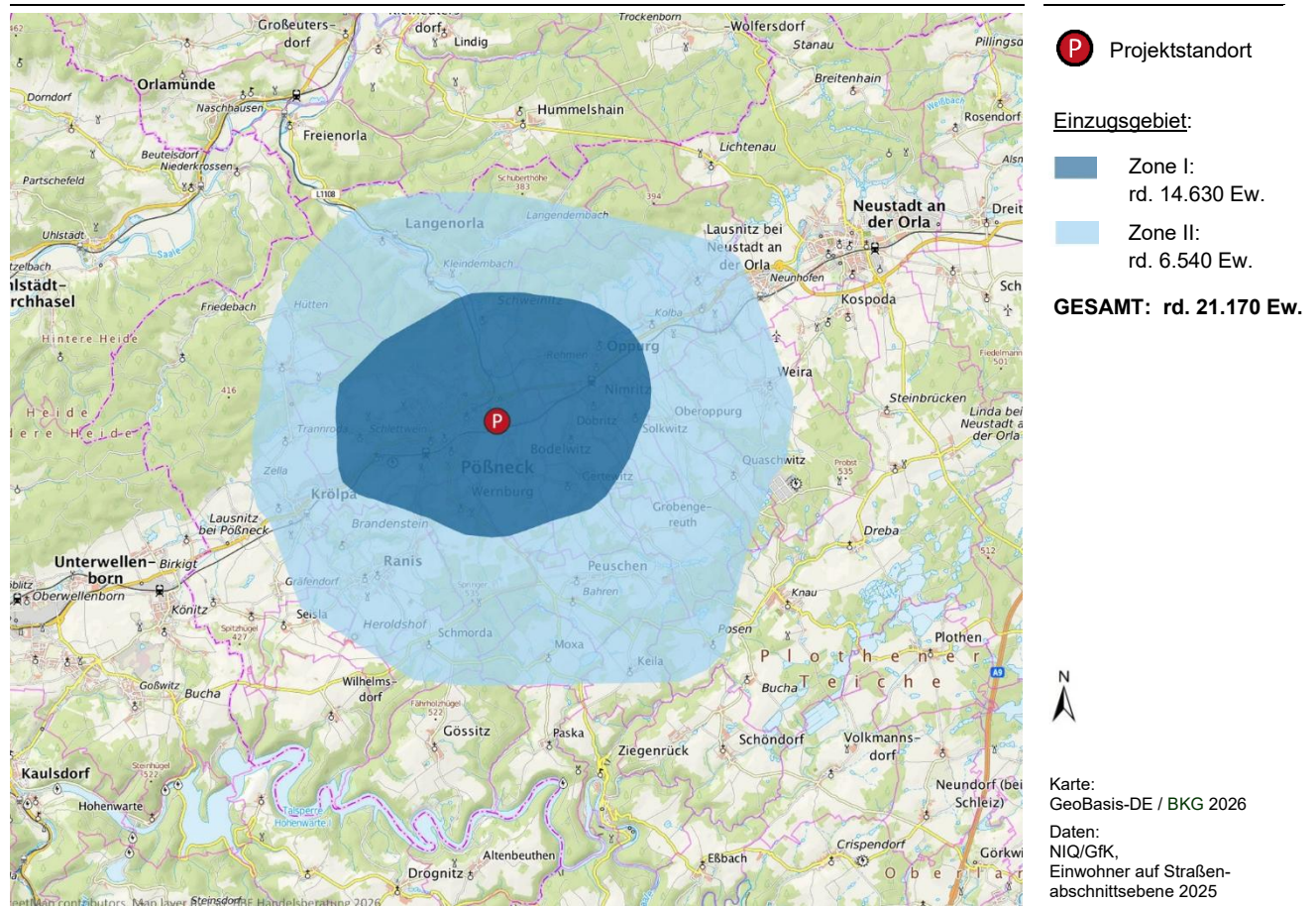
Als Einzugsgebiet wird ein räumlich abgegrenzter Bereich definiert, aus dem Konsumenten regelmäßig Versorgungsangebote eines Handelsbetriebs in Anspruch nehmen. In diesem Bereich ist jedoch von keiner ausschließlichen Einkaufsorientierung nur zu einem Handelsunternehmen auszugehen, da sich Verbraucher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

Zur **Abgrenzung des Einzugsgebiets** des Multisortimentsmarktes sind v.a. folgende Kriterien eingeflossen:

- die Zeit- und Wegedistanzen zum Erreichen des Projektstandortes und die Verkehrsanbindung,
- der üblicherweise zum Einkauf dieser Sortimente in Kauf genommene Zeitaufwand,¹⁷
- die Standortqualität des Projektstandortes,
- der Marktbereich des benachbarten REWE-Marktes und
- die Strahlkraft des Multisortimentsmarktes, die vor allem durch die Betriebsgröße und die Leistungsfähigkeit des Betreibers bestimmt wird.

Unter besonderer Berücksichtigung der vorstehenden Punkte wird nachfolgend das **Einzugsgebiet** des in Rede stehenden Multisortimentsmarktes zoniert.

Karte 5: Einzugsgebiet des geplanten Multisortimentsmarktes



¹⁷ Für diese Sortimentsgruppe wird nach Kenntnis der BBE Handelsberatung i.d.R. eine Entfernungsdistanz zwischen Wohnung und Einkaufsort von 5 bis maximal 10 Auto-Minuten in Kauf genommen.

Das Kerneinzugsgebiet (Zone I) des Action-Marktes wird sich auf die Stadt Pößneck und umliegende Orte konzentrieren, aus denen der Vorhabenstandort an der Julius-Fucik-Straße zügig erreicht werden kann. In dem Kerneinzugsgebiet leben ca. 14.600 Personen.

Das erweiterte Einzugsgebiet (Zone II) umfasst weitere umliegende Orte, aus denen der geplante Marktstandort zeitnah anfahrbar ist. In diesen Orten ist jeweils kein vergleichbares Angebot in Form eines Multisortimentsmarktes bzw. auch kein projektrelevantes Einzelhandelsangebot vorzufinden, so dass die Bewohner dieser Orte auch bereits heute zum Einkauf nach Pößneck tendieren. In dem Ferneinzugsgebiet wohnen rd. 6.500 Personen, so dass der Action-Markt auf ein summiertes Konsumentenpotenzial von rd. 21.200 Personen zurückgreifen kann.

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

Diese Erlöse ergeben sich von Zufallskunden oder aperiodisch einkaufenden Verbrauchern. Die umliegenden Gebiete außerhalb des abgegrenzten Einzugsbereichs sind jedoch nicht zum festen Marktgebiet des projektrelevanten Multisortimentsmarktes zu zählen, da die Verflechtungsintensität aus diesen Gebieten signifikant nachlässt. Die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Marktes auf umliegende Bereiche außerhalb des Einzugsgebiets werden daher hinsichtlich der breiten räumlichen Streuung und der geringen Höhe der zu erwartenden Streuumsätze unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze liegen und können nicht zu einer negativen Beeinträchtigung von Handelsbetrieben in diesen Bereichen führen.

5.2. Wettbewerbsanalyse

Die sog. Multisortimentsmärkte stellen wegen ihres spezifischen Sortiments mit im Jahresverlauf teilweise wechselnden Angeboten und der gezielten Preisausrichtung eine **Sonderform unter den Betriebstypen** im Einzelhandel dar. Das Sortiment dieser Non-Food-Discounter lässt sich lediglich dadurch eingrenzen, dass es sich um begrenzt lieferbare Waren handelt, die aus verschiedensten Gründen besonders günstig angeboten werden.

Ursprünglich wurden in diesen Märkten Waren aus Konkursen, Liquidationsmassen, Schadensfällen, Geschäftsaufgaben, Überproduktionen oder Restposten auslaufender Artikel verkauft. In den letzten Jahren führen jedoch verschiedene Betreiber meist eigens hergestellte Waren von günstigen Produktionsstandorten, vorwiegend aus dem ostasiatischen Raum; teilweise werden auch Eigenmarken offeriert.

Es werden in sich ändernder Zusammensetzung vornehmlich Sortimente wie Haushaltswaren, Bastelartikel, Geschenkartikel, Schreib- und Spielwaren (z.T. Bücher), Textilien, Drogerieartikel, Tiernahrung, Lebensmittel (keine Frischeprodukte), Klein Elektrowaren, Werkzeuge, Bau- und Gartenmarktartikel, Kleinmöbel u.ä. angeboten. Das Sortiment umfasst im Wesentlichen schnell drehende Waren des täglichen Bedarfs, wobei kein eindeutiges Kernsortiment vorhanden ist. Vielmehr zeigt sich, dass das Sortimentskonzept von Multisortimentsmärkten extrem differenziert ist und eine Vielzahl an Warengruppen umfasst, wobei jede Warengruppe für sich betrachtet allerdings nur in einem sehr schmalen Ausschnitt angeboten wird.

Von der Verkaufsphilosophie her sind derartige Märkte nicht auf Zielkäufer ausgerichtet, sondern regen mit einer absoluten Discountstrategie (bspw. 1-Euro-Strategie) zu Impuls- oder Zusatzkäufen an. Dabei ist durchgängig eine eindeutige und klare Preisorientierung festzustellen. Vor diesem Hintergrund sind i.d.R. wenig Markenprodukte im Angebot vorzufinden, es wird nahezu ausschließlich No-Name-Ware verkauft.

Die starke Preisorientierung im Warenangebot hat zur Folge, dass Non-Food-Discounter oft nicht dazu in der Lage sind, in größeren Städten innenstadttübliche Mieten zu bezahlen und vor diesem Hintergrund vielfach auf Standorte außerhalb der eigentlichen Zentren angewiesen sind. Ferner sind bei flächenseitig größeren Betreibern oft keine geeigneten Ladenflächen innerhalb von Innenstädten vorzufinden.

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

Die Ladeneinrichtung und Ausgestaltung der Märkte erfolgen meist nur mit einfachen Mitteln, wodurch jedoch die Fokussierung auf ein discountorientiertes Preisniveau unterstrichen wird. Die Ware wird in Multisortimentsmärkten ausschließlich in Selbstbedienung angeboten, Service und Beratung spielen keine Rolle.

In Pößneck sind mit Mäc Geiz, Tedi und Thomas Philipps drei Multisortimentsmärkte mit rd. 3.100 m² Verkaufsfläche aktiv. Der Filialist **Mäc Geiz** in der Pößnecker Innenstadt zeigt auf knapp 400 m² ein gut gepflegtes, nach Themen gruppiertes Sortiment. Die Warenausstattung und das Ambiente des Marktes sind als funktional zu bewerten. Das Angebot mit rd. 3.000 Artikeln fokussiert auf Haushaltswaren, Drogerie-/ Reinigungsartikel, Schreibwaren, Deko-/ Hobby-Artikel und Lebensmittel.

Eine ähnliche konzeptionelle Ausrichtung besitzt die **Tedi**-Filiale, dieser Anbieter zeigt ebenfalls ein standardisiertes und genormtes Warensortiment. Der Markt im Gewerbegebiet Ost (Malmsgelänge) verfügt über eine Verkaufsfläche von knapp über 500 m². In der Filiale werden vornehmlich Haushaltswaren, Einrichtungs-/ Deko-Artikel, Schreib-/ Spielwaren sowie Lebensmittel und Drogeriewaren angeboten. Die Märkte sind durch eine einfache, jedoch geordnete Warenpräsentation geprägt, es werden i.d.R. zwischen 6.000 bis 7.000 Artikel angeboten.

Die Sortimentsstruktur von **Thomas Philipps** (rd. 2.200 m² VK, inkl. Außenfläche) umfasst ein sehr breites Angebot, wenngleich ein Schwerpunkt auf Bau-/ Gartenmarktartikeln, Einrichtungsgegenständen und auf Haushaltswaren liegt. Die Warenpräsentation erfolgt nur mit einfachsten Mitteln und wirkt ungeordnet, hiermit wird vor allem die eindeutige Preisorientierung kommuniziert und die Fokussierung auf ein discountorientiertes Preisniveau untermauert. Thomas Philipps verfügt mit Blick auf andere Multisortimentsmärkte über eine höhere Verkaufsfläche und mit durchschnittlich etwa 18.000 Artikeln über eine sehr hohe Sortimentsbreite. Thomas Philipps ist im Standortverbund mit dem Tedi-Markt im Gewerbegebiet Ost verortet.

Abbildung 4: Multisortimentsmärkte in Pößneck



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Die Wettbewerbswirkungen des Action-Multisortimentsmarktes werden nicht ausschließlich betriebstypenbezogen erfolgen. Auf Grund der Sortimentsstruktur des angefragten Marktes (vgl. Anlage 2) wird dieser Anbieter nicht nur mit den drei beschriebenen angebotsaffinen Unternehmen in Pößneck im Wettbewerb stehen, sondern auch mit **weiteren Einzelhandelsbetrieben** – hauptsächlich mit preisorientierten Fachmarktkonzepten (vgl. Anlage 3) – konkurrieren.

In Bezug auf möglicherweise betroffene Anbieter ist vor allem auf **discountierende Einzelhandelskonzepte** zu verweisen. So stehen sog. Niedrigpreiskaufhäuser, Bekleidungsfachmärkte, Bau-/ Gartenmärkte, Zoomärkte, Elektrofachmärkte, Einrichtungsfachmärkte, Möbelmärkte und sonstige Fachmarktkonzepte in allen Segmenten, aber auch SB-Warenhäuser, Verbraucher- und Supermärkte, Lebensmitteldiscounter¹⁸ sowie Drogeriemärkte in Konkurrenzbeziehung zu dem geplanten Multisortimentsmarkt.

Demzufolge werden alle Anbieter in Pößneck berücksichtigt, die eine **Sortimentsüberschneidung** mit dem in Rede stehenden Multisortimentsmarkt haben werden. Für die Wettbewerberanalyse wird die übliche Sortimentsstruktur eines Action-Marktes (vgl. Anlage 2) zugrunde gelegt.

Die folgende Tabelle 4 stellt das Angebot in dem untersuchten Handelssegment¹⁹ – differenziert nach Betrieben, Verkaufsflächen und generiertem Umsatz²⁰ – nach den einzelnen **Versorgungslagen** innerhalb des Einzugsgebietes dar. Hierbei wird nach dem Besitz in dem innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich und nach Streulagen in Pößneck sowie dem Angebot im überörtlichen Einzugsgebiet unterschieden.

¹⁸ Hierbei sind vor allem Lebensmitteldiscounter auf Grund ihres wöchentlich wechselnden Aktionswarensortiments wettbewerbsrelevant.

¹⁹ Für die Ermittlung der absatzwirtschaftlichen Beeinträchtigung werden jeweils die Gesamtumsätze der Bestandsbetriebe und nicht nur die Umsätze innerhalb einer Warengruppe berücksichtigt, da bei der späteren Betrachtung der Auswirkungen die Existenz des Gesamtbetriebes und nicht die Umsatzverluste innerhalb nur einer Warengruppe relevant sind.

²⁰ Die Bewertung des Umsatzes (Brutto-Jahresumsatz) jedes einzelnen Handelsbetriebes erfolgte auf Grundlage der ortstypischen Raumleistung, die mit der Verkaufsfläche des jeweiligen Betriebes multipliziert wird. Durch die Vor-Ort-Begehung jedes einzelnen Geschäftes werden in der Umsatzbewertung ebenfalls qualitative Aspekte, die Wettbewerbsfähigkeit der einzelnen Anbieter oder mikroräumliche bzw. lageseitige Standortbedingungen berücksichtigt.

Tabelle 4: Bestand an angebotsaffinen Betrieben und generierte Umsätze nach Branchen

	Verkaufsfläche m²	Betriebe abs.	Umsatz Mio. EUR
Multisortimentsmärkte (zr)	3.140	3	5,03
davon Pößneck Innenstadtzentrum (zVB)	380	1	0,73
davon Pößneck Streulagen	2.760	2	4,30
davon überörtliches Einzugsgebiet	-	-	-
Lebensmittel, Getränke (nr)	8.960	13	56,36
davon Pößneck Innenstadtzentrum (zVB)	3.010	1	17,27
davon Pößneck Streulagen	4.060	8	32,14
davon überörtliches Einzugsgebiet	1.890	4	6,95
Drogeriewaren, Wasch-/Putz-/Reinigungsmittel (nr)	450	1	3,47
davon Pößneck Innenstadtzentrum (zVB)	450	1	3,47
davon Pößneck Streulagen	-	-	-
davon überörtliches Einzugsgebiet	-	-	-
Heimtiernahrung, Tierpflegeartikel (nr/nzr)	590	1	0,72
davon Pößneck Innenstadtzentrum (zVB)	590	1	0,72
davon Pößneck Streulagen	-	-	-
davon überörtliches Einzugsgebiet	-	-	-
Haushaltswaren, Hausrat, Basteln, Dekoartikel (zr)	490	3	0,96
davon Pößneck Innenstadtzentrum (zVB)	490	3	0,96
davon Pößneck Streulagen	-	-	-
davon überörtliches Einzugsgebiet	-	-	-
Textilien (zr)	3.530	13	5,99
davon Pößneck Innenstadtzentrum (zVB)	1.670	9	3,59
davon Pößneck Streulagen	1.860	4	2,40
davon überörtliches Einzugsgebiet	-	-	-
Papier-/Schreib-/Spielwaren, Schulbedarf, Bücher (zr)	180	4	0,95
davon Pößneck Innenstadtzentrum (zVB)	150	3	0,76
davon Pößneck Streulagen	30	1	0,19
davon überörtliches Einzugsgebiet	-	-	-
Spielwaren (zr)	0	0	0
davon Pößneck Innenstadtzentrum (zVB)	-	-	-
davon Pößneck Streulagen	-	-	-
davon überörtliches Einzugsgebiet	-	-	-
Haus-/Heimtextilien, Kurzwaren, Handarbeit (zr)	160	3	0,54
davon Pößneck Innenstadtzentrum (zVB)	160	3	0,54
davon Pößneck Streulagen	-	-	-
davon überörtliches Einzugsgebiet	-	-	-
Elektrokleingeräte, Unterhaltungselektronik (zr)	550	4	1,99
davon Pößneck Innenstadtzentrum (zVB)	-	-	-
davon Pößneck Streulagen	520	3	1,84
davon überörtliches Einzugsgebiet	30	1	0,15

Sportartikel (zr)	0	0	0
davon Pößneck Innenstadtzentrum (zVB)	-	-	-
davon Pößneck Streulagen	-	-	-
davon überörtliches Einzugsgebiet	-	-	-
Bau-/ Gartenmarktartikel (nzt)	9.090	3	10,74
davon Pößneck Innenstadtzentrum (zVB)	-	-	-
davon Pößneck Streulagen	9.090	3	10,74
davon überörtliches Einzugsgebiet	-	-	-
Kleinmöbel (nzt)	1.130	1	1,30
davon Pößneck Innenstadtzentrum (zVB)	-	-	-
davon Pößneck Streulagen	1.130	1	1,30
davon überörtliches Einzugsgebiet	-	-	-
Fahrrad-/ Autozubehör (zr/nzt)	310	3	1,01
davon Pößneck Innenstadtzentrum (zVB)	250	1	0,73
davon Pößneck Streulagen	60	2	0,28
davon überörtliches Einzugsgebiet	-	-	-
Gesamt	28.580	52	89,06

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen

zVB = zentraler Versorgungsbereich / nr = nahversorgungsrelevant / zr = zentrenrelevant / nzt = nicht-zentrenrelevant

In den vorstehenden Flächen- und Umsatzdaten sind neben den drei Multisortimentsmärkten weitere Betriebe verschiedenster Branchen inkludiert. Bei der Bestandserhebung wurden jedoch lediglich die Betriebe erfasst, die auch eine **relevante Wettbewerbsbeziehung**²¹ zu dem angefragten Multisortimentsmarkt entwickeln werden. Somit wird sichergestellt, dass sich die berechneten monetären Auswirkungen nur auf tatsächliche Wettbewerber beziehen und die Berechnung der Umsatzzumlenkungen nicht „verwässert“ wird. Es handelt sich hierbei um folgende Branchen:

- Im Segment der nahversorgungsrelevanten Sortimente (Lebensmittel, Drogeriewaren, Heimtiernahrung) werden die bestehenden Lebensmittel- und Getränkemärkte in Pößneck (Kaufland, REWE, Aldi, Lidl, Netto, Norma, Getränkemärkte), der Rossmann-Drogeriemarkt sowie der Tierfuttermarkt Fressnapf mit einbezogen. Diese Betriebe werden nicht nur in ihrem jeweiligen Kernsortiment, sondern auch in ihren Randsortimenten von dem Multisortimentsmarkt partiell tangiert.
- Im mittelfristigen Bedarfsbereich sind Umsatzzumlenkungen vor allem von Betrieben der Branchen Bekleidung, Papier-/Büro-/Schreibwaren/Bücher, Haushaltwaren/Deko-Artikel und Heimtextilien zu erwarten. Das Angebot wird durch diverse Fachmärkte (z.B. AWG, KIK, NKD) und auch verschiedene Fachgeschäfte abgebildet.²²
- Im langfristigen Bedarfsbereich (Heimwerker-/ Gartenbedarf, Möbel, Fahrrad, Autoteile) werden neben bestehenden Fachmärkten (z.B. Hagebau, Sonderpreis Baumarkt, Jysk) auch vereinzelte Fachgeschäfte von dem neuen Multisortimentsmarkt betroffen.

21 Beispielhaft ist anzuführen, dass im Segment Lebensmittel Nahrungsmittelhandwerker (Bäcker, Fleischer) nicht berücksichtigt wurden, da ein Multisortimentsmarkt zwar Lebensmittel, jedoch keine Back- oder Wurst-/Fleischwaren oder sonstige Frischwaren führt. Dies trifft auch auf Obst-/Gemüse-Läden oder Lebensmittel-Spezialgeschäfte zu, da ein Multisortimentsmarkt solche speziellen Sortimente nicht anbietet. Im Bereich Heimwerkerbedarf wurden z.B. die örtlichen Bau-/ Gartenmärkte berücksichtigt; einzelne Spezialanbieter (z.B. Sicherheitstechnik, Fliesenhandel, Baustoffhändler) hingegen nicht, da diese Anbieter keine Wettbewerbsbeziehung mit einem Multisortimentsmarkt aufweisen.

22 Das Sortiment Spielwaren wird vor allem von dem innerstädtischen Fachanbieter Louis Wagner (Breite Straße 39) und ist in dem Angebot seiner Hauptbranche (Haushaltwaren, Haushaltswaren, Hausrat, Basteln, Dekoartikel) bereits mit enthalten.

6. Bewertung des Projektvorhabens

6.1. Rechtliche Beurteilungsgrundlagen

Für die Schaffung der bauplanungsrechtlichen Zulässigkeit des Multisortimentsmarktes wird ein Bebauungsplanverfahren durchgeführt. Im Rahmen des Verfahrens ist zu untersuchen, ob von dem Projektvorhaben nicht nur unwesentliche **Auswirkungen auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung** ausgehen. Insbesondere ist zu prüfen, welche Auswirkungen

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

im Sinne von § 1 Abs. 6 Satz 4 BauGB i.V.m. § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO anzunehmen sind. Bei dieser Bewertung spielen vor allem die ökonomischen Auswirkungen (d.h. die Umsatzzumlenkungen) auf zentrale Versorgungsbereiche und auf Nahversorgungslagen eine wesentliche Rolle. Dadurch soll der Schutz des Einzelhandels an solchen Standorten sichergestellt werden, die funktionsgerecht in das städtebauliche Ordnungssystem eingebunden sind.

Ein fest definierter Schwellenwert für einen städtebaulich beachtlichen Kaufkraftabfluss, ab dessen Höhe mit schädlichen Auswirkungen zu rechnen wäre, ist gesetzlich nicht vorgegeben.²³ In der Planungs- und Rechtsprechungspraxis hat sich jedoch – abgeleitet aus der Zulässigkeit von Vorhaben nach § 34 Abs. 3 BauGB – als **quantitative Orientierungsgröße** etabliert, dass bei zentren- und bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust i.d.R. **ab 10 %**, bei anderen Sortimenten **ab 20 %** zu Geschäftsaufgaben führen kann und als abwägungsrelevant angesehen wird.²⁴

Tabelle 5: Orientierungswerte der Umsatzzumverlagerungen bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben

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

Quelle: eigene Darstellung nach: Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Langzeitstudie im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg (1998)²⁵

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

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

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

Unter Berücksichtigung des Gebots der Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB kommt es nicht primär auf die in vorstehender Tabelle 5 bezifferten Schädlichkeitswerte an, sondern dass unter Beachtung des „Entwicklungsaspekts“ eine Umsatzzumverlagerung auch unterhalb der zitierten Schädlichkeitsschwelle von 10 % abwägungsrelevant ist.

Der benannte Richtwert ist daher schematisch und berücksichtigt nicht die Situation im Einzelfall. Die städtebauliche Verträglichkeit ist auch aus individuellen lokalen Gegebenheiten betroffener Bereiche und deren Stabilität abzuleiten. Daher müssen weitere Aspekte (z.B. Sortimentsausrichtung betroffener Betriebe, Handelsstruktur, städtebauliche Gegebenheiten, Vorschädigungen, Attraktivitätsmängel, Ladenleerstände) in die Bewertung mit einbezogen werden.²⁶ Der **Abwägungsschwellenwert** von 10 % bzw. 20 % ist somit ein wesentlicher Indikator für mögliche negative Auswirkungen, jedoch nicht als „Demarkationslinie“ zu sehen.²⁷

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

Zentrale Versorgungsbereiche sind i.d.R. in städtebaulichen Konzepten definiert und sind nachvollziehbar²⁸ an den eindeutigen Verhältnissen vor Ort zu identifizieren. Diese Bereiche können neben der besonders zu schützenden Innenstadt auch Stadtteil-, Quartiers- und Nahversorgungszentren umfassen. Im vorliegenden Fall verfügt die Stadt Pößneck über ein Einzelhandelskonzept, in dem mit dem Innenstadtzentrum ein zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen ist. Folglich sind gemäß dem Prüfauftrag die Auswirkungen auf diesen schützenswerten Bereich zu thematisieren.

Nach einer Begehung der Gemeinden im überörtlichen Einzugsgebiet kann hier kein zentraler Versorgungsbereich erkannt werden. Mit Ausnahme von wenigen Handelsbetrieben ist in den Ortskernen der einzelnen Kommunen nur ein rudimentäres Handelsangebot ohne städtebauliches Gewicht vorzufinden. Im Fazit sind Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO auf Grund des Nichtvorhandenseins solcher Bereiche in den Gemeinden in dem überörtlichen Einzugsgebiet auszuschließen.

²⁶ vgl. Qualitätskriterien für Einzelhandelsgutachten der Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. (gif), Juli 2020, Seite 98/100.

²⁷ Das OVG Nordrhein-Westfalen führt in einem Urteil zu dieser Thematik aus:

„Ein bestimmter Schwellenwert für einen städtebaulich beachtlichen Kaufkraftabfluss ist gesetzlich nicht vorgegeben. Prozentual ermittelte – und prognostisch nur bedingt verlässlich greifbare – Umsatzzumverteilungssätze lassen nicht lediglich einen einzigen logischen Schluss zu. In der Tendenz kann – faustformelartig – davon ausgegangen werden, dass erst Umsatzverluste ab einer Größenordnung von mehr als 10 % als gewichtig anzusehen sind. Allerdings bietet das 10 %-Kriterium nicht mehr als einen Anhalt. Es muss im Zusammenhang mit den sonstigen Einzelfallumständen gewertet werden.“

vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [D 63/11.NE] vom 09.11.2012.

²⁸ vgl. Beschluss BVerwG [4 B 5.09] vom 12.02.2009.

6.2. Wirkungsanalyse des geplanten Multisortimentsmarktes

6.2.1. Umsatzprognose

Für die Bewertung der absatzwirtschaftlichen Folgen einer Einzelhandelsansiedlung ist der Umsatz des Planvorhabens relevant, da dieser in Form von Umsatzzumlenkungen wettbewerbswirksam wird. In der Regel wird die Umsatzprognose auf Grundlage des sog. **Marktanteilskonzepts**²⁹ erstellt. Hierbei wird auf Basis der Pro-Kopf-Ausgaben für den jeweiligen Sortimentsbereich, der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer und des Einwohnerpotenzials das Nachfragevolumen in dem betrachteten Einzugsgebiet errechnet.

Das Angebot eines Multisortimentsmarktes beinhaltet zwischen **70 und 80 % aller Warengruppen des Einzelhandels**,³⁰ so dass sich ein sehr hoher Pro-Kopf-Ausgabebetrag bei der Berechnung des projektrelevanten Nachfragevolumens³¹ ergibt. Da auf der anderen Seite wiederum der Marktanteil an den einzelnen zahlreichen Sortimenten extrem niedrig liegt, ist eine Umsatzermittlung über das Marktanteilskonzept nicht zielführend. Aus diesem Grund wird auf die Berechnung des Nachfragevolumens für die Sortimente des Multisortimentsmarktes und die Prognose einer Abschöpfungsquote verzichtet.

Für die Umsatzprognose werden branchenspezifische Durchschnittswerte für die **Raumleistung** herangezogen. Diese Raumleistung wird unter Berücksichtigung des konkreten Planstandortes, der Kaufkraftverhältnisse, der geplanten Verkaufsfläche und der lokalen Wettbewerbssituation angepasst. Aus der Multiplikation der so ermittelten Raumleistung mit der Größe der Verkaufsfläche ergibt sich der Planumsatz.

Die folgende **Umsatzschätzung** wird auf Basis einer maximalen Raumleistung von rd. 3.000 EUR/m² erstellt. Für einen entsprechenden Betrieb ist somit mit einem jährlichen Erlös von maximal rd. 2,4 Mio. EUR zu kalkulieren.

Tabelle 6: Umsatzprognose des Action-Multisortimentsmarktes

	Verkaufsfläche m ²	Raumleistung		Umsatz	
		Min.	Max.	Min.	Max.
		EUR/m ²	EUR/m ²	Mio. EUR	Mio. EUR
Multisortimentsmarkt	800	2.500	3.000	2,00	2,40

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Die Raumleistung des Multisortimentsmarktes von rd. 3.000 EUR/m² bewegt sich im obersten Bereich bundesdurchschnittlicher Vergleichswerte, da solche Betriebe i.d.R. eine Flächenleistung zwischen 900 und 3.000 EUR/m² erzielen.³² Ein höherer Umsatz ist für den Action-Markt somit auch auf Grund

- der im Bundesvergleich deutlich niedrigeren einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Pößneck (83,6 %, vgl. Abb. 2) und des daraus folgenden geringeren absoluten Nachfragepotenzials und
- des Wettbewerbsdrucks durch die zwei naheliegenden und angebotsaffinen Multisortimentsmärkte von Tedi und Thomas Philipps

nicht realisierbar ist. Somit handelt es sich bei der Umsatzprognose unter Berücksichtigung der ortsspezifischen Gegebenheiten um einen Maximalwert für das Vorhaben.

²⁹ Bei dem sog. Marktanteilskonzept werden das relevante Nachfragevolumen im Einzugsgebiet und die mögliche Kaufkraftabschöpfung eines Vorhabens (= Marktanteil) gegenübergestellt.

³⁰ Multisortimentsmärkte decken fast die gesamte Breite des Einzelhandels ab, es werden jedoch i.d.R. keine pharmazeutischen, medizinischen oder orthopädischen Artikel, Elektrogroßgeräte, Computer, Uhren, Optik, Schnittblumen, Antiquitäten und keine Frischwaren geführt.

³¹ Die Pro-Kopf-Ausgaben in den relevanten Sortimentsgruppen würden unter Berücksichtigung der örtlichen Kaufkraftkennziffer bei jährlich 5.385 EUR p.P. liegen, so dass sich für das Einzugsgebiet (rd. 21.170 Ew.) ein Marktpotenzial von rd. 114,0 Mio. EUR errechnet. Von diesem Nachfragevolumen würde der projektierte Markt lediglich einen durchschnittlichen Marktanteil von etwa 1 bis 2 % binden können, wobei die branchenbezogenen Abschöpfungsquoten je Sortiment nicht darstellbar sind. Dies ergibt sich auch aus der teilweise wechselnden Sortimentszusammensetzung des Angebots.

³² Quelle: BBE / IPH / IFH Köln, Struktur- und Marktdaten des Einzelhandel 2024, Seite 34 - vgl. Anlage 4.

6.2.2. Methodische Vorgehensweise

Im Rahmen einer Auswirkungsanalyse ist eine sachgerechte Bewertung der Folgen einer Einzelhandelsansiedlung auf die bestehende städtebauliche Situation bzw. die flächenseitige Nutzungsstruktur in dem Einzugsgebiet erforderlich. Für die Beurteilung der Auswirkungen ist die Überprüfung möglicher **Umsatzumverlagerungsprozesse** – die nach § 11 Abs. 3 BauNVO aus zentralen Versorgungsbereichen oder von Nahversorgungsstandorten induziert werden könnten – relevant.

Die Ermittlung der Umsatzumlenkungen erfolgt unter Anwendung eines Gravitationsmodells, in das folgende relevante Berechnungsparameter einfließen:

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

Mit dem Hinzutreten des neuen Multisortimentsmarktes werden sich in Folge Umsatzumverlagerungen zu Lasten von einzelnen Standorten bzw. Betrieben ergeben. In Bezug auf die Auswirkungen sind folgende betreiberspezifischen Fakten relevant:

- Das Sortimentskonzept eines Multisortimentsmarktes zeigt sich extrem differenziert und umfasst eine Vielzahl von Warengruppen, die allerdings jeweils nur in einem sehr schmalen Ausschnitt angeboten werden.
- Das Konzept eines Multisortimentsmarktes besitzt durchgängig eine starke Preisorientierung.
- Multisortimentsmärkte weisen einen Wettbewerbsbezug zu nahezu allen preisaggressiven Einzelhandelsanbietern – hauptsächlich zu preisorientierten Fachmärkten – auf, während nur eingeschränkte Sortimentsüberschneidungen mit dem Fachhandel gegeben sind.
- Die stark ausgeprägte Kleinteiligkeit des Sortiments in Kombination mit einem teilweise temporären Angebot hat zur Folge, dass etwaige Wettbewerbswirkungen eine große Streuung aufweisen und folglich auf einzelbetrieblicher Ebene jeweils nur zu geringen Umsatzrückgängen führen.
- Auf Grund der teilweise wechselnden Postenware ändern sich – wenn auch geringfügig – die Wettbewerbswirkungen des Marktes über den Jahresverlauf.

Das eingesetzte Gravitationsmodell³³ liefert eine Berechnung der standortspezifischen Auswirkungen, welche dann in einem zweiten Schritt unter Berücksichtigung der **konkreten Standortgegebenheiten** der betroffenen Betriebe bewertet werden müssen. Auf Grundlage der absatzwirtschaftlichen Untersuchung erfolgt eine Einschätzung von möglichen städtebaulichen Auswirkungen des Ansiedlungsvorhabens, speziell auf den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich in Pößneck.

³³ Für die Prognose der von dem Projektvorhaben ausgehenden absatzwirtschaftlichen Wirkungen wurde ein Gravitationsmodell eingesetzt, das auf dem Modell von D.L. HUFF ("Defining and Estimating a Trading Area") basiert. Das HUFF-Modell ist ein ökonometrisches Interaktions- und Prognosemodell zur Herleitung von Kaufkraftströmen bzw. des Einkaufsverhaltens der Konsumenten. Es werden bspw. die Attraktivität und die Leistungsfähigkeit der betroffenen Einkaufsstätten ebenso wie deren Standortqualität, die Intensität der Wettbewerbsbeziehung oder die Zeitdistanzen zwischen dem Projektstandort und betroffenen Betrieben berücksichtigt. Das Modell wurde auf Grundlage der lokalen Einzelhandels- und Umsatzstrukturen in Saalfeld kalibriert, um eine Prognose der Umsatzumverlagerungen bei einer Umsetzung des geplanten Ansiedlungsvorhabens vornehmen zu können.

6.2.3. Versorgungsstrukturelle und städtebauliche Auswirkungen

Auf Basis der prognostizierten Umsatzumlenkungen, die durch die Ansiedlung des Non-Food-Discounters an der Julius-Fucik-Straße im Worst-Case (rd. 2,4 Mio. EUR, vgl. Tab. 6) induziert werden, errechnet sich eine **durchschnittliche Umsatzumlenkungsquote von rd. 3 %** des Bestandsumsatzes der betroffenen Handelsunternehmen. Der Wert der Umsatzumverlagerung stellt den Durchschnittswert aller Anbieter dar. Insbesondere variiert auf Grund

- des Betriebstypenbesatzes,
- der Sortimentszusammensetzung betroffener Betriebe und
- der Entfernung der jeweiligen Unternehmen zum Projektstandort

lagespezifisch die prozentuale Umsatzumlenkung innerhalb der einzelnen Handelslagen.

Durch die Sortimentszusammensetzung des Multisortimentsmarktes werden absatzwirtschaftlich in erster Linie jene Betriebe tangiert, die vergleichbare Sortimente mit einem ähnlichen, discountorientierten Betreiberkonzept führen, d.h. andere Non-Food-Discounter und discountierende Fachmarktkonzepte. Andere Betriebe – die Teilsortimente des Multisortimentsmarktes in einem anderen Preissegment anbieten – werden ebenfalls, wenn auch in einem deutlich geringeren Maß von der Ansiedlung betroffen. Darüber hinaus werden näher an dem Vorhabenstandort gelegene Unternehmen höhere Umsatzverluste zu verkraften haben.

Die folgende Tabelle beschreibt die absatzwirtschaftlichen **Auswirkungen nach Lagebereichen** in dem Einzugsgebiet (vgl. Tab. 4), wobei eine Unterteilung nach den einzelnen Branchen erfolgt. Die ausgewiesenen Umsatzumlenkungsquoten stellen den Maximalwert (Worst-Case) dar, da für den Multisortimentsmarkt eine maximale Raumleistung (vgl. Tab. 6) angesetzt wurde.

Tabelle 7: Prognostizierte lagespezifische Umsatzumlenkungen des Multisortimentsmarktes

	Bestandsumsatz	Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Multisortimentsmärkte (zr)	5,03	0,77	15,3
davon Pößneck Innenstadtzentrum (zVB)	0,73	0,04	n.n.
davon Pößneck Streulagen	4,30	0,73	17,0
davon überörtliches Einzugsgebiet	-	-	-
Lebensmittel, Getränke (nr)	56,36	0,81	1,4
davon Pößneck Innenstadtzentrum (zVB)	17,27	0,19	1,1
davon Pößneck Streulagen	32,14	0,62	1,9
davon überörtliches Einzugsgebiet	6,95	<0,01	n.n.
Drogeriewaren, Wasch-/Putz-/Reinigungsmittel (nr)	3,47	0,10	2,9
davon Pößneck Innenstadtzentrum (zVB)	3,47	0,10	2,9
davon Pößneck Streulagen	-	-	-
davon überörtliches Einzugsgebiet	-	-	-
Heimtiernahrung, Tierpflegeartikel (nr/nzr)	0,72	0,03	n.n.
davon Pößneck Innenstadtzentrum (zVB)	0,72	0,03	n.n.
davon Pößneck Streulagen	-	-	-
davon überörtliches Einzugsgebiet	-	-	-
Haushaltswaren, Hausrat, Basteln, Dekoartikel (zr)	0,96	0,05	n.n.
davon Pößneck Innenstadtzentrum (zVB)	0,96	0,05	n.n.
davon Pößneck Streulagen	-	-	-
davon überörtliches Einzugsgebiet	-	-	-

Textilien (zr)	5,99	0,11	1,8
davon Pößneck Innenstadtzentrum (zVB)	3,59	0,05	n.n.
davon Pößneck Streulagen	2,40	0,06	n.n.
davon überörtliches Einzugsgebiet	-	-	-
Papier-/Schreib-/Spielwaren, Schulbedarf, Bücher (zr)	0,95	0,05	n.n.
davon Pößneck Innenstadtzentrum (zVB)	0,76	0,04	n.n.
davon Pößneck Streulagen	0,19	0,01	n.n.
davon überörtliches Einzugsgebiet	-	-	-
Spielwaren (zr)	0,00	0,00	-
davon Pößneck Innenstadtzentrum (zVB)	-	-	-
davon Pößneck Streulagen	-	-	-
davon überörtliches Einzugsgebiet	-	-	-
Haus-/Heimtextilien, Kurzwaren, Handarbeit (zr)	0,54	0,01	n.n.
davon Pößneck Innenstadtzentrum (zVB)	0,54	0,01	n.n.
davon Pößneck Streulagen	-	-	-
davon überörtliches Einzugsgebiet	-	-	-
Elektrokleingeräte, Unterhaltungselektronik (zr)	1,99	0,07	n.n.
davon Pößneck Innenstadtzentrum (zVB)	-	-	-
davon Pößneck Streulagen	1,84	0,07	n.n.
davon überörtliches Einzugsgebiet	0,15	<0,01	n.n.
Sportartikel (zr)	0,00	0,00	-
davon Pößneck Innenstadtzentrum (zVB)	-	-	-
davon Pößneck Streulagen	-	-	-
davon überörtliches Einzugsgebiet	-	-	-
Bau-/ Gartenmarktartikel (nzt)	10,74	0,32	3,0
davon Pößneck Innenstadtzentrum (zVB)	-	-	-
davon Pößneck Streulagen	10,74	0,32	3,0
davon überörtliches Einzugsgebiet	-	-	-
Kleinmöbel (nzt)	1,30	0,06	n.n.
davon Pößneck Innenstadtzentrum (zVB)	-	-	-
davon Pößneck Streulagen	1,30	0,06	n.n.
davon überörtliches Einzugsgebiet	-	-	-
Fahrrad-/ Autozubehör (zr/nzt)	1,01	0,02	n.n.
davon Pößneck Innenstadtzentrum (zVB)	0,73	0,02	n.n.
davon Pößneck Streulagen	0,28	<0,01	n.n.
davon überörtliches Einzugsgebiet	-	-	-
Gesamt	89,06	2,40	2,7

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen und Berechnungen

zVB = zentraler Versorgungsbereich / nr = nahversorgungsrelevant / zr = zentrenrelevant / nzt = nicht-zentrenrelevant

n.n. = nicht nachweisbar, Umsatzzuflüssen unter 0,10 Mio. EUR

Die von der geplanten Action-Ansiedlung betroffenen Anbieter in dem Einzugsgebiet werden in Summe einen annualisierten **Umsatzverlust von durchschnittlich rd. 3 %** zu verkraften haben. Unter Berücksichtigung der jeweiligen Positionierung der einzelnen Anbieter und der Entfernung zu dem Vorhabenstandort in der Julius-Fucik-Straße zeigt sich eine differenzierte Höhe der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen.

■ Multisortimentsmärkte

Den Großteil der Kunden- und auch Umsatzumverlagerungseffekte infolge der Action-Ansiedlung werden die bestehenden Multisortimentsmärkte in Pößneck zu spüren bekommen. Hierbei wird weniger der weiter entfernt liegende Innenstadtanbieter Mäc Geiz tangiert, vor allem Tedi und Thomas Philipps im naheliegenden Einkaufszentrum an der Naßäckerstraße/Malmsgelänge haben mit einem Umsatzrückgang von rd. 17 % (vgl. Tab. 7) den Marktzutritt des neuen Anbieters Action zu verkraften.

Die Umsatzumlenkungen werden hierbei weniger die Filiale von Tedi betreffen, da der Filialist eine Standortverlagerung plant. Tedi wird seinen Markt in die Saalfelder Straße auf das sog. Rotasym-Gelände verlagern und westlich des AWG-Marktes auf einer Brache eine neue Filiale errichten.³⁴

Mit Blick auf den „Wegzug“ des Tedi-Marktes aus der Nähe des Action-Vorhabenstandorts werden sich die Auswirkungen auf diesen Betrieb vermindern, zumal Tedi an dem Verlagerungsstandort mit einer dem Action-Markt vergleichbaren Verkaufsfläche von rd. 800 m² plant.³⁵ Folglich bestehen zwischen Action und Tedi adäquate Standortvoraussetzungen, zumal beide Filialisten nicht nur auf einer vergleichbaren Fläche, sondern jeweils auch in einem Neubau agieren werden. Die Umsatzumverlagerung zwischen beiden Märkten werden sich folglich weitgehend egalisieren.

Den Großteil des Umsatzverlustes wird der zuvor angesprochene Filialist Thomas Philipps zu verkraften haben. Die Umsatzumverlagerungen sind hierbei von dem Markt als hinnehmbar einzustufen, da es sich bei dem Marktstandort um eine Gewerbegebietslage und folglich um einen dezentralen und nicht-schützenswerten Standort handelt.

Im kommunalen Einzelhandelskonzept wird zur Zielperspektive dieser Handelslage ausgeführt, dass der Standortbereich zukünftig ausschließlich mit Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten zu entwickeln ist. Insbesondere soll auch keine Neuansiedlung oder Erweiterung von Betrieben mit zentrenrelevanten (inkl. nahversorgungsrelevanten) Sortimenten erfolgen, ebenso keine Umnutzung bestehender Verkaufsflächen zugunsten zentrenrelevanter Sortimente.

Als konkrete Umsetzungsmaßnahme wurde auch die Verlagerung von Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten in den zentralen Versorgungsbereich oder an städtebaulich integrierte Standorte benannt, was mit der REWE- und auch der Tedi-Verlagerung umgesetzt wird. Im Ergebnis sind folglich die Auswirkungen der Action-Ansiedlung auf den Thomas-Philipps-Markt hinzunehmen, zumal eine Kunden- und auch Umsatzverlagerung dem Ansinnen des Einzelhandelskonzeptes entspricht.

Angesichts der Standortqualität ist trotz des zu erwartenden Umsatzverlustes nicht zwangsweise eine Absiedlung von Thomas Philipps anzunehmen. Der Markt befindet sich an einem verkehrlich sehr gut erreichbaren Standort und verfügt direkt vor dem Markteingang über großzügige Parkplatzkapazitäten. Darüber hinaus bespielt der Betreiber eine gemessene Verkaufsfläche von rd. 2.200 m² und verfügt auch konzeptkonform über eine Außenverkaufsfläche. Zudem unterscheidet sich der Markt deutlich von Action mit Blick auf seinen Fokus auf Bau-/ Gartenmarktartikel und Haushaltswaren.

Als wichtigen Punkt ist für Thomas Philipps das Mietobjekt zu sehen. Der Betreiber nutzt eine bereits langjährig bestehende Mietfläche nach, so dass sich – im Vergleich zu einem Neubau – deutlich geringere Mietkosten ergeben. Gerade dieser Fakt und die hohe Verkaufsfläche lassen auf eine gewisse Leistungsfähigkeit des Betreibers schließen. Im Ergebnis ist daher aus handelsgutachterlicher Sicht eine Absiedlung von Thomas Philipps – trotz hoher Umsatzverluste – unwahrscheinlich.

34 vgl. Ostthüringer Zeitung, „Tedi zieht um: Neubau auf Rotasym-Gelände geplant“ vom 4. Juli 2026.

35 Der Planstandort ist gemäß Pößnecker Einzelhandelskonzept dem innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich zugehörig und wurde im Einzelkonzept (vgl. Seite 76) als Potenzialfläche ausgewiesen. Die planungsrechtlichen Voraussetzungen für die Ansiedlung des Tedi-Marktes wurden mit dem Bebauungsplan „Rotasym“ 2. Änderung geschaffen. Gemäß dem Bebauungsplan ist auf dem Baugrundstück Einzelhandel mit einer maximalen Verkaufsfläche von 800 m² zulässig.

Für die innerstädtische Filiale von M&c Geiz sind überschaubare Umsatzverluste zu sehen, die unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze von 0,10 Mio. EUR³⁶ liegen werden (vgl. Tab. 7). Eine vorhabenausgelöste Absiedlung des Marktes zeigt sich daher nicht.³⁷

Diese Aussage ergibt sich nicht nur aus der deutlichen Entfernung des geplanten Action-Marktes zu dem Standort von M&c Geiz, sondern auch aus der teilweise unterschiedlichen Sortimentsausrichtung. M&c Geiz führt – auch unterjährig – ein überwiegend fest standardisiertes Sortiment, das enger fokussiert ist und stärker auf Haushalt, Reinigung, Deko und Schul-/Bürobedarf ausgerichtet ist. Aktionswaren spielen bei M&c Geiz eine eher untergeordnete Rolle.

Action ist dagegen deutlich breiter aufgestellt und hat als „All-Round-Discounter“ mit etwa 15 Warengruppen ein deutlich breiteres Sortiment, jedoch innerhalb von einzelnen Warengruppen wiederum nur eine begrenzte Auswahl. Im Gegensatz zu dem eher „festen“ Angebot von M&c Geiz offeriert Action wechselnde Waren innerhalb der einzelnen Sortimente und hat mehr Vielfalt in seinem Angebot, insbesondere spielen auch unterschiedliche saisonale Angebote eine wichtige Rolle.

Auf Grund der vorstehenden Sortimentscharakteristika liegt die notwendige Verkaufsfläche bei M&c Geiz mit etwa 300 bis 400 m² deutlich unter der Mindestverkaufsfläche von Action (rd. 800 m²), wobei die Flächenanforderung von M&c Geiz an seinem Standort in der Breiten Straße mit knapp 400 m² erfüllt wird.

Im Ergebnis ist ein vorhabenausgelöster Rückzug von M&c Geiz nach der Action-Ansiedlung nicht zu erwarten. Dies leitet sich aus der Entfernung beider Marktstandorte und der unterschiedlichen konzeptionellen Ausrichtung beider Filialkonzepte ab.

■ Lebensmittel

Der geplante Multisortimentsmarkt wird auch Filialisten der Lebensmittelbranche tangieren. Einerseits bietet Action selbst Lebensmittel an, andererseits werden auch die Randsortimentsabteilungen eines Lebensmittelmarktes (u.a. Drogeriewaren sowie Non-Food-Aktionssortimente, gerade bei Discountern) betroffen sein. Angesichts der Höhe des Umsatzrückgangs von 1 % bis maximal 2 % ist jedoch die Schließung eines Lebensmittelmarktes völlig unrealistisch.

Unter Berücksichtigung der absoluten Höhe des zu erwartenden Umsatzrückgangs von rd. 0,8 Mio. EUR (vgl. Tab. 7) und der Zahl von insgesamt 13 betroffenen Lebensmittel- und Getränkemärkten (inkl. Tankstellenshops) werden die einzelbetrieblichen Erlösverluste unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze von 0,10 Mio. EUR liegen. Da sich erst ab diesem Schwellenwert tatsächlich messbare Umsatzzumverlagerungen nachweisen lassen, werden die Umsatzverluste für die Betriebe der Lebensmittelbranche nicht spürbar sein.

Im Ergebnis ist der Rückzug eines Lebensmittelanbieters infolge der Action-Ansiedlung auszuschließen, die Auswirkungen des Marktes werden innerhalb dieser Branche nicht zu negativen Effekten führen. Dies trifft speziell für den Kaufland-Verbrauchermarkt innerhalb des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereichs zu, so dass eine Schädigung der Pößnecker Einkaufsinnenstadt nicht möglich ist. Ebenso wird auch die Nahversorgung in Streulagen in Pößneck und auch in Krölpa und in Ranis³⁸ nicht beeinträchtigt, für die hier ansässigen Lebensmittelmärkte sind keine Umsatzverluste zu erwarten.

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

37 M&c Geiz hat ein Insolvenzverfahren in Eigenverwaltung eingeleitet und versucht, sich über eine Sanierung zu stabilisieren. Der Filialbetrieb läuft weiter, allerdings stehen die Filialen auf dem Prüfstand und mögliche Schließungen sind nicht ausgeschlossen. Eine mögliche Schließung der Pößnecker Filiale wäre also nicht auf das Vorhaben von Action zurückzuführen, sondern wäre betriebsbedingt.

38 In Krölpa ist ein diska-Markt, in Ranis ein tegut-Markt ansässig. Beide Märkte übernehmen eine wichtige Nahversorgungsfunktion für ihren jeweiligen Ort.

■ Drogeriewaren

Für den innerstädtischen Rossmann-Markt sind Umsatzverluste von knapp 3 % zu erwarten. Ein Rückzug des Filialisten aus der Breiten Straße infolge der Action-Eröffnung ist daher auszuschließen; der Wert der Umsatzzumverlagerung liegt deutlich unter dem 10 %-igen Schwellenwert der Unverträglichkeit (vgl. Tab. 5). Der Rossmann-Markt bietet auf rd. 450 m² und auf einer gut und rechteckig zugeschnittenen Verkaufsfläche ein modernes und attraktives Drogeriewarensortiment an, das durch verschiedene Randsortimente arrondiert wird. Zudem verfügt Rossmann als einziger Drogeriemarkt über eine exponierte Marktstellung.

Mit Blick auf die Höhe des prognostizierten Umsatzverlustes zeigt sich mit rd. 0,1 Mio. EUR (vgl. Tab. 7) ein Wert, der nur geringfügig oberhalb der Nachweisbarkeitsgrenze liegt. Folglich wird die Action-Ansiedlung für den Rossmann-Markt kaum spürbar sein. Unter Berücksichtigung der Positionierung des Action-Marktes – es wird nur ein lückenhaftes und punktuelles Sortiment an Drogeriewaren angeboten – ist eine Absiedlung des Rossmann-Marktes auszuschließen.

- Heimtiernahrung/Tierpflegeartikel
- Haushaltswaren/Hausrat/Basteln/Dekoartikel
- Papier-/ Schreib-/Spielwaren/Schulbedarf/Bücher
- Haus-/Heimtextilien/Kurzwaren/Handarbeit
- Elektrokleingeräte/Unterhaltungselektronik/Multimedia
- Kleinmöbel
- Fahrrad-/Autozubehör

Nach dem Hinzutreten des Action-Marktes werden die absoluten Umsatzzumlenkungsbeträge in den vorstehend benannten Branchen jeweils unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze von 0,10 Mio. EUR (vgl. Tab. 7) liegen. Die ausgewiesenen Beträge der Umsatzzumlenkung verteilen sich zudem in den meisten Branchen noch auf verschiedene Unternehmen, dementsprechend sind unter Zugrundelegung der prognostischen Marktanalyse keine einzelbetrieblichen Auswirkungen nachweisbar. Stattdessen werden die Erlösrückgänge im Rahmen einer üblichen jahreszeitlichen Umsatzzumlenkung innerhalb der jeweiligen Branchen liegen und sind folglich monetär nicht nachweisbar.

Die vorstehende Aussage ist sachlogisch nachvollziehbar, da mit Ausnahme des Sortiments Haushaltswaren alle anderen Flächen innerhalb des Action-Marktes sehr niedrig liegen und einen Umfang zwischen 20 m² und 60 m² (vgl. Anlage 2) haben werden. Unter Berücksichtigung dieser Kleinstflächen sind folglich messbare Auswirkungen auf Wettbewerber auszuschließen.

■ Textilien

Die betroffenen Unternehmen der Bekleidungsbranche haben einen Umsatzrückgang von knapp 2 % zu verzeichnen. Da sich der absolute Umsatzzumlenkungsbetrag von rd. 0,11 Mio. EUR (vgl. Tab. 7) auf insgesamt 13 Unternehmen verteilt, sind keine einzelbetrieblich relevanten Auswirkungen messbar. Die Umsatzrückgänge werden im Rahmen einer saisonalen Schwankung im Bekleidungshandel liegen und können nicht zu einer Schließung von Modeanbietern führen.

Die Umsatzverluste werden vordringlich nicht die mittelpreisigen Modeanbieter in der Pößnecker Innenstadt tangieren, sondern vor allem die beiden Textildiscounter KIK und NKD. Einerseits sind beide Unternehmen in einem vergleichbaren Preissegment wie der Action-Markt positioniert; zum anderen führen beide Betriebe auch Randsortimente, die ebenfalls in dem Action-Markt angeboten werden. Eine vorhabenausgelöste Absiedlung der beiden Unternehmen – jeweils im Gewerbegebiet Ost ansässig – ist jedoch auszuschließen.

Das Bekleidungssortiment wird zudem in dem Action-Multisortimentsmarkt lediglich auf einer Kleinstfläche von rd. 70 m² geführt, so dass auch unter Berücksichtigung der umfänglichen Bestandsflächen in Pößneck (rd. 3.530 m², vgl. Tab. 4) negative Effekte auf Betriebe dieser Branche kategorisch zu verneinen sind.

■ Spielwaren

In dieser zentrenrelevanten Branche ist in Pößneck kein spezieller Anbieter ansässig. Das Sortiment wird jedoch in Multisortimentsmärkten und vor allem von einem innerstädtischen Anbieter (Firma Louis Wagner in der Breiten Straße) angeboten. Dieser Betrieb ist zur Branche Haushaltswaren zuzuordnen, die entsprechenden Umsatzverluste des Sortiments Spielwaren sind bereits an dieser Stelle enthalten.

Negative versorgungsstrukturelle Auswirkungen gehen von diesem Sortiment innerhalb des Action-Marktes nicht aus, zumal die Fläche bei Action für Spielwaren mit rd. 50 m² (vgl. Anlage 2) sehr niedrig liegen wird.

■ Sportartikel

In der Sportbranche ist in Pößneck ebenfalls kein spezieller Anbieter ansässig.³⁹ Folglich ist eine Schädigung auf Grund des Fehlens von entsprechenden Betrieben nicht möglich. Es sind lediglich äußerst marginale Umsatzrückgänge für branchenfremde Anbieter zu erwarten.

■ Bau-/Gartenmarktartikel

Die Betriebe mit diesem nicht-zentrenrelevanten Sortiment werden nach der Eröffnung des Action-Marktes nur marginal tangiert, die Umsatzabgabe der Unternehmen dieser Branche wird bei rd. 3 % liegen. Ein Rückzug von Betrieben, gerade der beiden Baumärkte Hagebau und Sonderpreis Baumarkt, ist angesichts der Höhe des Umsatzrückgangs auszuschließen. Hierbei ist auch auf die Fläche für diese Artikel innerhalb des Action-Marktes und die Fläche der beiden benannten Anbieter abzustellen; auch aus diesem Flächenvergleich lassen sich keine negativen Auswirkungen ableiten.

Ferner werden diese Sortimente ausschließlich außerhalb der Einkaufsinnenstadt und auch nicht an Grundversorgungsstandorten angeboten. Folglich ist eine Schädigung des zentralen Versorgungsbereiches oder auch der wohnortnahen Versorgung auszuschließen. Die geringen Umsatzzumlenkungen können grundsätzlich keine negativen Auswirkungen auslösen.

³⁹ Ursprünglich war in der Naßäckerstraße 3 ein Sportgeschäft (Uwe's Sportshop) auf rd. 200 m² ansässig. Seit der Schließung des Marktes ist kein Sportanbieter mehr in Pößneck aktiv.

6.2.4. Fazit der Untersuchung der Auswirkungen

Nach dem Hinzutreten des in Rede stehenden Multisortimentsmarktes sind überschaubare monetäre Beeinträchtigungen zu erwarten. Es ist darauf zu verweisen, dass für die Berechnung der Auswirkungen ein **maximaler Umsatz** des Action-Marktes angenommen wurde. Im real-case dürften die jährlichen Erlöse nicht bei rd. 2,4 Mio. EUR liegen, sondern mit etwa 2,0 Mio. EUR geringer ausfallen (vgl. Tab. 6).

Die Auswirkungen der Action-Ansiedlung müssen vor allem die naheliegenden und angebotsaffinen Multisortimentsmärkte **Tedi** und **Thomas Philipps** verkraften. Unter Berücksichtigung der Lagequalität gerade von Thomas Philipps – Tedi wird seinen Markt verlagern und mit rd. 800 m² Verkaufsfläche in der Einkaufsinnenstadt neu positionieren – sind die Kunden- und auch Umsatzzumlenkungen als hinnehmbar einzustufen. Thomas Philipps liegt weder im zentralen Versorgungsbereich und dient auch nicht der verbrauchernahen Versorgung und genießt somit auch keine Schutzfunktion im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO.

Die Auswirkungen in anderen Branchen werden niedrig liegen, die Umsatzzumlenkungsquoten rangieren durchgängig mit einem deutlichen **Sicherheitspuffer unter dem Abwägungsschwellenwert der Unverträglichkeit von rd. 10 %** (vgl. Tab. 5). Demnach sind keine Abschmelzungstendenzen von Bestandsbetrieben bzw. ein Umschlagen von rein wirtschaftlichen zu städtebaulichen Auswirkungen anzunehmen.

Die geringen Auswirkungen in allen Branchen resultieren aus der Tatsache, dass ein Multisortimentsmarkt eine sehr hohe Anzahl an Warengruppen in unterschiedlichsten Sortimenten führt, jedoch innerhalb der einzelnen Sortimente nur eine **geringe Verkaufsfläche** und eine **niedrige Auswahlbreite** besitzt. Die Flächengrößen der einzelnen Sortimente liegen meist schon unter der Geschäftsgröße von anderen Betrieben.

Ein Multisortimentsmarkt führt ausschließlich ein **discountorientiertes Sortiment**, so dass durch dessen Angebot nicht die spezialisierten und meist mittelpreisigen Fachanbieter betroffen werden. In diesen Geschäften wird meist die spezielle Nachfrage nach einzelnen Produkten abgedeckt, während in Multisortimentsmärkten meist sog. Impulskäufe erfolgen. Als Kaufargument zählt hier nur oft der geringere Preis und weniger der tatsächliche Bedarf des Kunden.

Die **Wettbewerbswirkungen** können sich auf Grund der wechselnden Postenware über den Jahresverlauf⁴⁰ ändern. Die stark ausgeprägte Kleinteiligkeit des Sortiments in Kombination mit einem teilweise nur temporären Angebot hat zur Folge, dass etwaige Wettbewerbswirkungen unterjährig eine Streuung aufweisen können. Sofern jedoch die Fläche und der Umsatz innerhalb eines Sortimentes erhöht wird, ergibt sich gleichzeitig eine geringere Umsatzleistung in einem anderen Sortiment. Somit nivelliert sich die jeweilige Beeinträchtigung für betroffene Betriebe, wobei der Gesamtumsatz des Action-Marktes – auch auf Grund seiner nicht veränderbaren Verkaufsfläche von rd. 800 m² – gleich bleiben wird.

⁴⁰ Beispielhaft wird zur „Pflanzzeit“ im Frühjahr ein verstärktes Angebot an Gartenmarktartikeln geführt, zur Weihnachtszeit stehen z.B. Bastel- oder Dekoartikel im Fokus; in den Sommermonaten werden z.B. verstärkt Outdoor-Waren (Gartenmöbel o.ä.) angeboten. Diese Sortimentsverschiebungen sind aber nicht nur bei Action, sondern bei allen relevanten Anbietern innerhalb dieser Branche ausgebildet.

7. Zusammenfassung

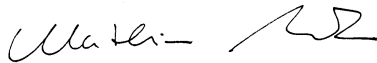
Abschließend werden die wichtigsten Aspekte der vorliegenden Untersuchung zusammengefasst.

- Die Stadt Pößneck schafft die bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen für die **Revitalisierung eines ursprünglichen Handels- und Gastronomiestandortes** („Kosmos-Areal“) im Ostteil der Stadt an der Julius-Fucik-Straße. Der brachgefallene Einkaufsmarkt und das Restaurant unterlagen seit Jahren keiner qualifizierten Nutzung, die Liegenschaft stellte einen städtebaulichen Missstand dar.
- Im Rahmen der Inwertsetzung des Standortareals ist die Verlagerung des REWE-Marktes von seinem Bestandsstandort Malmshausen geplant. Im Standortverbund mit der REWE-Filiale war ein **Non-Food-Fachmarkt** mit einer Verkaufsfläche von **1.050 m²** angedacht. Mit Blick auf die Betreiberverfügbarkeit zeigt sich keine Verwertbarkeit der Fläche mit einem entsprechenden Mieter.
- Die Stadt Pößneck möchte die Fläche für andere Handelsbetriebe öffnen, um eine wohnortnahe Versorgung insbesondere für das westlich angrenzende Wohnquartier sicherzustellen. Hierbei ist die **Ansiedlung eines Multisortimentsmarktes** der Firma Action geplant. Die Verkaufsfläche soll auf maximal **800 m²** begrenzt werden und rangiert somit unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit.
- Der angefragte **Marktstandort** ist im kommunalen Einzelhandelskonzept als sog. Grundversorgungsstandort ausgewiesen. Gemäß Einzelhandelskonzept ist an diesem konkreten Standort neben der Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes auch ergänzend die Ansiedlung von bis zu zwei Handelsbetrieben, vorzugsweise mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten angedacht.
- Die **Sortimentsstruktur eines Multisortimentsmarktes** stimmt mit den Empfehlungen des Einzelhandelskonzeptes nicht vollständig überein. Ein Multisortimentsmarkt führt zwar auch nahversorgungsrelevante Sortimente, der Großteil des Angebots setzt sich jedoch aus zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zusammen. Dennoch ist die Ansiedlung eines Multisortimentsmarktes unter Berücksichtigung der grundsätzlichen Ziele des Einzelhandelskonzeptes vertretbar.
- Der angefragte Multisortimentsmarkt besitzt **keinen Sortiments- bzw. Themenschwerpunkt**. Das Sortiment untergliedert sich in zahlreiche Warengruppen in einer teilweise wechselnden Zusammensetzung, wobei die Sortimente Haushaltswaren/Hausrat/Basteln/Deko-/Geschenkartikel und Bau-/Gartenmarktartikel die größte Fläche einnehmen.
- Ein Multisortimentsmarkt führt ausschließlich Preislagen des unteren bzw. discountorientierten Segments; in Bezug auf das Angebotsniveau weist ein solcher Markt eine **starke Preisorientierung** auf. Hinsichtlich der Verkaufsphilosophie zielt das Konzept mit einer ausgeprägten Discountstrategie auf Impulskäufe ab, es zeigt sich über alle Artikel hinweg ein sehr geringer Durchschnittspreis.
- Das **Einzugsgebiet** des Marktes wird sich auf Pößneck und umliegende Orte beziehen. Angesichts der Strahlkraft eines solchen Betriebes bzw. auch dessen Verkaufsfläche ist ein größeres Einzugsgebiet auszuschließen. In dem Marktbereich des Action-Marktes wohnen etwa 21.200 Personen.
- Für den Action-Markt ist ein **jährlicher Umsatz** von rd. 2,0 Mio. EUR (Real-Case) zu kalkulieren, der Raumleistungswert von 2.500 EUR/m² ist unter Berücksichtigung der Kaufkraft und der Wettbewerbsslage in Pößneck als ortsüblich bzw. standortangepasst zu bewerten. Im Rahmen einer Worst-Case-Betrachtung wurde für den Markt jedoch eine maximale Raumleistung von 3.000 EUR/m² und ein Höchstumsatz von 2,4 Mio. EUR p.a. angesetzt.
- Der geplante Multisortimentsmarkt steht von der Angebotsstruktur her im **Wettbewerb** mit betriebs-typengleichen Anbietern (Mäc Geiz, Tedi, Thomas Philipps) und auch mit discountorientierten Fachmärkten, die analoge Produkte in ähnlichen Preisklassen anbieten; dagegen werden servicegeprägte und höherpreisige Fachanbieter nur unterdurchschnittlich von diesem Markt betroffen. Die relevanten Handelsbetriebe generieren in Summe einen Umsatz von rd. 89,1 Mio. EUR.

- Die Erlöse des zu prüfenden Action-Marktes werden naturgemäß aus **Verdrängungsumsätzen** zu Lasten von bestehenden Einzelhandelsanbietern aus dem Einzugsgebiet rekrutiert. Die Umsatzverluste liegen im Worst-Case über alle Anbieter hinweg bei durchschnittlich rd. 3 % der Bestandsumsätze und erreichen lediglich für zwei Multisortimentsmärkte im Gewerbegebiet Ost eine Größenordnung, die eine Schädigung nicht ausschließt.
- Die Umsatzzumlenkungen von den Anbietern Tedi und Thomas Philipps im Gewerbegebiet Ost sind auf Grund der **fehlenden Schutzwürdigkeit** dieser Handelslage hinzunehmen und auch versorgungsstrukturell gewollt, um so einen Abbau von verbraucherferner Versorgung umzusetzen. Mit der avisierten Verlagerung des Tedi-Marktes in die Einkaufsinnenstadt werden sich absatzwirtschaftlichen Effekte auf den verbleibenden Markt von Thomas Philipps konzentrieren.
- Für die baurechtliche Bewertung des Projektvorhabens ist entscheidend, ob durch die ausgelösten Umsatzzumverlagerungseffekte zentrale Versorgungsbereiche oder verbrauchernahe Handelsstandorte in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden. Mit Blick auf die Auswirkungen auf den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich und auf Grundversorgungsstandorte sind auf Grund der marginalen Umsatzzumlenkungen funktionsschädigende Auswirkungen auszuschließen. Im Fazit ist das Vorhaben im Sinne des **§ 11 Abs. 3 BauNVO** zulässig.

Das vorstehende Gutachten dient als Beurteilungsgrundlage für den Planungs- und Genehmigungsprozess des Vorhabens.

BBE Handelsberatung GmbH



i.V. Dipl.-oec. Mathias Vlcek

Erfurt, 4. August 2026

Anlage 1: Fotodokumentation des Projektareals

Ursprüngliche Nutzung (06/2021)



Aktueller Zustand (07/2026)



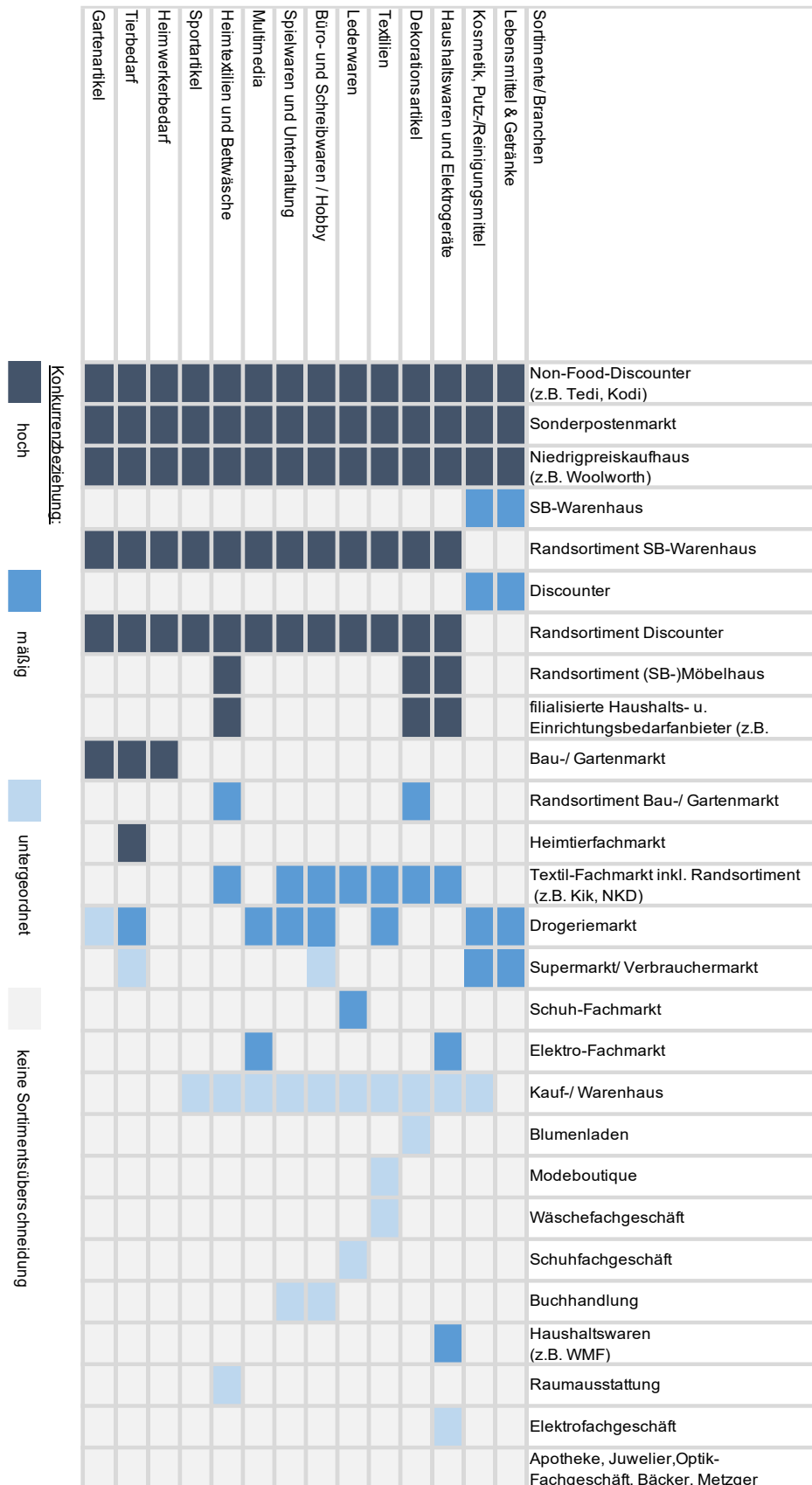
Anlage 2: Angebotsstruktur eines Action-Multisortimentsmarktes

	Verkaufsfläche		
	nahversor- gungsrelevant	zentren- relevant	nicht- zentren- relevant
	m²	m²	m²
Lebensmittel	60		
Drogeriewaren, Kosmetika, Wasch-/ Putzmittel	90		
Heimtiernahrung/ Futtermittel für Haustiere	30		
Haushaltswaren, Hausrat, Glas, Keramik		130	
Textilien		70	
Papier-/ Büro-/ Schreibwaren, Bastelbedarf, Bücher		60	
Spielwaren		50	
Haus-/ Heimtextilien, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf		40	
Elektrokleingeräte, Unterhaltungselektronik, Multimedia		40	
Sportartikel		30	
Bau-/ Gartenmarktartikel			130
Kleinmöbel			50
Fahrrad-/ Autozubehör			20
GESAMT (800 m²)	180	420	200
	23%	52%	25%

Quelle: BBE Handelsberatung, Flächenzusammensetzung eines marktüblichen Action-Marktes mit 800 m² VK

Anmerkung: Einstufung der Zentrenrelevanz der Sortimente gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Pößneck (Fortschreibung) von 26.01.2022, Abb. 35

Anlage 3: Sortimentsüberschneidungen eines Multisortimentsmarktes mit anderen Betriebstypen



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Anlage 4: Bundesdurchschnittliche Raumleistung eines Multisortimentsmarktes

	Raumleistung (brutto) in € / m ² p.a.		
	Min.	Durchschnitt	Max.
Nonfood-Discounter	900	1.500	3.000

Quelle: BBE / IPH / IFH Köln, Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2024, Seite 34

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung von Pößneck im Vergleich	6
Tabelle 2: Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in Pößneck	7
Tabelle 3: Verkaufsflächen und Handelsbetriebe in Pößneck nach Standortkategorien	9
Tabelle 4: Bestand an angebotsaffinen Betrieben und generierte Umsätze nach Branchen	17
Tabelle 5: Orientierungswerte der Umsatzumverlagerungen bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben	19
Tabelle 6: Umsatzprognose des Action-Multisortimentsmarktes	21
Tabelle 7: Prognostizierte lagespezifische Umsatzumlenkungen des Multisortimentsmarktes	23

Kartenverzeichnis

Karte 1: Raumstruktur Thüringen (Ausschnitt)	5
Karte 2: Strukturprägende Handelslagen/ -betriebe in Pößneck	8
Karte 3: Lage des Projektstandortes an der Julius-Fucik-Straße (Skizzierung)	10
Karte 4: Fußläufiger Nahbereich der projektrelevanten Action-Filiale	11
Karte 5: Einzugsgebiet des geplanten Multisortimentsmarktes	13

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lageplan des angefragten Multisortimentsmarktes in der Julius-Fucik-Straße	3
Abbildung 2: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern	6
Abbildung 3: Einzelhandelsstruktur Pößneck	7
Abbildung 4: Multisortimentsmärkte in Pößneck	16

Anlageverzeichnis

Anlage 1: Fotodokumentation des Projektareals	32
Anlage 2: Angebotsstruktur eines Action-Multisortimentsmarktes	33
Anlage 3: Sortimentsüberschneidungen eines Multisortimentsmarktes mit anderen Betriebstypen	34
Anlage 4: Bundesdurchschnittliche Raumleistung eines Multisortimentsmarktes	35