

## Auswirkungsanalyse

# zur geplanten Modernisierung und Erweiterung des Nahversorgungszentrums Willy-Brandt-Straße in der Stadt Cottbus

---

für die

REWE Markt GmbH  
Zweigniederlassung Ost  
Rheinstraße 8  
14513 Teltow

**Ihr Ansprechpartner**

Dr. Ulrich Kollatz (Gesamtleitung)

Richard Engel (Projektleitung)

**BBE Handelsberatung GmbH**

Uferstraße 21  
04105 Leipzig  
Deutschland

Tel +49 341 98386-73  
Fax +49 341 98386-80  
E-Mail kollatz@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

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

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. 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. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

**Wissen schafft Zukunft.**

München · Hamburg · Berlin · Köln · Leipzig · Erfurt

Inhaltsverzeichnis

<b>1. Ausgangssituation und Zielsetzung .....</b>	<b>4</b>
<b>2. Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel.....</b>	<b>5</b>
2.1. Entwicklungstrends.....	5
2.2. Distributionsstrukturen .....	6
2.3. Online-Einzelhandel mit Lebensmitteln .....	9
<b>3. Projektplanung und Projektdaten.....</b>	<b>10</b>
<b>4. Makrostandort Cottbus .....</b>	<b>13</b>
<b>5. Mikrostandortanalyse .....</b>	<b>20</b>
<b>6. Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet.....</b>	<b>24</b>
<b>7. Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung .....</b>	<b>32</b>
<b>8. Planungsrechtliche und planerische Beurteilungsgrundlagen.....</b>	<b>36</b>
8.1. Baunutzungsverordnung - § 11 Abs. 3 .....	36
8.2. Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR) .....	37
8.3. Konzept zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung der Stadt Cottbus – Fortschreibung 2015.....	38
<b>9. Auswirkungsanalyse.....</b>	<b>41</b>
9.1. Umsatzprognose.....	41
9.2. Umsatzumlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen.....	45
9.3. Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnah Versorgung / städtebauliche Auswirkungen / Kompatibilität mit dem Einzelhandelskonzept .....	48
9.4. Landesplanerische Bewertung des Projektvorhabens .....	50
<b>10. Fazit .....</b>	<b>51</b>

### **Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1:	Entwicklung der Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland .....	5
Abbildung 2:	Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel in Deutschland.....	6
Abbildung 3:	Einkaufsanlässe nach Betriebstypen.....	7
Abbildung 4:	Gründe für die Wahl des Betriebstyps .....	8
Abbildung 5:	Onlineanteil Food/ Non-Food am Einzelhandel .....	9
Abbildung 6:	Lageplan Projektstandort Georg-Schlesinger-Straße in Cottbus .....	10
Abbildung 7:	Grundriss KiK am Standort Georg-Schlesinger-Straße in Cottbus .....	11
Abbildung 8:	Ansichten Projektstandort.....	12
Abbildung 9:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im städtischen Vergleich .....	17
Abbildung 10:	Räumliche Struktur des Zentren- und Standortkonzeptes der Stadt Cottbus .....	18
Abbildung 11:	Projektstandort mit Verkehrsanbindung und Standortumfeld.....	21
Abbildung 12:	Anbieter B-Zentrum Sandow .....	26
Abbildung 13:	Nahversorgungslage Merzdorfer Weg, Biomarkt und LIDL.....	27
Abbildung 14:	A-Zentrum Innenstadt .....	28
Abbildung 15:	Zentren- und Standortkonzept der Stadt Cottbus .....	39

### **Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1:	Einwohnerentwicklung der Stadt Cottbus und des Landes Brandenburg .....	15
Tabelle 2:	Touristische Kennzahlen.....	16
Tabelle 3:	Angebotsstrukturen (aktueller Bestand) im Untersuchungsgebiet nach Betriebsformen .....	25
Tabelle 4:	Angebotsstrukturen (aktueller Bestand) im Untersuchungsgebiet nach Standorten .....	26
Tabelle 5:	Angebotsstrukturen (aktueller Bestand) im Untersuchungsgebiet nach Standorten.....	30
Tabelle 6:	Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet.....	34
Tabelle 7:	Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet.....	35
Tabelle 8:	Umsatzprognose der erweiterten Lebensmittelmärkte auf Basis der Abschöpfungsquoten .....	41
Tabelle 9:	Maximale Verkaufsfläche des geplanten Vollsortimenters und Flächenproduktivität des Lebensmitteldiscounters .....	42
Tabelle 10:	Umsatzprognose der erweiterten Textildiscounters auf Basis der Abschöpfungsquoten .....	43
Tabelle 11:	Veränderung des Umsatzes durch die Erweiterung des Textildiscounters und resultierende Flächenproduktivitäten .....	44
Tabelle 12:	Umsatzumlenkung und Umlenkungsquoten für den Projektstandort .....	46
Tabelle 13:	Umsatzumlenkung und Umlenkungsquoten durch die Erweiterung des Textildiscounters.....	47

### **Kartenverzeichnis**

Karte 1:	Zentrale-Orte System gemäß LEP HR .....	13
Karte 2:	Lage des Projektstandortes und Nutzungen im direkten Umfeld .....	20
Karte 3:	Fußläufige Erreichbarkeit des Projektstandortes.....	22
Karte 4:	Übersicht Nahversorgungsanbieter über 400 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche im Untersuchungsgebiet.....	24
Karte 5:	Übersicht Textildiscounter im Untersuchungsgebiet.....	29
Karte 6:	Einzugsgebiet des Projektstandortes .....	33

## 1. Ausgangssituation und Zielsetzung

Die REWE Markt GmbH plant die Modernisierung und Erweiterung des Nahversorgungszentrum Willy-Brandt-Straße im Cottbusser Ortsteil Sandow. Dieses Nahversorgungszentrum umfasst im Bestand einen REWE-Supermarkt mit integriertem Bäcker, einen Lebensmitteldiscounter ALDI, einen KiK-Textildiscounter, einen Blumenladen, einen Döner-Imbiss, einen Zeitschriftenladen sowie ein Möbel- und Haushaltswarengeschäft mit bereits gebrauchten Waren.

Den konzeptionellen Schwerpunkt des Planvorhabens bildet die Modernisierung und Verkaufsflächenerweiterung der beiden Lebensmittelmärkte. Die Bestandsmärkte von REWE und ALDI verfügen über eine Verkaufsfläche von 1.333 m<sup>2</sup> (inkl. Bäcker) bzw. von 680 m<sup>2</sup>. Der ALDI-Markt soll auf 1.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche erweitert werden. Für den REWE-Markt ist im Zuge der Modernisierung ebenfalls eine Erweiterung geplant, die sich allerdings an den Versorgungsfunktionen des Standorts und potenzieller Auswirkungen ausrichten soll.

Die BBE Handelsberatung GmbH hat zu dieser geplanten Weiterentwicklung der Lebensmittelmärkte eine Auswirkungsanalyse mit Stand vom 05. Mai 2022 vorgelegt. Zwischenzeitliche Änderungen in der Projektplanung führten zu einer zusätzlichen Erweiterung des KiK-Textildiscounters von aktuell ca. 420 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (BGF ca. 540 m<sup>2</sup>) auf zukünftig ca. 575 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (BGF ca. 632 m<sup>2</sup>).

Die vorliegende Fassung der Auswirkungsanalyse untersucht neben den bereits geprüften Lebensmittelmärkten auch die Erweiterung des Textildiscounters.

Für die angestrebten Erweiterungen und Nutzungen ist ein Bebauungsplanverfahren erforderlich, die Genehmigungsfähigkeit ist dementsprechend im Sinne von § 30 BauGB in Verbindung mit § 11 Abs. 3 BauNVO zu beurteilen. Danach dürfen vom Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder auf die verbrauchernahe Versorgung ausgehen.

Gemäß der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes ist der Projektstandort als D-Zentrum Willy-Brandt-Straße eingeordnet. D-Zentren stellen als Nahversorgungszentren die Versorgung für die umliegenden Wohngebiete sicher und bieten ein angemessen breites Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot. Im vorliegenden Fall zielen die Nahversorgungsfunktionen auf die südlichen Bereiche des Ortsteils Sandow sowie den Ortsteil Branitz.

Die Analyse umfasst in diesem Kontext die Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung in Cottbus, die Einbindung des Vorhabens in das Cottbusser Einzelhandelskonzept sowie die spezifische Wettbewerbssituation im Stadtgebiet mit entsprechender Funktionsteilung in der Nahversorgung. Auf dieser Grundlage werden Einschätzungen zu den städtebaulichen Auswirkungen vorgenommen.

Im Zuge der Analyse werden insbesondere folgende Fragestellungen thematisiert:

- Welche einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen herrschen in der Stadt Cottbus vor (Soziodemographie, Arbeitsmarkt, Pendler, Erreichbarkeit etc.)? Welche angebots- und nachfrageseitigen Strukturdaten sind für den Einzelhandel von Bedeutung (Makro- und Mesostandortanalyse)?
- Wie ist der Mikrostandort des Vorhabens unter städtebaulichen Aspekten zu bewerten?
- Welches Einzugsgebiet kann das Vorhaben erschließen?
- Wie ist das Vorhaben aus städtebaulicher Perspektive zu bewerten? Welche Auswirkungen ergeben sich für zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnaher Versorgung?

Die Aussagen vorliegender Analyse basieren auf den Unterlagen des Auftraggebers sowie einer aktuellen Vorort-Erhebung der relevanten Angebots- bzw. Wettbewerbssituation durch Besichtigung des Projektstandortes und aller Wettbewerbsbetriebe im potenziellen Einzugsgebiet. Grundlage für die Berechnung der Nachfragesituation stellen die aktuellen Kaufkraftdaten von BBE!CIMA!MB-Research, die Verbrauchsausgaben des Instituts für Handelsforschung sowie aktuelle Einwohnerdaten der amtlichen Statistik dar.

## 2. Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel

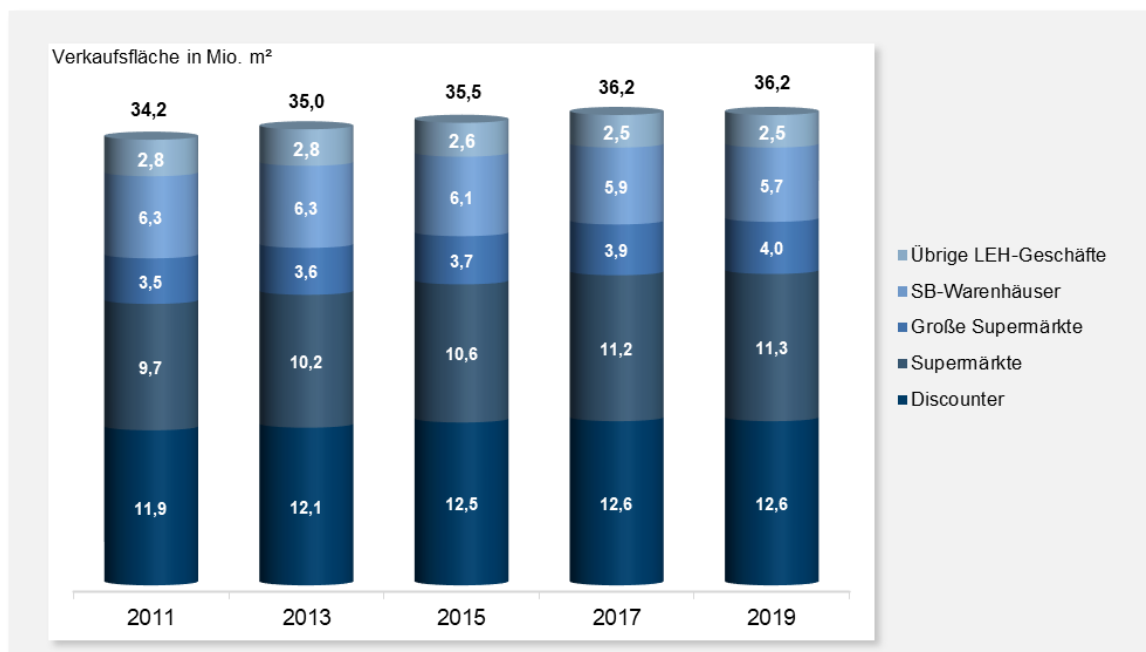
### 2.1. Entwicklungstrends

Die Zahl der Einwohner in Deutschland wird langfristig voraussichtlich abnehmen, die Menschen werden immer älter werden und in immer kleineren Haushalten leben. Gleichzeitig nimmt die Disparität zwischen wachsenden Metropolregionen und strukturschwachen Räumen mit starken Einwohnerrückgängen zu. Insbesondere für die urbane Bevölkerung ändert sich dabei das Mobilitätsverhalten deutlich, da das motorisierte Individualverkehrsmittel an Bedeutung verliert. Aus den demografischen Rahmenbedingungen und der zunehmenden Digitalisierung ergeben sich zudem geänderte Anforderungen, nicht zuletzt an den Lebensmitteleinzelhandel.

Die Trends im Lebensmitteleinzelhandel führen daher u. a. zu mehr Convenience-Produkten, zu einer zunehmenden Kombination von Gastronomie und Handel, zu mehr Service wie Kartenzahlung und Lieferservice. Im Wettbewerb um die Verbraucher werden auch die Trendthemen Regionalität, artgerechte Tierhaltung, vegane / vegetarische Ernährung und Vermeidung von Verpackungen, aber auch Eventmarketing, gastronomische Angebote oder soziales Engagement zunehmend aufgegriffen.

Das nahversorgungsbezogene Ausgabenbudget der Deutschen steigt seit Jahren an. Von den jährlichen Einzelhandelsausgaben in Deutschland von ca. 543,9 Mrd. € entfallen aktuell ca. 44 % auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren (ca. 238,5 Mrd. €).<sup>1</sup>

**Abbildung 1: Entwicklung der Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland**



Quelle: EHI Handelsdaten aktuell 2020, BBE-Darstellung 2022

Auf der Angebotsseite hat der Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland ebenfalls ein Wachstum zu verzeichnen. Wie die Abbildung 1 illustriert, ist die Verkaufsfläche des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland (ohne Spezialgeschäfte und nicht-organisierte Betriebe) von ca. 34,2 Mio. m<sup>2</sup> im Jahre 2011 auf ca.

<sup>1</sup> vgl. IfH-Brancheninformationssystem, Marktvolumen 2019, BBE-Berechnungen 2021

36,2 Mio. m<sup>2</sup> im Jahre 2019 angestiegen. Im statistischen Mittel steht jedem Bundesbürger somit eine Verkaufsfläche von ca. 0,44 m<sup>2</sup> zur Verfügung, wobei tendenziell geringere Ausstattungswerte gleichermaßen in Großstädten wie in ländlichen Gebieten festzustellen sind.

Besonders vom Flächenwachstum profitiert haben die Supermärkte (Supermärkte bis 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche + 17%, große Supermärkte + 14%) und Discountmärkte (+ 6%), während die SB-Warenhäuser (- 10%) und insbesondere die sonstigen, überwiegend kleinteiligen Betriebsformen (- 11%) Verkaufsflächen verloren haben. Mit der angekündigten Schließung von Real SB-Warenhäusern im Zuge des Verkaufs an SCP wird sich dieser Trend auch für die Großflächen weiter fortsetzen.

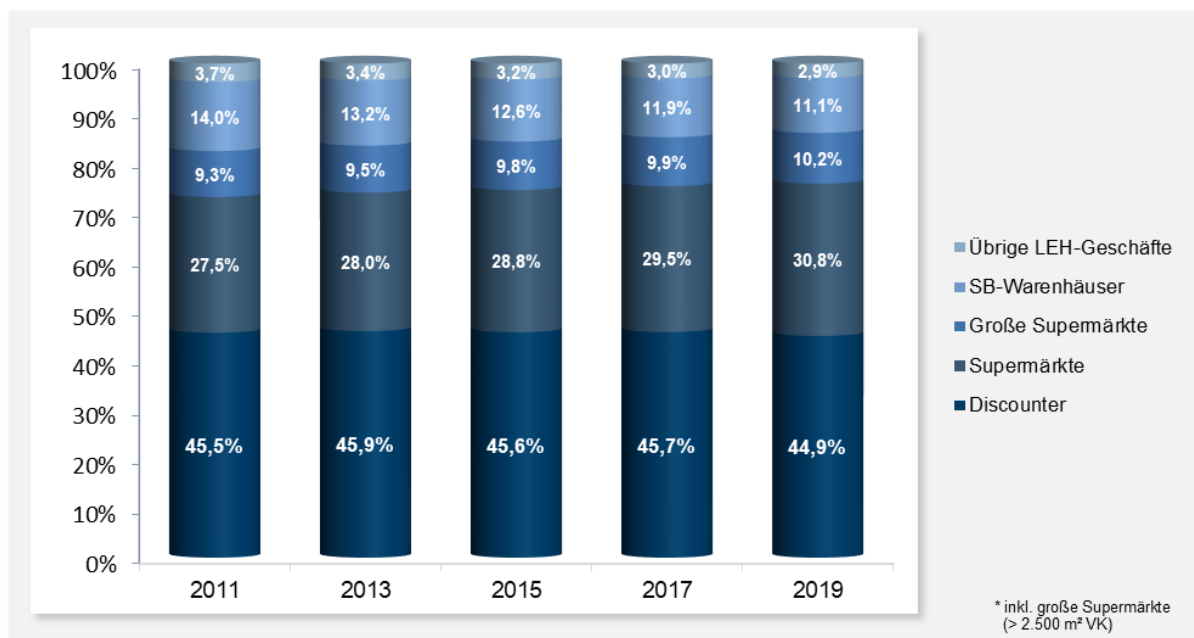
## 2.2. Distributionsstrukturen

Der Lebensmitteleinzelhandel wird wesentlich durch die Betriebstypen des Lebensmittelsupermarktes und -discountmarktes geprägt. So stehen in Deutschland 15.887 Discounter mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von ca. 790 m<sup>2</sup> ca. 12.176 Supermärkten mit durchschnittlich ca. 1.260 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche gegenüber<sup>2</sup>.

Der Marktanteil der SB-Warenhäuser ist seit vielen Jahren – trotz Umstrukturierungen (u. a. mehr Lebensmittel, weniger Non-Food-Artikel) und Schaffung zusätzlicher Serviceangebote (u. a. Selbstbedienungskassen, Abholstationen für online bestellte Waren) – rückläufig.

Das Aussterben der kleinen Lebensmittelgeschäfte mit weniger als 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche wird kaum aufzuhalten sein, wengleich vor allem in Hochfrequenzlagen kleinformatige Convenience-Geschäfte entstehen, die jedoch im Regelfall nicht für den Versorgungseinkauf aufgesucht werden.

**Abbildung 2: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel in Deutschland**



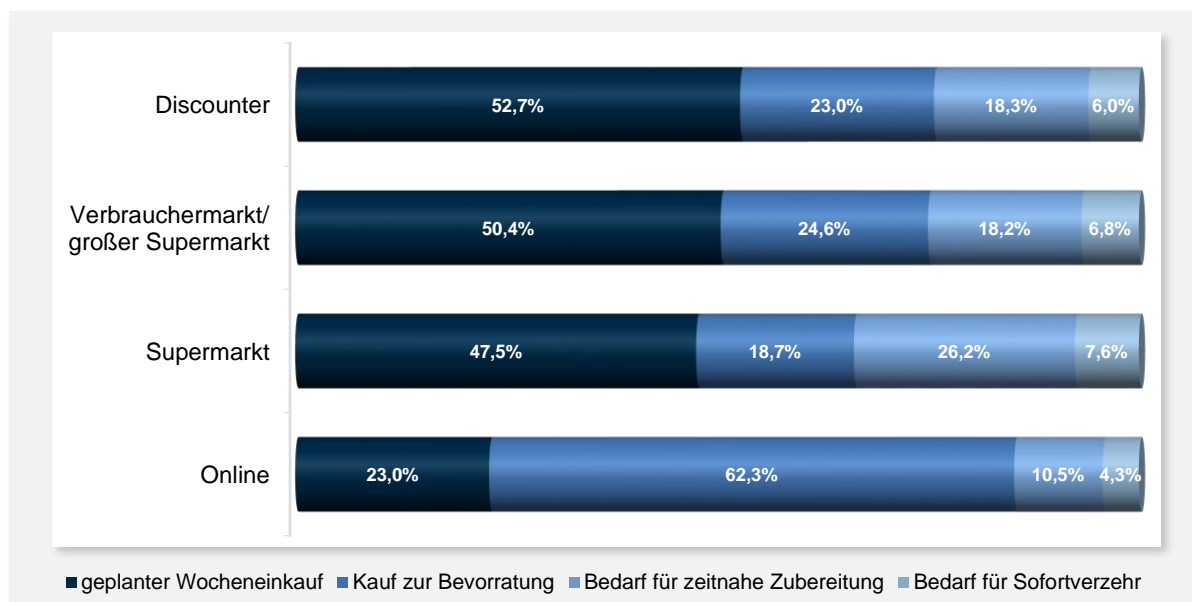
Quelle: EHI Handelsdaten aktuell 2020, BBE-Darstellung 2022

<sup>2</sup> vgl. EHI, Handelsdaten aktuell 2020, Stand: 2019 (inkl. große Supermärkte mit mehr als 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)

Die durchschnittliche Artikelzahl liegt bei den Discountern bei ca. 2.295, bei einem Supermarkt bei 11.830, große Supermärkte bieten durchschnittlich 25.005 Artikel und SB-Warenhäuser 48.870 Artikel.<sup>3</sup> Der Convenience-Store „Rewe To Go“ weist auf 100 – 300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ein Angebot von ca. 1.000 – 1.400 Artikeln mit Schwerpunkt bei verzehrfertigen Produkten, Getränken und einem begrenzten Sortiment an gängigen Waren des täglichen Bedarfs auf. Das Angebotskonzept wird ausschließlich in Hochfrequenzlagen wie großstädtischen Fußgängerzonen, Bahnhöfen, Flughäfen und Tankstellen umgesetzt.

Discountmärkte und Verbrauchermärkte / große Supermärkte werden von rd. drei Vierteln der Kunden für den regelmäßigen Versorgungseinkauf (Wocheneinkauf / Bevorratung) aufgesucht. Auch der Supermarkt dient der Grundversorgung, gleichzeitig ist der Anteil der „spontanen Kaufanlässe“ (zeitnahe Zubereitung / Sofortverzehr) mit etwa einem Drittel für diese Betriebsform deutlich höher. Demgemäß ist es den Supermarktbetreibern gelungen, in den letzten Jahren die Marktanteile auszubauen.

**Abbildung 3: Einkaufsanlässe nach Betriebstypen**



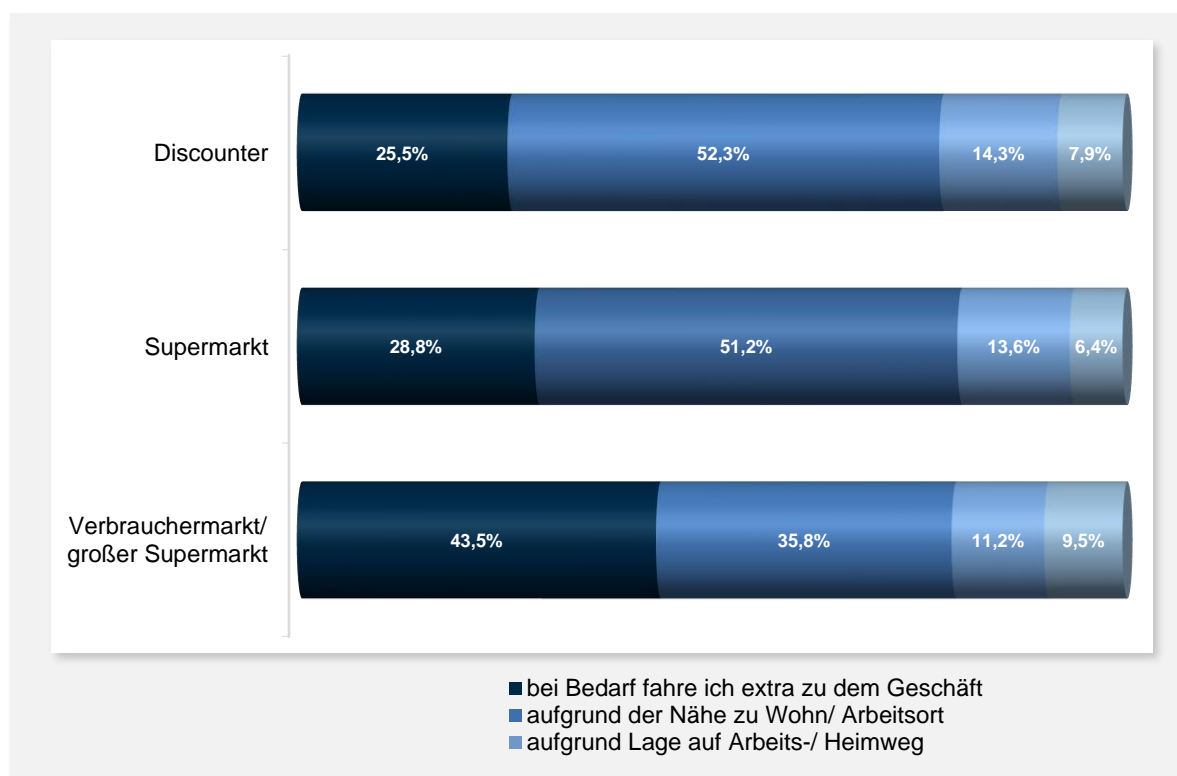
Quelle: HDE/IFH Handelsreport Lebensmittel 2018 (bevölkerungsrepräsentative Befragung 2018, 719 ≤ n ≤ 1.176), BBE-Darstellung 2022

Die Verbraucher präferieren den bequemen, wohnort- bzw. arbeitsortnahen Lebensmittel-Einkauf, sodass sie ein umfassendes Angebot in jedem Betriebstyp des Lebensmittelhandels erwarten. Das steht jedoch nicht im Widerspruch zu einer abnehmenden Kundentreue, da der mobile Kunde nicht nur in seinem Wohnumfeld, sondern auch am Arbeitsplatz oder auf dem Weg zwischen Wohn- und Arbeitsplatz bzw. in Verbindung mit anderen Erledigungen Lebensmittel/ Drogeriewaren einkauft. Andererseits sind die Kunden nicht nur auf eine Betriebsform fokussiert. So werden neben den Lebensmittelmärkten auch regelmäßig andere Angebote wie Fachhandel, Wochenmarkt/ Hof-Verkauf, Online-Handel oder Convenience-Handel aufgesucht, ohne dass sich feste Einkaufshäufigkeiten ergeben. Die Verbraucher wechseln anlassbezogen.

Vor diesem Hintergrund haben die Supermärkte und die Discounter kontinuierlich ihr Angebot und Erscheinungsbild geändert. Das Sortiment ist breiter und tiefer geworden, vor allem das Angebot frischer Waren wurde deutlich ausgebaut. Damit geht ein anhaltend steigender Verkaufsflächenbedarf einher.

Um die notwendige Kompetenz hinsichtlich Sortiment und Service zu vermitteln, verfügen die Discounter der neuesten Generation über min. 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, bei Supermärkten sind heute 1.500 - 3.000 m<sup>2</sup> üblich.

<sup>3</sup> EHI, Handelsdaten aktuell 2018, Stand: 2016

**Abbildung 4: Gründe für die Wahl des Betriebstyps**


Quelle: HDE/IFH Handelsreport Lebensmittel 2018 (bevölkerungsrepräsentative Befragung, 719 ≤ n ≤ 1.176), BBE-Darstellung 2022

Die Neuaufstellung der Lebensmittelmärkte hat nicht nur zu einem größeren Flächenbedarf geführt, sondern auch zu einer Diversifizierung des Sortiments. Die Supermärkte setzen verstärkt auf Bio, Regionalität und Gesundheit, während die Discounter ihr Frische-, Marken- und Bioangebot ausgebaut haben. Das Trading-up hat sich in Form wachsender Marktanteile und der Rückgewinnung jüngerer Konsumenten niedergeschlagen.

Der Markenkern der Supermärkte ist das umfassende Lebensmittelangebot mit Spezialitäten und unterschiedlichen Angebotsniveaus in Verbindung mit Aufenthaltsqualität und Serviceangeboten. Das „Trading-up“ im Lebensmitteleinzelhandel hat dazu geführt, dass die Verbraucher auch im Discountmarkt eine ansprechende Aufenthaltsqualität und ausreichende Auswahl z. B. an Bio-, Frische- und Markenwaren erwarten. Für die Discountmärkte steht dabei nach wie vor der Preis im Mittelpunkt der Vermarktungsstrategie, da z. B. mit dem Ausbau des Angebotes von Markenartikeln auch wieder der Preis als Profilierung dient. Die Preiswürdigkeit lässt sich besonders gut mit Produkten dokumentieren, die der Kunde als Markenprodukt schon aus dem Supermarkt kennt.

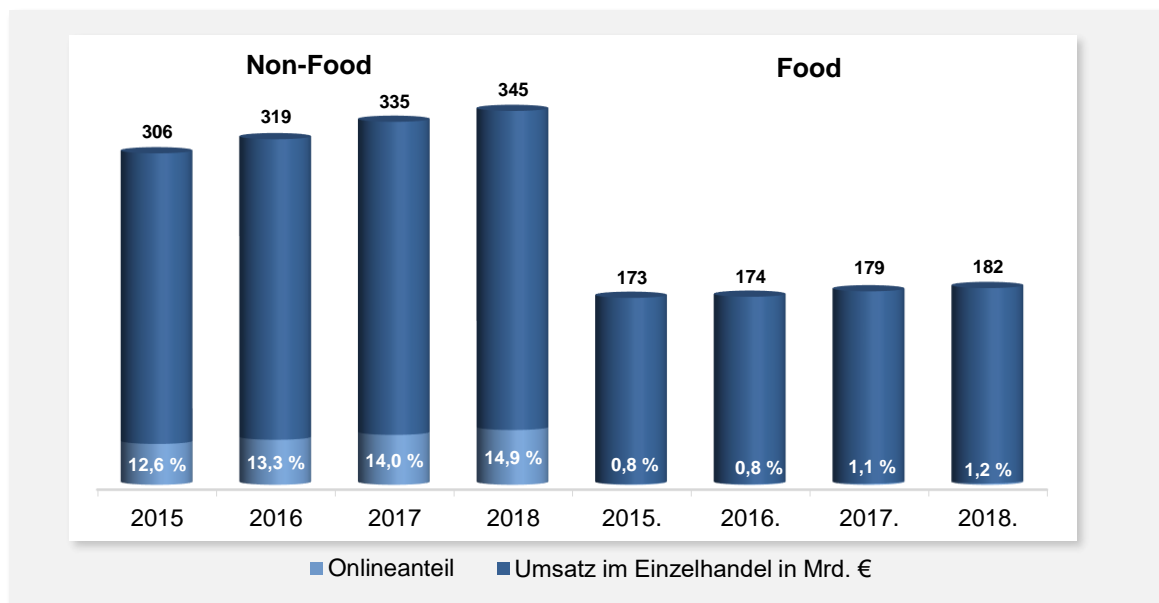
Die positive Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel geht mit einem Bedeutungszuwachs des Faktors Wohnortnähe einher. Im Durchschnitt können die deutschen Verbraucher innerhalb von fünf Fahrminuten bereits 5 - 6 Geschäfte erreichen. Angesichts der demografischen Rahmenbedingungen wird der Aspekt der Nähe zum Kunden bei der Standortwahl in den nächsten Jahren weiter an Bedeutung gewinnen, sodass auch neue Filialkonzepte (z. B. kleinere Lebensmittelmärkte in hochverdichteten Siedlungsstrukturen) realisiert werden.



### 2.3. Online-Einzelhandel mit Lebensmitteln

Im Gegensatz zu der Onlineentwicklung im Non-Food-Handel weist der Lebensmittelbereich nur eine geringe Onlinebedeutung auf. Aktuell liegt der Onlineanteil mit Nahrungs- und Genussmitteln bei ca. 1,2 % des Umsatzes, gegenüber dem Vorjahr konnte jedoch ein Umsatzzuwachs um 16 % erzielt werden. Dabei kann das Onlineangebot von „haltbaren Lebensmitteln“ z. T. deutlich höhere Marktanteile erzielen (z. B. Wein/ Sekt: ca. 6,2 %).<sup>4</sup>

**Abbildung 5: Onlineanteil Food/ Non-Food am Einzelhandel**



Quelle: HDE-Online-Monitor 2019 (Onlineanteil in %), BBE-Darstellung 2022

Hintergrund ist, dass bislang kein wirtschaftlich tragfähiges Konzept für den Onlinehandel mit Lebensmitteln existiert. Erprobt werden gleichermaßen die Lieferung an die Haustür der Kunden, Click & Collect oder Zustellung an verkehrsgünstig gelegene Abholstationen. Die Zustellung von Lebensmitteln ist jedoch zeit- und kostenaufwendig, sodass für die nahe Zukunft nur dann mit einem Durchbruch des Onlinehandels mit Lebensmitteln gerechnet werden kann, wenn eine betriebswirtschaftliche Lösung der Zustellung gefunden werden kann.

Gleichzeitig ist der wöchentliche Umsatz des (stationären) Lebensmitteleinzelhandels – abgesehen von Spitzenwerten vor Weihnachten, Ostern und Pfingsten – im Jahresverlauf relativ konstant und liegt bei durchschnittlich ca. 2,7 Mrd. € in Deutschland.<sup>5</sup>

Der stationäre Lebensmitteleinzelhandel ist damit wichtiger Bestandteil der regelmäßigen Grundversorgung der Bevölkerung. Eine differenzierte und gut erreichbare Nahversorgung ist wichtig für die Lebens- und Wohnqualität. Dabei messen die Verbraucher auch der Angebotsvielfalt eine hohe Bedeutung bei. Im Ergebnis erreicht der Onlinehandel (noch) keine ausreichende Rentabilität, da der stationäre Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland hinsichtlich Preis, Verfügbarkeit und Erreichbarkeit hohe Wettbewerbsvorteile aufweist. Gleichzeitig entfalten die Digitalisierung und der Onlinehandel jedoch wesentliche Auswirkungen auf die Filialkonzepte und die Standortwahl des stationären Lebensmitteleinzelhandels. Dabei steht die Kundennähe bei Angebot, Service, Standortwahl im Vordergrund.

<sup>4</sup> vgl. HDE-Online-Monitor 2019

<sup>5</sup> vgl. Nielsen, Wöchentlicher Umsatz im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland in KW 16/2018 bis KW 15/2019

### 3. Projektplanung und Projektdaten

Das Nahversorgungszentrum Willy-Brandt-Straße wird durch den Vollsortimenter REWE mit integriertem Bäcker und dem Lebensmitteldiscounter ALDI als wichtigste Anbieter geprägt. Ergänzend zu den beiden Lebensmittelmärkten existiert weiterhin ein KiK-Textildiscounter, ein Blumenladen, ein Döner-Imbiss, ein Zeitschriftenladen und ein Möbel- und Haushaltwarengeschäft mit bereits gebrauchten Waren.

#### Erweiterung der Lebensmittelmärkte – Planungsstand seit Mai 2022

Der Vollsortimenter REWE verfügt über eine Verkaufsfläche von 1.333 m<sup>2</sup> und der Lebensmitteldiscounter ALDI von 680 m<sup>2</sup>. Die Verkaufsfläche des ALDI-Marktes soll auf 1.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche erweitert werden und die perspektivische Verkaufsfläche des REWE-Marktes wird auf Basis der Versorgungsfunktionen des Standorts im Abschnitt 9 abgeleitet.

Das Angebotskonzept der Lebensmittelmärkte soll auch nach der Verkaufsflächenerweiterung vorrangig auf Lebensmittel sowie Non-Food I-Sortimente ausgerichtet sein, der Verkaufsflächenanteil der Non-Food II-Sortimente liegt entsprechend der Angebotskonzepte von REWE und ALDI unter 10%<sup>6</sup>.

In der nachstehenden Abbildung ist der Lageplan des Projektvorhabens dargestellt. Der bestehende KiK-Markt wird in den westlichen Bereich verlagern, damit sich die Verkaufsfläche des ALDI-Marktes in östlicher Richtung erweitern kann.

**Abbildung 6: Lageplan Projektstandort Georg-Schlesinger-Straße in Cottbus**



Quelle: Seidel Architekten

<sup>6</sup> Non-Food I-Sortimente umfassen Drogeriewaren und Heimtierbedarf, insbesondere Tiernahrung. Unter die Non-Food II-Waren fallen in Lebensmittelmärkten alle Produkte, die keine Lebensmittel (Food-Waren) und auch nicht nahversorgungsrelevant (Non-Food I-Waren) sind. Unter Non-Food II-Waren fallen somit u.a. Haus- und Heimtextilien, Bekleidung, Schuhe, Sportartikel, die in wöchentlich wechselnden Aktionen angeboten werden. Die angebotenen Waren sind dabei im Gegensatz zum Fachhandel dem Discountbereich zuzuordnen

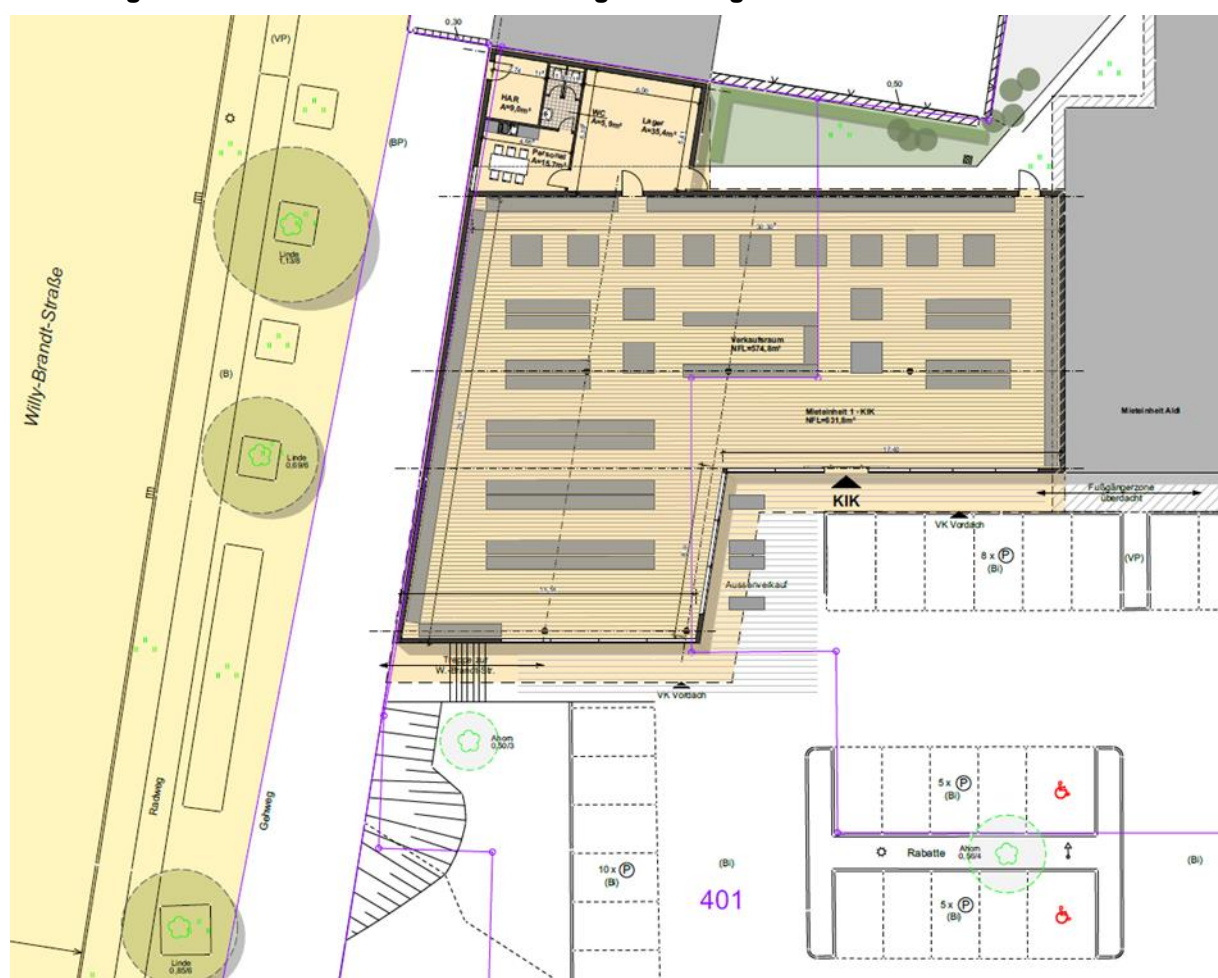
### Erweiterung des Textildiscounters – Planungsstand Januar 2023

In der bisherigen Planung war für den Textildiscounter lediglich eine Verlagerung innerhalb des Nahversorgungszentrums vorgesehen. Gemäß aktuellem Planungsstand wird sich der Textildiscounter jedoch von einer bisherigen Verkaufsfläche von ca. 420 m<sup>2</sup> (BGF ca. 540 m<sup>2</sup>) auf zukünftig ca. 575 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (BGF ca. 632 m<sup>2</sup>) erweitern, dafür entfällt eine bisher vorgesehene Mieteinheit für einen Friseur.

Das Angebotskonzept des Textildiscounters KiK konzentriert sich im Schwerpunkt auf Bekleidung, zunehmend werden aber Randsortimente aus einer Vielzahl von Non-Food-Sortimenten aufgenommen (Küche & Haushalt, Bürobedarf, Spielwaren, Garten & Balkon, Sport & Freizeit, Heimtier), allerdings jeweils nur mit einzelnen ausgewählten, auch wöchentlich wechselnden Artikeln (vergleichbar Aktions assortimente).

In der nachstehenden Abbildung ist der Lageplan des Projektvorhabens dargestellt. Der bestehende KiK-Markt wird in den westlichen Bereich verlagern, damit sich die Verkaufsfläche des ALDI-Marktes in östlicher Richtung erweitern kann.

**Abbildung 7: Grundriss KiK am Standort Georg-Schlesinger-Straße in Cottbus**



Quelle: Seidel Architekten

Gemäß Stellungnahme der Stadt Cottbus vom 13.10.2022 liegt die Verkaufsflächendimensionierung des KIK bereits gegenwärtig über die als Regelgröße für zentrenrelevante Anbieter in Nahversorgungszentren anzusetzende Größendimensionierung eines Cottbuser Nachbarschaftsladens (300 m<sup>2</sup>). Folglich ist eine zusätzliche Erweiterung in die gutachterliche Prüfung aufzunehmen.

## Auswirkungsanalyse – Erweiterung Nahversorgungszentrum Willy-Brandt-Straße in Cottbus

Insgesamt verfügt das Nahversorgungszentrum zukünftig über sechs Anbieter (KiK, ALDI, REWE und drei Fachgeschäfte am REWE-Baukörper).

Die nachfolgenden Abbildungen zeigen die Projektimmobilien:

### Abbildung 8: Ansichten Projektstandort



Quelle: eigene Aufnahmen, April 2022

Insgesamt stehen 108 Parkplätze für die Pkw-Erreichbarkeit zur Verfügung. Die Stellplätze können südlich von der Georg-Schlesinger und nördlich von der Thomas-Müntzer-Straße angefahren werden. Eine Erweiterung der Stellplätze infolge der Erweiterung der Verkaufsfläche ist nicht geplant.

Zusammenfassend sind folgende Aspekte für die städtebauliche Bewertung des Projektvorhabens maßgeblich:

- Umsatzbindung und -herkunft des Projektvorhabens,
- absatzwirtschaftliche Auswirkungen der Umsatzbindung sowie resultierende Marktstellung nach Erweiterung der Lebensmittelmärkte und des Textildiscounters,
- Bewertung städtebaulicher Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sowie auf die weiteren Nahversorgungsstrukturen in Cottbus,
- Einbindung des Projektvorhabens in die bestehenden Versorgungsstrukturen.



## 4. Makrostandort Cottbus

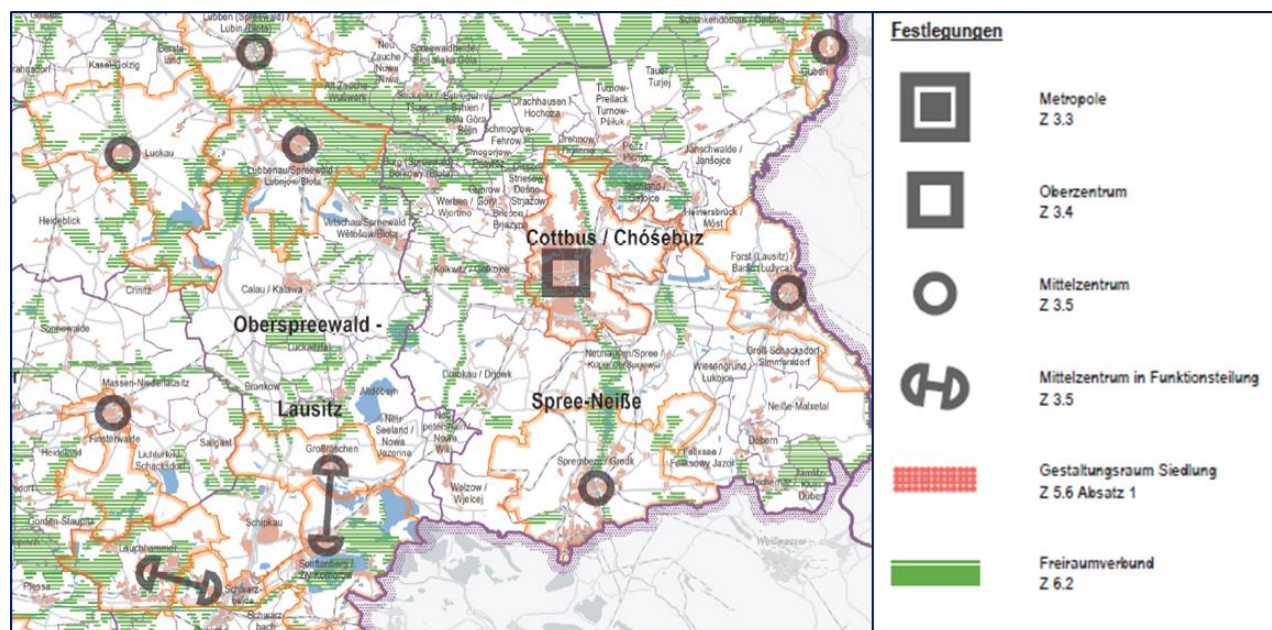
Für die Bewertung der Einzelhandelssituation in der Stadt Cottbus werden zunächst die Rahmenbedingungen dargestellt, die sich direkt oder indirekt auf die Positionierung, Kaufkraftströme und somit auch auf die Entwicklungschancen des Einzelhandelsstandorts Cottbus auswirken können.

### Regionale Lage und zentralörtliche Bedeutung

Die kreisfreie Stadt Cottbus liegt im südöstlichen Teil des Landes Brandenburg. Cottbus ist nach der Landeshauptstadt Potsdam die zweitgrößte Stadt im Land Brandenburg. Nach aktuellem Bevölkerungsstand leben 98.530 Einwohner in Cottbus. In der Stadt ist eine Vielzahl national und international agierender Unternehmen angesiedelt. Mit der Brandenburgischen Technischen Universität Cottbus-Senftenberg verfügt Cottbus zudem über eine bedeutsame wissensbasierte und innovationsfördernde Einrichtung.

Auf Grund der Lage an der mittleren Spree, zwischen dem Lausitzer Grenzwall im Süden und dem Spreewald im Norden sowie den Entwicklungszielen „Cottbuser Ostsee“ im Nordosten verfügt Cottbus über besondere naturräumliche Vorzüge. Die Gesamtfläche der Stadt beträgt 165 km<sup>2</sup>. Die Ausdehnung der Stadt in Nord-Süd-Richtung beträgt 19,2 km und in Ost-West-Richtung 15,6 km.

### Karte 1: Zentrale-Orte System gemäß LEP HR



Quelle: Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion (LEP HR) 2017, Karte: Metropole, Ober- und Mittelzentren (Ausschnitt),

Zum 1. Juli 2019 ist der Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR) in Kraft getreten und hat den Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg (LEP B-B) abgelöst. Im LEP HR wird die bisherige oberzentrale Funktion der Stadt Cottbus bestätigt.<sup>7</sup> Damit hat die Stadt für die Bevölkerung eines größeren Verflechtungsraumes weitreichende Versorgungsaufgaben wahrzunehmen, die über den Bedarf der ortsansässigen Bevölkerung hinausgehen.

Im Gegensatz zum Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg werden im Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion keine definierten Mittelbereiche mehr ausgewiesen. Zum definierten Mittelbereich von Cottbus

<sup>7</sup> Gesetz- und Verordnungsblatt für das Land Brandenburg Teil II - Nr. 35 vom 13. Mai 2019, Z 3.5 S. 23.

gehörten im LEP B-B die Gemeinden Neuhausen (Spree), Drebkau, Kolkwitz und das Amt Burg (Spree). Die Verflechtungsbereiche sind gemäß LEP HR „künftig bedarfsadäquat festzustellen“.

Grundsätzlich sollen in Oberzentren die hochwertigen Raumfunktionen der Daseinsvorsorge mit überregionaler Bedeutung konzentriert werden, dies betrifft u.a. die Einzelhandelsfunktionen. Die Sicherung bzw. auch Qualifizierung der vorhandenen vielfältigen Angebote an Gütern und Leistungen des spezialisierten Bedarfs entsprechend dem Nachfragepotenzial ist eine wesentliche Aufgabenstellung. Gradmesser für Umfang und Intensität der vom Einzelhandel ausgehenden Versorgungstätigkeiten ist die „Einzelhandelszentralität“. Diese ergibt sich aus dem Verhältnis von Kaufkraftbindung in der Stadt und regionalem Kaufkraftzufluss von außerhalb bzw. Kaufkraftabfluss aus der Stadt Cottbus. Der Zentralitätsgrad einer Stadt gibt demnach an, welche Bedeutung der ansässige Einzelhandelsbesatz für die Versorgung der in der Stadt und in den umliegenden Gebieten ansässigen Bevölkerung hat. Die Zentralitätskennziffer ist dabei als Saldo zu sehen, ein Wert unter 100 zeigt an, dass Kaufkraft aus dem Stadtgebiet abfließt während ein Wert über 100 zusätzliche regionale Kaufkraftzuflüsse aufzeigt. Die Zentralitätskennziffer von 128,9% für Cottbus zeigt demnach deutliche Kaufkraftzuflüsse auf.

### **Verkehrliche Erreichbarkeit**

An das überregionale Straßennetz besteht Anschluss durch verschiedene Bundesautobahnen. Die Bundesautobahn A15 (Forst – Cottbus – Dreieck Spreewald) fungiert als wichtige Ost-West-Verkehrsachse. Die Anbindung erfolgt über die Anschlüsse Cottbus-West und Cottbus-Süd. Über die BAB 15 kann Cottbus in kurzer Fahrzeit von den Städten Calau, Vetschau und Forst aus erreicht werden. Mit der Anbindung an die A13 am Dreieck Spreewald, ist auch die Verkehrsverbindung nach Berlin und Dresden gewährleistet.

Per Bahn ist Cottbus an das überregionale und regionale Schienennetz angegliedert. Wesentliche Bahnverbindungen bestehen nach Berlin, Dresden, Emden, Frankfurt/Oder, Forst (Lausitz), Görlitz, Leipzig und Norddeich Mole.

Der öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV) innerhalb der Stadt Cottbus besteht aus diversen Straßenbahn- und Buslinien der Cottbusverkehr GmbH (CV). Der Großteil der einzelnen Cottbuser Ortsteile ist durch einen dichten Takt an das Netz angeschlossen.

Somit existieren sehr gute verkehrliche Verbindungen sowohl innerhalb von Cottbus als auch zwischen der Stadt Cottbus und den Kommunen des Umlands bzw. der Region. Diese Verkehrsanbindungen begünstigen enge räumlich-funktionale Verflechtungen zwischen Cottbus und den Nachbarkommunen. Als Wirtschafts-, Dienstleistungs- und Verwaltungsstandort hat Cottbus eine große Bedeutung für das eher ländlich strukturierte Umland.

### **Bevölkerungs- und Siedlungsstrukturen**

Gemäß der Daten des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg lebten zum Stichtag 30.11.2021 insgesamt 98.530 Einwohner im Stadtgebiet von Cottbus.

Cottbus zeigte in den letzten Jahren eine relativ stabile Bevölkerungsentwicklung, so stellte sich seit 2012 nur ein sehr leichter Bevölkerungsrückgang von 1,3% dar. Das Land Brandenburg verzeichnete im selben Zeitraum ein stetiges, leicht positives Bevölkerungswachstum von knapp 4%.

Betrachtet man die prognostizierte künftige Entwicklung bis 2030, so geht die kommunale Prognosevariante „Digitale Stadt“, welche die Grundlage für kommunale Konzepte und Planungen bildet, von einem Bevölkerungswachstum auf etwa 103.880 Einwohner bis zum Jahr 2030 aus. Das Landesamt für Bauen und Verkehr erwartet hingegen einen Einwohnerrückgang bis zum Jahr 2030 auf 95.300 Einwohner. Dies steht im Gegensatz zur Prognose für das Land Brandenburg, für das eine stabile Einwohnerentwicklung erwartet wird.

**Tabelle 1: Einwohnerentwicklung der Stadt Cottbus und des Landes Brandenburg**

Einwohnerentwicklung	Einwohner Stadt Cottbus		Einwohner Landkreis Spree-Neiße		Einwohner Brandenburg	
	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %
31.12.2012	99.818	-	120.178	-	2.449.511	-
31.12.2013	99.448	-0,4	118.899	-1,1	2.449.193	0,0
31.12.2014	99.284	-0,5	118.030	-1,8	2.457.872	0,3
31.12.2015	99.519	-0,3	117.635	-2,1	2.484.826	1,4
31.12.2016	100.332	0,5	116.826	-2,8	2.494.648	1,8
31.12.2017	100.945	1,1	115.456	-3,9	2.504.040	2,2
31.12.2018	100.148	0,3	114.429	-4,8	2.511.917	2,5
31.12.2019	99.614	-0,2	113.720	-5,4	2.521.893	3,0
31.12.2020	98.693	-1,1	113.164	-5,8	2.531.492	3,3
30.11.2021	98.530	-1,3	112.069	-6,7	2.539.373	3,7
<b>Prognose Stadt Cottbus "Digitale Stadt"</b>						
<b>2030</b>	103.882	4,1				
<b>Prognose Landesamt für Bauen und Verkehr</b>						
<b>2030</b>	95.300	-4,5	101.755	-15,3	2.539.221	3,7

Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Bevölkerungsfortschreibung auf Basis der Zensusergebnisse vom 9. Mai 2011 für die Jahre 2012 bis 2020, Statistischer Bericht: Bevölkerungsentwicklung und Bevölkerungsstand im Land Brandenburg November 2021, kommunale Einwohnerstatistik der Stadt Cottbus sowie Bevölkerungsvorausschätzung 2020-2030 des LBV 2021 und Bevölkerungsprognose Cottbus 2018-2040.

Prägend für die Cottbuser Stadtstruktur sind eine starke Nord-Süd-Ausdehnung sowie die Trennung der Stadt durch weiträumige Bahnanlagen. Diese spezifische Struktur hat Auswirkungen auf die stadträumliche Verknüpfung und spiegelt sich letztlich auch in der Einzelhandelsstandortstruktur wider.

Das Stadtgebiet von Cottbus gliedert sich in die fünf Stadtgebiete Mitte, Ost, Süd, West und Nord. Diese verfügen über insgesamt 19 Ortsteile und spiegeln eine große Bandbreite der Siedlungsstruktur wider.

Das Stadtgebiet Mitte umschließt das historische, wirtschaftliche und kulturelle Zentrum der Stadt. Es repräsentiert, vor allem in Verbindung mit der Altstadt, den urbanen Stadtkern von Cottbus. Die sechs Ortsteile des Stadtgebietes Nord verzeichnen überwiegend nur geringe Einwohnerzahlen, sind jedoch flächenmäßig ausgedehnt und verfügen weitgehend über dörfliche Strukturen. Die kleinteilige Bebauung dominiert in diesen Ortsteilen. Eine Ausnahme bildet der zugehörige Ortsteil Schmellwitz mit einem Bevölkerungsanteil von rd. 14% an der Gesamtstadt. Der im Wesentlichen aus dem Wohngebiet Neu-Schmellwitz bestehende Ortsteil weist folglich auch eine weitestgehend in industrieller Bauweise errichtete Gebäudestruktur auf. Das Stadtgebiet West, das den bevölkerungsreichsten Ortsteil Ströbitz der Stadt Cottbus umschließt, ist historisch gewachsenen und damit in seiner räumlichen Struktur nicht homogen. Neben verdichteten Wohnquartieren sind geringer besiedelte Teilräume, mit dem Brunshwig-Park auch Grünanlagen und eine fast dörfliche Struktur im Bereich der Kolkwitzer Straße / Ströbitzer Hauptstraße vorzufinden. Brachliegende Grundstücksflächen auf denen ehemals Industriebetriebe angesiedelt waren, prägen auch noch Teilbereiche des Stadtgebietes. Die Wohnfunktion steht in den Ortsteilen des Stadtgebietes Ost, in dem sich auch der Projektstandort befindet, im Vordergrund. Der Ortsteil Branitz wird zudem durch den Landschaftspark geprägt und besitzt in Folge dessen auch eine touristische Relevanz. Der Ortsteil Sandow stellt den bevölkerungsreichsten Ortsteil im Stadtgebiet Ost dar (rd. 15% Bevölkerungsanteil an der Gesamtstadt) und verfügt durch seine Lage zwischen Innenstadt, den ausgedehnten Parkflächen des Branitzer Parks / Spreeauenparks und zukünftig auch der Cottbuser Ostsee über eine besondere Lagegunst. Das Stadtgebiet Süd ist das bevölkerungsstärkste Stadtgebiet von Cottbus. Darunter umfassen die beiden großen Ortsteile Sachsendorf und Spremberger Vorstadt bereits rd. 81% des Bevölkerungspotenzials des Stadtgebietes Süd,

während die weiteren Ortsteile nur geringe Einwohnerzahlen aufweisen, die aus dem dörflichen Ursprung der ehemals selbstständigen Gemeinden resultieren.

Das unmittelbare Umland, der Cottbus komplett umschließende Landkreis Spree-Neiße, ist überwiegend ländlich strukturiert und dünn besiedelt. Zu den größten Gemeinden zählen die Städte Spremberg, Forst (Lausitz) und Guben.

### Pendlersituation und touristisches Potenzial

Eine für den Einzelhandel bedeutende Größe in einer Kommune stellen die Ein- und Auspendler dar. Da sich Beschäftigte tagsüber, vor allem aber auf dem Nachhauseweg am Abend, versorgen, kommt diese Kaufkraft teilweise auch dem Einzelhandel am Arbeitsort zu Gute. Dies betrifft verstärkt den Lebensmittel Einzelhandel. Vor allem Einzelhandelsbetriebe mit längeren Öffnungszeiten können dabei die Kaufkraft verstärkt vor Ort binden. Die tägliche Einpendlerzahl der Stadt Cottbus beträgt 23.093, demgegenüber sind 13.174 Auspendler zu konstatieren. Daraus errechnet sich ein deutlich positives Pendlersaldo von 10.396.<sup>8</sup> Dieses positive Pendlersaldo zeigt die wirtschaftliche Rolle der Stadt Cottbus als Oberzentrum.

**Tabelle 2: Touristische Kennzahlen**

Tourismus	Ankünfte		Übernachtungen		Durchschn. Aufenthaltsdauer	
	Stadt Cottbus	Reisegebiet Spreewald	Stadt Cottbus	Reisegebiet Spreewald	Stadt Cottbus	Reisegebiet Spreewald
Jahr	abs.	abs.	abs.	abs.	Tage	Tage
31.12.2015	137.710	653.555	240.221	1.699.090	1,7	2,6
31.12.2016	146.041	713.559	260.345	1.847.415	1,8	2,6
31.12.2017	150.806	733.565	276.218	1.863.555	1,8	2,5
31.12.2018	146.108	767.934	266.552	1.972.256	1,8	2,6
31.12.2019	150.488	802.932	281.660	2.098.234	1,9	2,6
31.12.2020	83.602	565.515	164.111	1.641.801	2,0	2,9
<b>Entw. 2015-2019</b>	<b>9%</b>	<b>23%</b>	<b>17%</b>	<b>23%</b>		
<b>Entw. 2015-2020</b>	<b>-39%</b>	<b>-13%</b>	<b>-32%</b>	<b>-3%</b>		

Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Tourismusstatistik

Die Stadt Cottbus bietet aufgrund der städtischen kulturellen Infrastruktur und der geographischen Lage, unmittelbar angrenzend an den Spreewald ein attraktives Spektrum für eine touristische Nachfrage. Die relevanten Kennzahlen belegen die touristische Bedeutung der Stadt Cottbus. Mit Ausnahme des Jahres 2018 ist bei der Zahl der Ankünfte und Übernachtungen im Zeitraum von 2015 bis 2019 eine stetige Zunahme zu verzeichnen. Insgesamt ist die Zahl der Ankünfte in diesem Zeitraum um 9% gestiegen, die Übernachtungen sogar um 17%. Diese Werte bleiben zwar hinter den Entwicklungen im Reisegebiet Spreewald (+23% bei den Ankünften und Übernachtungen), zeigen jedoch einen deutlichen positiven Trend auf. Auch die durchschnittliche Aufenthaltsdauer ist in der Stadt Cottbus seit 2015 von 1,7 Tage auf 1,9 Tage gestiegen, während sie im Reisegebiet Spreewald relativ konstant bei 2,6 Tagen geblieben ist. Im Jahr 2020 gingen die Zahl der Ankünfte und Übernachtungen pandemiebedingt nach unten.

<sup>8</sup> Arbeitsmarkt in Zahlen – Beschäftigungsstatistik, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort mit Pendlerdaten, 30.06.2021, Bundesagentur für Arbeit

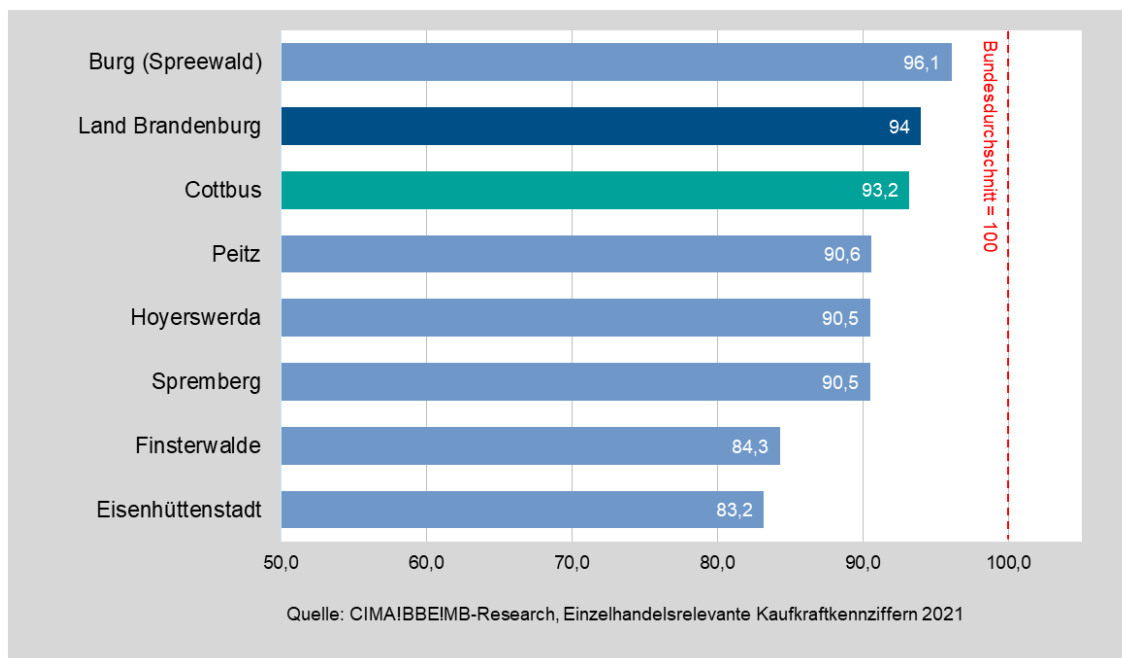


### Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Diese Kennzahl spiegelt letztlich auch die Wirtschaftskraft einer Gemeinde oder Region wider. Die Kennziffer gibt unabhängig von der Größe der Gemeinde das verfügbare Netto-Einkommen pro Einwohner im Verhältnis zum Gesamt-Einkommen der Bundesrepublik (= 100) an, welches explizit für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht.

Die Berechnungsbasis der Kaufkraftkennziffern sind die Ergebnisse der amtlichen jährlichen Lohn- und Einkommenssteuerstatistik. In diese Kennziffer sind ebenfalls staatliche Transferleistungen wie Kindergeld, Wohngeld, Arbeitslosenunterstützung, BAföG, Renten etc. einbezogen. Private Ersparnisse in Form von Bankguthaben oder Wertpapierhaltung sowie der Verschuldungsgrad der Haushalte sind in dieser Einkommensberechnung nicht enthalten.

**Abbildung 9: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im städtischen Vergleich**



Für die Stadt Cottbus errechnet sich eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von 93,2, die einzelhandelsrelevanten Ausgaben liegen somit 6,8 %-Punkte unter dem Bundesdurchschnitt. Innerhalb der Region nimmt die Stadt damit jedoch einen überdurchschnittlichen Stellenwert ein und bleibt nur knapp unter dem Landesdurchschnitt von Brandenburg (94,0). Insbesondere die Städte Finsterwalde und Eisenhüttenstadt weisen mit Werten knapp über 80 nur ein geringes Kaufkraftniveau auf.

### Zielvorstellung zur gesamtstädtischen Standortsteuerung im Einzelhandel

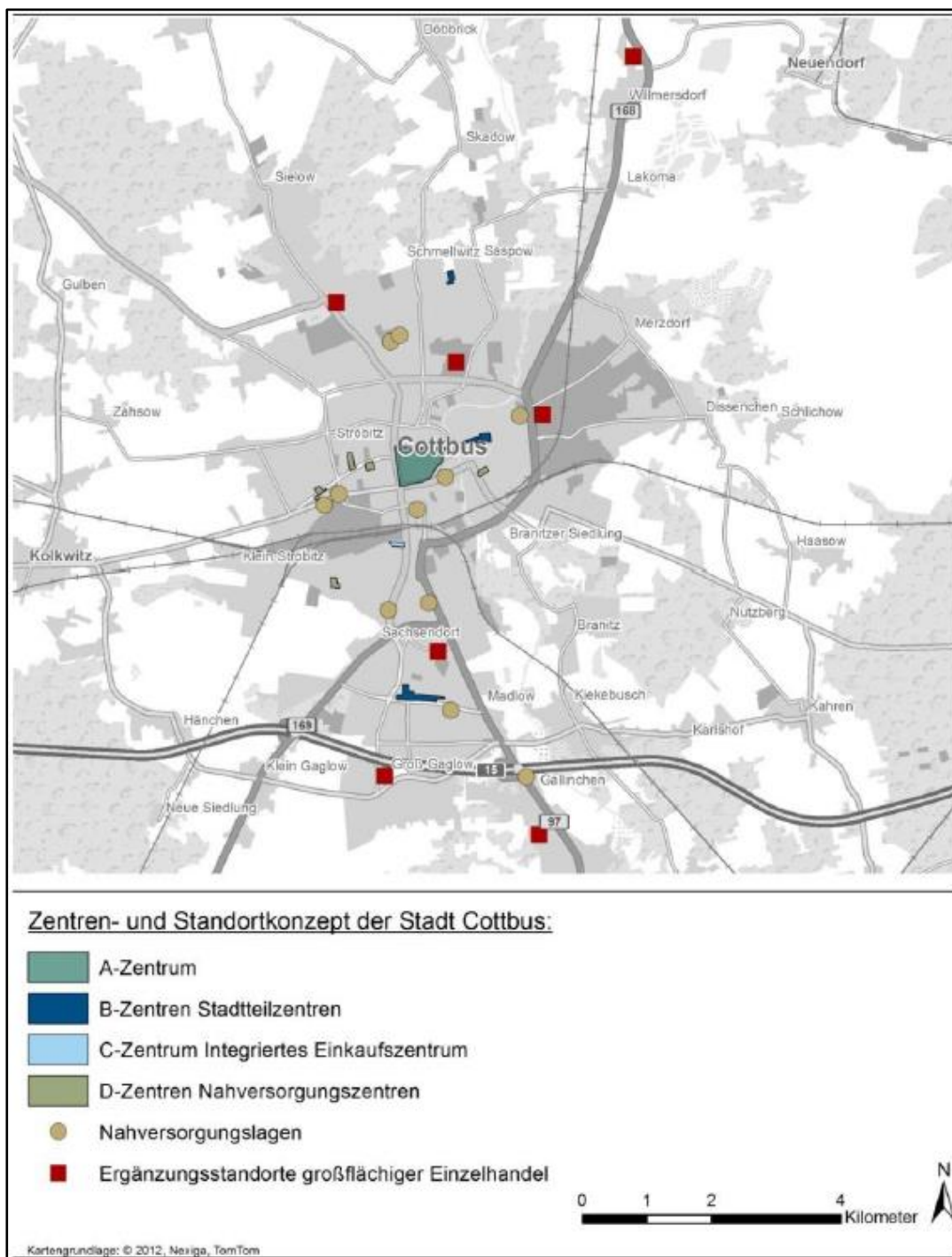
Die Stadt Cottbus hat unter Berücksichtigung städtebaulicher Zielvorstellungen sowie wirtschaftlicher und demographischer Rahmenbedingungen die Leitvorstellungen und Grundsätze der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung im Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2015 definiert. Danach ist der Entwicklung der ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche und der Sicherung einer wohnortnahen Grundversorgung oberste Priorität einzuräumen. In einem hierarchisch gegliederten System weist die Stadt Cottbus ein A-Zentrum Innenstadt Cottbus, drei Stadtteilzentren (B-Zentren) ein C-Zentrum sowie fünf Nahversorgungszentren (D-Zentren) als zentrale Versorgungsbereiche im Sinne der Rechtsprechung aus.

Auswirkungsanalyse – Erweiterung Nahversorgungszentrum Willy-Brandt-Straße in Cottbus

Diese werden funktional ergänzt zum einen durch integrierte Nahversorgungslagen, zum anderen durch Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels. Der Projektstandort wurde als Ergänzungsstandort Lausitz Park / Am Seegraben eingestuft.

Die nachstehende Abbildung zeigt die räumliche Verteilung der zentralen Versorgungsbereiche und ergänzenden Versorgungsstandorte innerhalb des Cottbuser Stadtgebietes.

**Abbildung 10: Räumliche Struktur des Zentren- und Standortkonzeptes der Stadt Cottbus**



Der Projektstandort wurde als D-Zentrum (Nahversorgungszentrum) eingeordnet mit Nahversorgungsfunktionen im südlichen Bereich von Sandow sowie für die Ortsteile Branitz.

**Fazit zum Makrostandort Cottbus:**

- Die Stadt Cottbus wird als Oberzentrum ausgewiesen und besitzt somit eine überregionale Bedeutung mit weiterreichenden Versorgungsfunktionen.
- Die Bevölkerungsentwicklung weist im Zeitraum zwischen 2012 und 2021 Schwankungen auf, insgesamt ist jedoch nur ein geringer Rückgang um 1,3% zu verzeichnen.
- Bis zum Jahr 2030 wird für die Stadt Cottbus im kommunalen Szenario „Digitale Stadt“ eine Bevölkerungszunahme um rd. 4,1% gegenüber dem Jahr 2012 erwartet. Die Prognose des Landesamtes für Bauen und Verkehr rechnet hingegen mit einem Bevölkerungsrückgang von 4,5%.
- Die Stadt Cottbus ist wichtiger Wirtschafts- und Arbeitsstandort mit Ausstrahlungseffekten in die Region und besitzt neben der städtischen kulturellen Infrastruktur auch insbesondere aufgrund der Nähe zum Spreewald eine touristische Relevanz.
- Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau der Stadt Cottbus liegt mit 93,2 nur knapp unterhalb des Brandenburger Durchschnittswertes (94), liegt im regionalen Vergleich jedoch leicht über dem Niveau umliegender Städte und Gemeinden.
- Das hierarchisch gegliederte Zentren- und Standortkonzept der Stadt Cottbus weist neben dem A-Zentrum Innenstadt auch B- bis D-Zentren als weitere zentrale Versorgungsbereiche aus. Ergänzt werden diese durch Nahversorgungslagen und Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels, die ergänzende Versorgungsfunktionen übernehmen. Der Projektstandort wurde als D-Zentrum ausgewiesen.



## 5. Mikrostandortanalyse

Neben der Analyse des Makrostandortes stellt die Mikrostandortanalyse den zweiten wichtigen Teil der Standortbewertung dar. Damit werden insbesondere die Aspekte der Lage und der verkehrlichen Erreichbarkeit thematisiert. Der Mikrostandort ist insbesondere auch für die Abgrenzung des Einzugsgebietes und für die Wechselwirkung mit weiteren Anbietern im Untersuchungsgebiet von Relevanz.

### Lage des Projektstandortes und Nutzungsumfeld

Der Projektstandort liegt im Ortsteil Sandow südlich der Dissenchener Straße an der Willy-Brandt-Straße / Georg-Schlesinger-Straße. Das direkte Umfeld des Projektstandorts wird vorwiegend von mehrgeschossigen Wohngebäuden geprägt. Weiterhin bestehen im direkten Umfeld mehrere Schulen, eine Autowerkstatt mit Fahrschule, ein Wohn- und Geschäftshaus mit einem Nagelstudio in der Ladenzeile sowie ein Café. Aufgrund der Lage zwischen Wohngebäuden ist zweifellos eine städtebaulich integrierte Lage gegeben.

### Karte 2: Lage des Projektstandortes und Nutzungen im direkten Umfeld



#### Mikrostandort

 Projektstandort



Quelle: © OpenStreetMap contributors,  
Map layer by Esri, BBE Handelsberatung 2022

**Abbildung 11: Projektstandort mit Verkehrsanbindung und Standortumfeld**


Wohngebäude Georg-Schlesinger Str.



Wohngebäude Willy-Brandt-Straße



Wohn- und Geschäftshaus Willy-Brandt-Str.



Werkstatt &amp; Fahrschule Willy-Brandt-Str.



Haltestelle Georg-Schlesinger-Straße

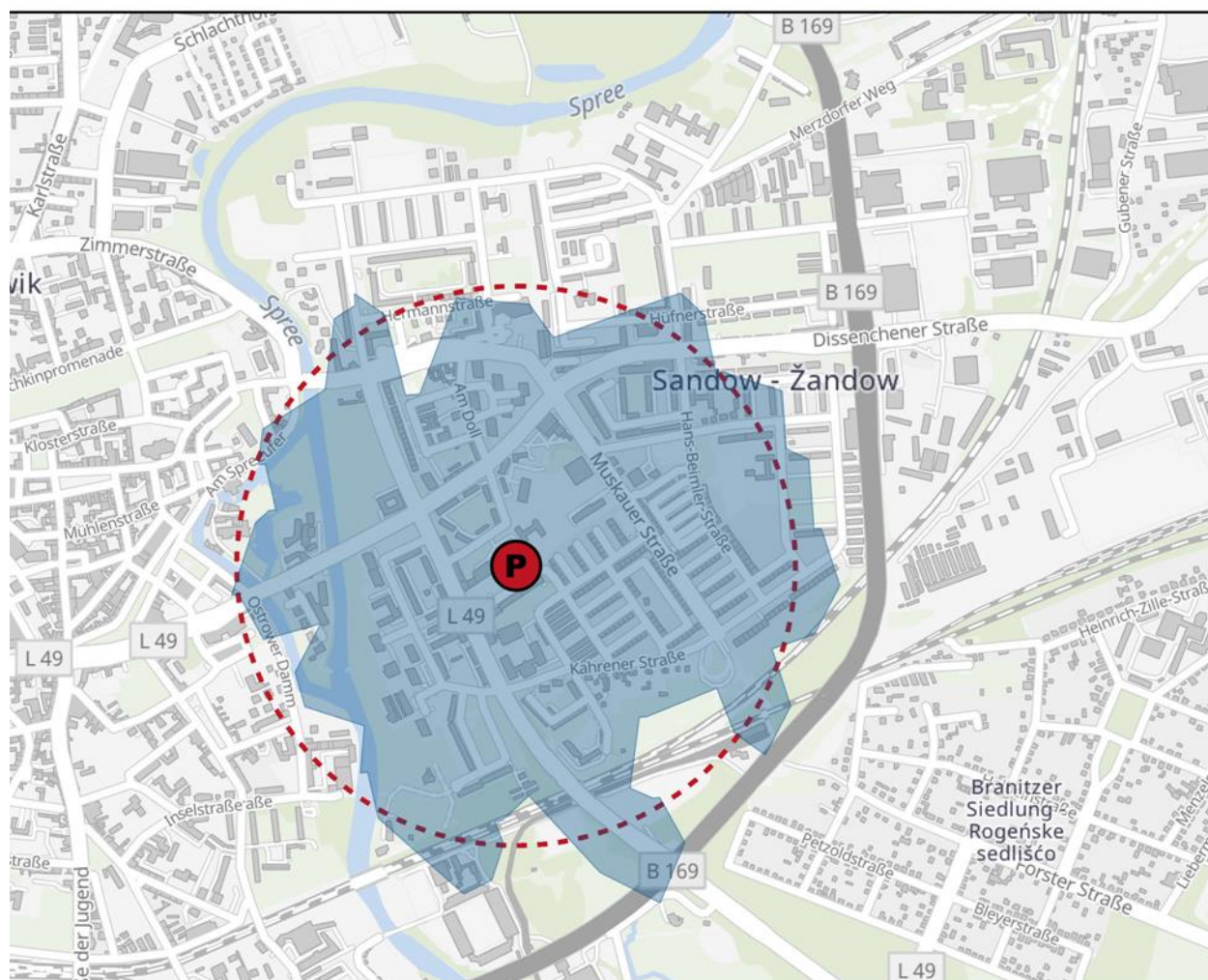
Quelle: eigene Aufnahmen, April 2022

### Versorgungsfunktion und wohnortnahe Versorgung

Im 600 m-Radius leben rd. 8.100 Einwohner und in 10 Minuten-Gehzeit können rd. 8.000 Einwohner den Projektstandort erreichen, was die Versorgungsfunktionen für das direkte Umfeld unterstreicht. Neben wohnungsnahen Versorgungsfunktion für den südlichen Bereich des Ortsteils Sandow hat der im Einzelhandelskonzept als Nahversorgungszentrum ausgewiesene Standort überdies wohnortnahe Versorgungsfunktionen für den südlichen Ortsteil Branitz, in dem kein Lebensmittelmarkt besteht. In geringem Maße kann der Standort zudem eine Ausstrahlung auf die Wohngebiete westlich der Spree erzielen.



**Karte 3: Fußläufige Erreichbarkeit des Projektstandortes**



**Fußläufige Erreichbarkeit**

- 10 min Gehzeitzone (ca. 8.020 Einwohner)
- 600 m Radius (ca. 8.080 Einwohner)



Quelle: © OpenStreetMap contributors, Map layer by Esri, BBE Handelsberatung 2022

**Erreichbarkeit und Verkehrsanbindung des Planareals**

Der Standort erzielt mit der Haltestelle „Cottbus, Georg-Schlesinger-Straße“ eine sehr gute ÖPNV-Erreichbarkeit. Diese wird von der Buslinie 10 bedient und gewährleistet eine Verbindung zum Cottbusser Hauptbahnhof und nach Branitz.

An den umliegenden Straßen existieren Fußwege, so dass der Standort sehr gut aus dem direkten Umfeld erreicht werden kann.

Die Pkw-Stellplätze sind von der Willy-Brandt-Straße sowohl über die Georg-Schlesinger-Straße als auch die Thomas-Müntzer-Straße anfahrbar. 108 Stellplätze stellen die Erreichbarkeit sicher.

**Fazit zum Mikrostandort**

- Der Projektstandort befindet sich in städtebaulich integrierter Lage an der Willy-Brandt-Straße / Ecke Georg-Schlesinger-Straße.
- Das Standortumfeld wird hauptsächlich von Wohnnutzungen geprägt. So leben im 600 m-Radius 8.100 Einwohner und in einer Gehzeit von 10 Minuten können 8.000 Einwohner den Projektstandort erreichen.
- Für den Projektstandort ist eine allumfassende Erreichbarkeit mit dem ÖPNV, zu Fuß und mit dem Pkw gegeben. Die Pkw-Erreichbarkeit wird durch 108 Parkplätze sichergestellt.
- Das Nahversorgungszentrum Willy-Brandt-Straße mit einem Vollsortimenter und einem Lebensmittel-discounter als Magnetanbieter weist wohnungsnaher Versorgungsfunktionen für den südlichen Bereich des Ortsteils Sandow und wohnortnahe Versorgungsfunktionen für den Ortsteil Branitz auf.

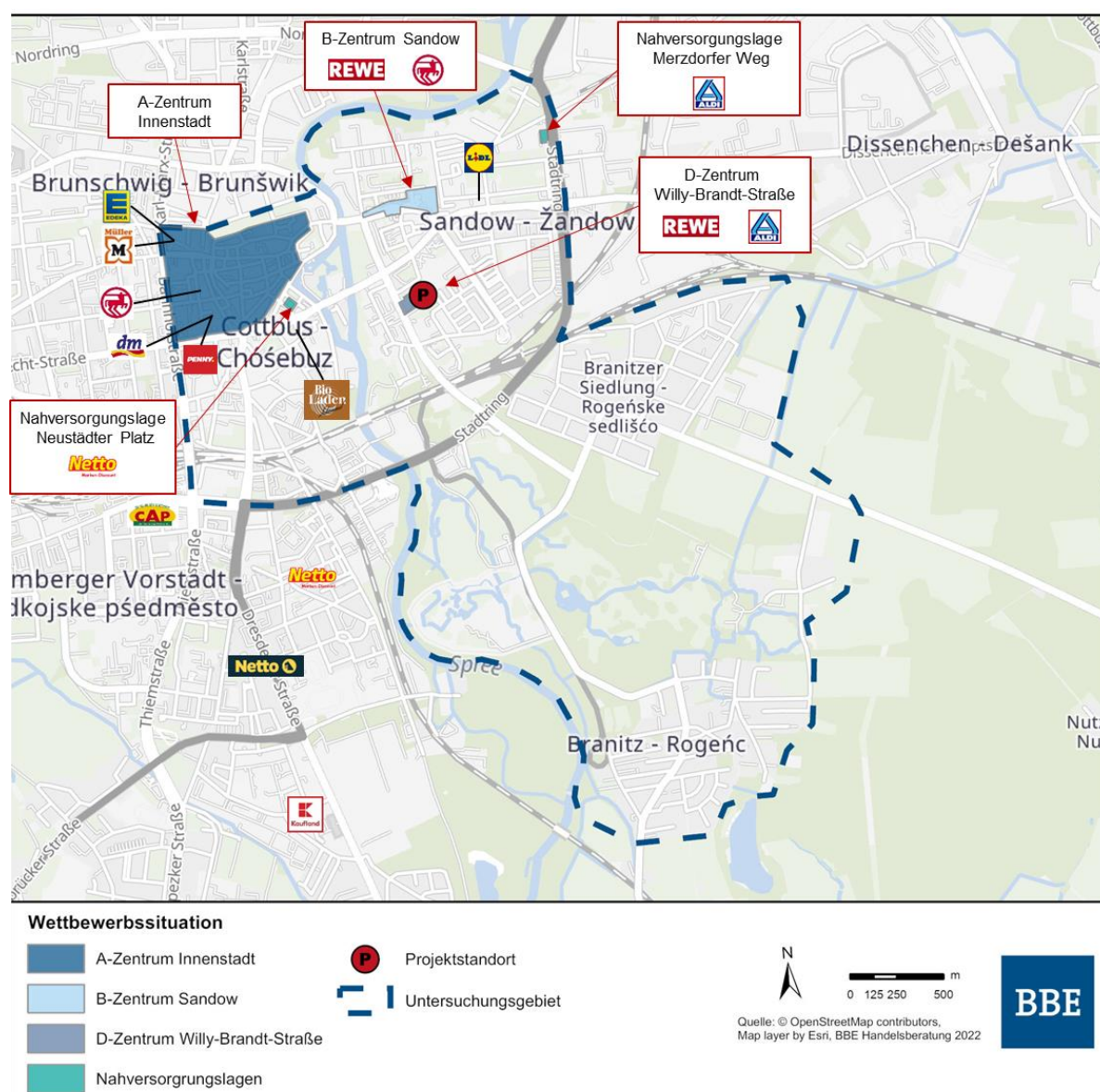
## 6. Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet

Die Analyse der Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet des Projektstandortes bezieht sich auf die projektrelevanten Anbieter, schließt also zum einen alle Lebensmittelmärkte ein, zum anderen alle weiteren Anbieter mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment. Die aktuelle Erhebung des relevanten Einzelhandelsbesatzes erfolgte im Untersuchungsgebiet (siehe Karten 4 und 5) im Rahmen einer Ortsbesichtigung im April 2022 (Wettbewerb Lebensmittel) und im Dezember 2022 (Wettbewerb Bekleidung).

### Wettbewerbssituation der Lebensmittelmärkte

Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass Systemwettbewerber (= Lebensmitteldiscounter und Supermärkte) sowie Betriebe, die ebenfalls das Ziel von Versorgungseinkäufen sind und eine größere Sortimentsüberschneidung mit dem Vorhaben aufweisen, in einen intensiveren Wettbewerb mit dem Vorhaben treten, als Betriebe des Lebensmittelhandwerks oder Betriebe, die ein spezialisiertes Sortiment führen (z.B. Weinhandler, Obst- und Gemüsehändler).

**Karte 4: Übersicht Nahversorgungsanbieter über 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im Untersuchungsgebiet**





Die maßgebliche Wettbewerbssituation durch weitere Lebensmittelmärkte ist in der vorstehenden Karte dargestellt. Der wettbewerbsrelevante Untersuchungsraum erstreckt sich über die Ortsteile Sandow, Branitz und Mitte. Aufgrund der gesamtstädtischen und regionalen Ausstrahlung der beiden Großflächen-Standorte des SB-Warenhauses Marktkauf im Einkaufszentrum Lausitz-Park und des Großen Supermarktes Kaufland in der Hardenbergstraße werden diese beiden Standorte zusätzlich in die Wettbewerbsbetrachtung einbezogen.

Die quantitative Analyse zum Einzelhandelsbesatz berücksichtigt sowohl die Wettbewerbsrelevanz der einzelnen Betriebsformen als auch die Standortstrukturen im Untersuchungsgebiet als Basis einer nachfolgend standortspezifischen Bewertung potenzieller Auswirkungen durch das Projektvorhaben.

Im Untersuchungsgebiet sind aktuell 71 projektrelevante Anbieter mit zusammen ca. 37.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche vertreten, welche einen Gesamtumsatz von rd. 150,5 Mio. € erzielen. Die beiden nachfolgenden Tabellen kennzeichnen die wettbewerbsrelevanten Angebotsstrukturen innerhalb des Untersuchungsgebietes, differenziert nach Betriebsformen und Standortlagen.

Von den betrachteten Betrieben stellen die Supermärkte, Discounter, der Große Supermarkt Kaufland und das SB-Warenhaus Marktkauf die dominanten Betriebsformen dar. Bezogen auf das abgrenzte Untersuchungsgebiet haben vor allem die Supermärkte mit einer Verkaufsfläche von rd. 5.000 m<sup>2</sup> und einem Umsatz von 21,5 Mio. € eine hohe Versorgungsbedeutung. Weiterhin erzielen die Lebensmitteldiscounter mit einer Verkaufsfläche von 3.800 m<sup>2</sup> einen Umsatz von rd. 19,8 Mio. €. Die weiteren betrachteten Betriebsformen (Drogerie/Parfümerie, Getränkemarkte, Lebensmittelhandwerksbetriebe, Zoohandlungen, Tankstellen) sind als wichtige Ergänzung zu den Lebensmittelmärkten zu bewerten. Da die Cottbusser Innenstadt und auch das B-Zentrum Sandow innerhalb des Untersuchungsgebietes liegen, existieren zahlreiche spezialisierte Lebensmittelgeschäfte, Drogerien/Parfümerien und Lebensmittelhandwerksbetriebe.

**Tabelle 3: Angebotsstrukturen (aktueller Bestand) im Untersuchungsgebiet nach Betriebsformen**

Betriebsformen	Verkaufsfläche	Umsatzschätzung gesamt	darunter Lebensmittel	darunter Drogerie	darunter Heimtierbedarf
	in m <sup>2</sup>	in T€	in T€	in T€	in T€
Supermarkt	5.028	21.450	19.410	1.360	290
Discounter	3.838	19.800	16.890	1.460	290
Großer Supermarkt	2.800	16.240	13.750	1.740	210
SB-Warenhaus	6.570	29.570	20.850	1.880	390
Drogerie/Parfümerie	2.790	14.680	1.670	10.530	370
Getränkemarkt	445	1.280	1.280		
Lebensmittelhandwerk	885	8.830	8.830		
Lebensmittelfachgeschäft	1.320	6.130	5.960	170	
Tankstelle	90	720	720		
Sonstiges	13.610	31.770	280	980	100
<b>gesamt</b>	<b>37.376</b>	<b>150.470</b>	<b>89.640</b>	<b>18.120</b>	<b>1.650</b>

Quelle: BBE-Erhebung 2022

Wie aus der nachstehenden Tabelle deutlich wird, sind die Cottbusser Innenstadt insgesamt und das B-Zentrum Sandow mit einem nahversorgungsrelevanten Umsatz (für Lebensmittel, Drogerie, Heimtierbedarf) von 27,6 Mio. € bzw. von 13,8 Mio. € die dominierenden Standorte im Untersuchungsgebiet. Der Projektstandort mit einem nahversorgungsrelevantem Umsatz von 10,1 Mio. € verfügt ebenfalls über wichtige Versorgungsfunktionen. Die Ausstrahlung von Kaufland und Marktkauf wird ebenfalls bei einem nahversorgungsrelevanten Umsatz von 15,7 Mio. € bzw. 23,1 Mio. € deutlich.

**Tabelle 4: Angebotsstrukturen (aktueller Bestand) im Untersuchungsgebiet nach Standorten**

Standortstrukturen	Verkaufsfläche	Umsatzschätzung gesamt	darunter Lebensmittel	darunter Drogerie	darunter Heimtierbedarf
	in m <sup>2</sup>	in T€	in T€	in T€	in T€
<b>Untersuchungsgebiet</b>					
Projektstandort	2.013	10.550	9.310	650	140
A-Zentrum Innenstadt, BlechenCarré	1.920	9.890	5.030	3.660	230
A-Zentrum Innenstadt, Spree-Galerie	4.935	14.780	7.210	3.350	210
A-Zentrum Innenstadt, weitere Anbieter	12.395	35.440	4.980	2.810	140
B-Zentrum Sandow, Standort REWE/ROSSMANN	2.580	12.240	8.690	2.830	130
B-Zentrum Sandow, weitere Anbieter	260	2.180	2.180		
Nahversorgungslage Am Neustädter Platz	775	3.790	3.430	280	50
Nahversorgungslage Merzdorfer Weg	725	3.940	3.180	350	50
Bioladen, Franz-Mehring-Straße	480	1.680	1.510	170	
LIDL, Dissenchener Straße	908	4.540	3.890	400	100
Sonstige	1.015	5.630	5.630		
<b>Anbieter mit Ausstrahlung auf Untersuchungsgebiet</b>					
Kaufland, Hardenbergstraße	2.800	16.240	13.750	1.740	210
Marktkauf, Lausitz-Park	6.570	29.570	20.850	1.880	390
<b>gesamt</b>	<b>37.376</b>	<b>150.470</b>	<b>89.640</b>	<b>18.120</b>	<b>1.650</b>

Als Hauptwettbewerber des Projektstandorts sind aufgrund der geringeren Entfernung das B-Zentrum Sandow, der LIDL-Markt in der Dissenchener Straße, der ALDI der Nahversorgungslage Merzdorfer Weg und der Netto Marken-Discount der Nahversorgungslage Am Neustädter Platz zu bewerten.

Das **B-Zentrum Sandow** ist das einzige urban gewachsene Stadtteilzentrum der Stadt Cottbus. Es entspricht dem Ortskern des Ortsteiles Sandow in Nachbarschaft zur Spree. Die räumliche Abgrenzung als Stadtteilzentrum (B-Zentrum) orientiert sich am Einzelhandelsschwerpunkt, schließt neben dem Einzelhandelskomplex an der Hermannstraße die weiteren Geschäftseinheiten entlang der Sandower Hauptstraße bis zum Kreuzungsbereich mit Willy-Brandt-Straße und Wilhelm-Riedel-Straße ein. Als Magnetanbieter sind REWE, ROSSMANN und Takko zu nennen, welche sich mit modernem Konzept präsentieren. Der REWE-Markt wird nach Abschluss des Bebauungsplanverfahrens auf rd. 1.900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im Jahr 2023 erweitern und wird damit deutlich größer sein als der derzeitige Markt am Projektstandort. Für den ROSSMANN ist eine Verkaufsflächenerweiterung auf 650 m<sup>2</sup> geplant. Die vorliegende Verträglichkeitsanalyse berücksichtigt diese Entwicklung bereits, um die prioritäre Stellung des B-Zentrums im Standortwettbewerb des Stadtgebietes Ost zu sichern. Folglich wird bereits auf die zukünftige Verkaufsflächenausstattung im B-Zentrum und die erwartete Marktstellung insbesondere von REWE und ROSSMANN abgestellt.

**Abbildung 12: Anbieter B-Zentrum Sandow**


ROSSMANN, Bäcker, TAKKO



REWE



Ladenzeile Hermannstraße

Quelle: eigene Aufnahmen, April 2022

Aufgrund der Vielzahl an kleineren Anbietern, auch anderer Branchen, kann das B-Zentrum Sandow eine Ausstrahlung auf den gesamten östlichen Stadtbereich erzielen und ist nicht nur auf den nördlichen Bereich von Sandow beschränkt. Da der gleiche Magnetanbieter wie im Projektstandort existiert, begrenzt das B-Zentrum die Ausstrahlung des D-Zentrums Willy-Brandt-Straße in nördlicher Richtung. Die Wettbewerbsverflechtungen ergeben sich vor allem aufgrund der Entfernung von lediglich 700 m zum Projektstandort. Zusammen mit der Vielzahl an ergänzenden Anbietern ist der Standort sehr wettbewerbsfähig.

Der **LIDL-Markt** an der **Dissenchener Straße** ist ebenfalls 700 m vom Projektstandort entfernt und kann in zentraler Lage des Ortsteils Sandow die Bevölkerung im Ortsteil versorgen. Dazu kann der Markt mit typischem Konzept von der Frequenz der Dissenchener Straße profitieren. Als Lebensmitteldiscounter steht der Markt stärker mit dem ALDI-Markt am Projektstandort im Wettbewerb.

Dies gilt adäquat auch für den **ALDI-Markt** der **Nahversorgungslage Merzdorfer Weg**. Am dortigen Standorten befinden sich weiterhin ein Friso-Getränkemarkt, ein Bäcker und der Fachmarkt Dänisches Bettenlager. Da mit ALDI der gleiche Anbieter wie im D-Zentrum Willy-Brandt-Straße existiert, begrenzt auch dieser Standort das Einzugsgebiet in nördlicher Richtung. Neben der Ausrichtung auf den nördlichen Bereich des Ortsteils Sandow kann der Standort zudem von der hohen Pkw-Frequenz des Stadtrings partizipieren.

Direkt westlich der Spree besteht die **Nahversorgungslage Am Neustädter Platz** mit **Netto Marken-Discount** und ergänzendem Bäcker. Dazu hat gegenüber auf der südlichen Straßenseite der Franz-Mehring-Straße ein neuer, moderner **Biomarkt** geöffnet. Beide Standorte sind stärker auf die Wohngebiete westlich der Spree ausgerichtet, befinden sich allerdings lediglich 800 m vom Projektstandort entfernt. Mit dem Biomarkt bestehen aufgrund der spezialisierten Sortimentsausrichtung geringere Wettbewerbsverflechtungen als mit dem Netto-Markt. Zusammen bilden sie einen attraktiven Nahversorgungsstandort, welcher im Gegensatz zu den weiteren Lebensmittelmärkten der Innenstädten auch über Parkplätze vor der Immobilie verfügt, was die Standortattraktivität auch durch die Lage an der frequentierten Franz-Mehring-Straße erhöht.

### Abbildung 13: Nahversorgungslage Merzdorfer Weg, Biomarkt und LIDL



ALDI, Nahversorgungslage Merzdorfer Weg

Bioladen, Franz-Mehringstraße

LIDL, Dissenchener Straße

Quelle: eigene Aufnahmen, April 2022

Die **Innenstadt von Cottbus (A-Zentrum)** wird westlich durch die Bahnhofstraße begrenzt und im Norden durch die Puschkinpromenade, den Puschkinpark und die Münzstraße. Östlich erstreckt sich das A-Zentrum über mehrere Straßenzüge. Der östliche Verlauf beginnt von der Münzstraße im Nordosten, über Teile der Sandower Straße und führt weiter bis zum Neustädter Platz. Im Süden begrenzen der Brandenburger Platz und die Karl-Liebnecht-Straße das A-Zentrum.

Die Cottbuser Innenstadt ist Schwerpunkt der oberzentralen Versorgungsstruktur, deren Abgrenzung orientiert sich an den räumlichen Entwicklungspotenzialen eines funktional zusammenhängenden innerstädtischen Einkaufsbereiches.

Die Cottbuser Innenstadt wird maßgeblich durch die folgenden drei Schwerpunktbereiche geprägt:

- BlechenCarré / Galeria Kaufhof
- Spreegalerie
- Spremberger Straße / Altmarkt.



## Auswirkungenanalyse – Erweiterung Nahversorgungszentrum Willy-Brandt-Straße in Cottbus

Wettbewerbsbeziehungen mit dem Projektstandort gibt es zunächst mit dem Lebensmitteldiscounter Penny im Blechen Carré, was 1,3 km entfernt ist. Innerhalb des BlechenCarré existieren mit arko, ditsch, dm, Parfümerie Thiemann, Yves Rocher und mehrerer Lebensmittelhandwerksbetriebe zahlreiche Anbieter im nahversorgungsrelevantem Sortimentsspektrum. Als Standort in der Innenstadt sind diese jedoch stärker auf Shoppingkunden aus der Gesamtstadt Cottbus und dem weiteren regionalen Umfeld ausgerichtet. Folglich ist das BlechenCarré als Nebenwettbewerber im Untersuchungsgebiet einzustufen.

Die Spreegalerie im Nordwesten der Innenstadt verfügt über einen EDEKA-Vollsortimenter, den Drogeriemarkt Müller, ein Reformhaus und zwei Bäcker bei den nahversorgungsrelevanten Anbietern. Durch die stärkere Ausrichtung auf den nordwestlichen Bereich der Innenstadt sind die Wettbewerbsbeziehungen mit dem Projektstandort gering.

Abseits eines ROSSMANN-Drogeriemarktes an der Stadtpromenade und Rudis Sonderpostenmarkt mit Lebensmitteln, der Lebensmittel- und Drogerieabteilung von Galeria Kaufhof finden sich zunächst kleinflächige, spezialisierte Geschäfte in der Innenstadt. Folglich sind kaum Wettbewerbsverflechtungen gegeben.

**Abbildung 14: A-Zentrum Innenstadt**


BlechenCarré mit u.a. Penny

Spree-Galerie mit u.a. EDEKA

Rudis, Kreuzgasse



ROSSMANN, Kreuzgasse

Weinkiste, Markstraße

Heimat und Herz, Lebensmittelgeschäft

Quelle: eigene Aufnahmen, April 2022

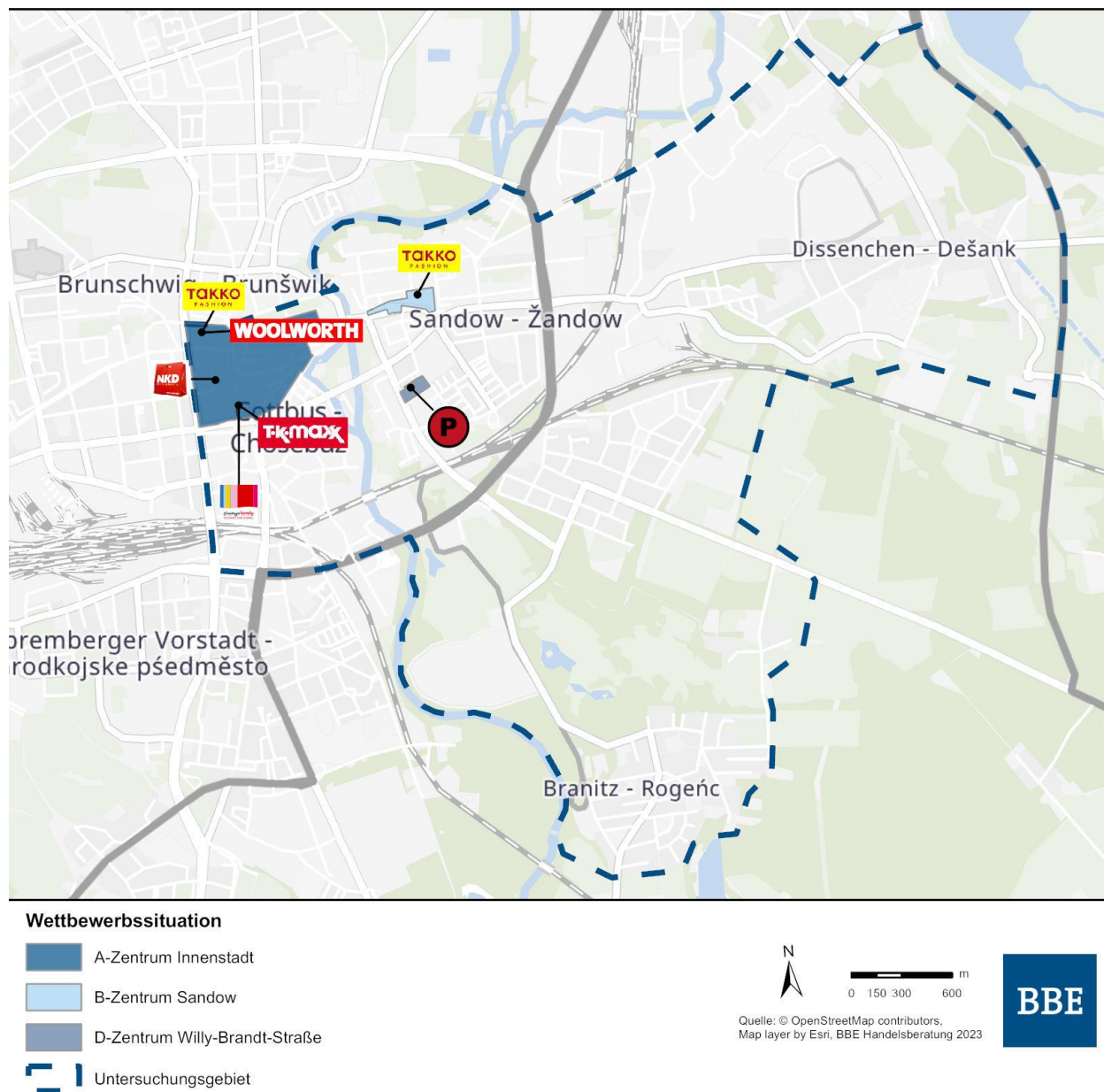
Mit **Kaufland** an der **Hardenbergstraße** und **Marktkauf** im **Lausitz-Park** befinden sich westlich bzw. südwestlich von Branitz zwei Standorte, welche aufgrund ihrer Größendimensionierung und ergänzenden Anbietern am Standort eine Ausstrahlung auf das Untersuchungsgebiet haben. So weist der Große Supermarkt Kaufland knapp 3.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf und das SB-Warenhaus Marktkauf über 6.000 m<sup>2</sup>. Mit dieser Größendimensionierung sind beide Anbieter vor allem für den Wocheneinkauf attraktiv. Mit einem attraktiveren Nahversorgungszentrum Willy-Brandt-Straße kann die Kaufkraft stärker in Sandow und Branitz gebunden werden, Abflüsse zu diesen beiden Großflächen somit vermindert werden.

Unter der Standortkategorie **sonstige Lagen** sind weitere Standorte in Solitär- und Streulagen zusammengefasst. Zu den insgesamt 17 Anbietern zählen u. a. zwei Getränkemärkte in der Bodelschwinghstraße und am Stadtring, Fleischer, Bäcker sowie eine Tankstelle. Diese stehen aufgrund der Entfernung oder der Angebotskonzeption nur marginal bzw. nicht im Wettbewerb mit dem Projektvorhaben und werden folglich nicht näher betrachtet.

### Wettbewerbssituation des Textildiscounters

Vergleichbar ist für die Wettbewerbssituation des KIK-Textildiscounters davon auszugehen, dass Bekleidungsanbieter im Discountbereich mit Fachmarktkonzept am stärksten im Wettbewerb mit dem Erweiterungsvorhaben aufgrund der vergleichbaren Ausrichtung und Zielgruppenorientierung stehen. Individuelle Bekleidungskonzepte sind demgegenüber nicht als unmittelbar relevante Wettbewerber zu bewerten. In der Folgenden Karte sind die maßgeblichen Textildiscounter im Untersuchungsgebiet dargestellt.

**Karte 5: Übersicht Textildiscounter im Untersuchungsgebiet**



Im Untersuchungsraum gibt es insgesamt 78 Anbieter mit einer Verkaufsfläche von 16.335 m<sup>2</sup> bei Bekleidungsartikeln, die einen Umsatz von 41,4 Mio. € erzielen. Davon entfallen auf discountorientierte Angebotskonzepte 7,4 Mio. € Umsatz. In der folgenden Tabelle sind die wesentlichen Wettbewerber nach Standorten im Untersuchungsgebiet dargestellt.

**Tabelle 5: Angebotsstrukturen (aktueller Bestand) im Untersuchungsgebiet nach Standorten**

Standortstrukturen	Verkaufs- fläche	Umsatz- schätzung gesamt
	in m <sup>2</sup>	in T€
<b>Untersuchungsgebiet</b>		
Projektstandort	420	460
A-Zentrum Innenstadt, BlechenCarré TK Maxx/Ernsting's Family	1.570	3.890
A-Zentrum Innenstadt, BlechenCarré weitere Anbieter/Galeria Kaufhof	7.820	20.560
A-Zentrum Innenstadt, Spree-Galerie Takko/Woolworth	1.100	1.660
A-Zentrum Innenstadt, Spree-Galerie weitere Anbieter	60	300
A-Zentrum Innenstadt, NKD Stadtpromenade	420	920
A-Zentrum Innenstadt, weitere Anbieter	3.955	11.120
B-Zentrum Sandow, Takko	390	940
B-Zentrum Sandow, weitere Anbieter	260	540
Sonstige	340	980
<b>gesamt</b>	<b>16.335</b>	<b>41.370</b>

Quelle: BBE-Erhebung 2022

Wie aus der vorstehenden Tabelle deutlich wird, konzentrieren sich die Angebotsstrukturen im Bekleidungs-bereich auf das A-Zentrum Innenstadt mit dem Schwerpunkt BlechenCarré/Galeria Kaufhof mit rd. 9.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und einem sortimentspezifischen Umsatz von 24,5 Mio. €. Das B-Zentrum Sandow ist der Innenstadt mit insgesamt 650 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und einem Umsatz von rd. 1,5 Mio. € dem A-Zentrum deutlich untergeordnet. Am Projektstandort gibt es innerhalb des D-Zentrums Willy-Brandt-Straße keine weiteren Anbieter neben KiK, so dass der Standort im Bekleidungs-bereich eine begrenzte Anziehungskraft mit rd. 400 m<sup>2</sup> und einem Umsatz von knapp 0,5 Mio. € induzieren kann.

Als Hauptwettbewerber ist der Textildiscounter **Takko** im **B-Zentrum Sandow** zu bewerten. Der Einzelhandelskomplex mit REWE, ROSSMANN und Takko ist lediglich 700 m vom Projektstandort entfernt und Takko bietet vergleichbar zu KiK Bekleidungs-sortimente im Discountbereich in einer Fachmarktimmobilie an. Die drei Magnetanbieter REWE, ROSSMANN und Takko präsentieren sich mit modernen Konzepten, für den Vollsortimenter und Drogeriemarkt sind Erweiterungen geplant, die den Standort insgesamt stärken werden. Aufgrund der Vielzahl an kleineren Anbietern, auch anderer Branchen, kann das B-Zentrum Sandow eine Ausstrahlung auf den gesamten östlichen Stadtbereich erzielen und ist nicht nur auf den nördlichen Bereich von Sandow beschränkt. Mit einem abgestimmten Branchemix am Standort, modernen Konzepten und weiteren ergänzenden Anbietern im B-Zentrum ist der Standort sehr wettbewerbsfähig. Ein Supershop, ein Multimarkt, Fadenkunst, L&A Mode sowie Bekleidung als Randsortiment bei REWE und ROSSMANN im B-Zentrum runden das Bekleidungsangebot am Standort ab.

Wettbewerbsbeziehungen mit dem **A-Zentrum Innenstadt** gibt es zunächst mit **TK Maxx** und **Ernsting's Family** im **BlechenCarré**, was 1,3 km entfernt ist. Innerhalb des BlechenCarré existieren u.a. mit Only, Bonita, Camp David, Engbers, New Yorker, Colosseum und Tom Tailor zahlreiche Bekleidungsanbieter. Dazu befindet sich direkt neben dem BlechenCarré das Kaufhaus Galeria Kaufhof mit umfassenden Bekleidungs-sortimenten. Wie in der Auswirkungsanalyse bleibt festzuhalten, dass der Standort in der Innenstadt jedoch stärker auf Shoppingkunden aus der Gesamtstadt Cottbus und dem weiteren regionalen Umfeld ausgerichtet ist, weshalb das BlechenCarré ein Nebenwettbewerber im Untersuchungsgebiet ist.

Direkt nördlich des BlechenCarré existiert an der **Stadtpromenade** mit dem Textildiscounter **NKD** ein vergleichbarer Anbieter wie KiK. Der Textildiscounter ist in der Geschäftszeile eines Wohnhauses integriert in

der sich u.a. ein ROSSMANN-Drogeriemarkt befindet. NKD kann wesentlich von der Nähe zum Blechen-Carré mit hoher Frequenz profitieren und steht mit dem gleichen Betriebstyp wie am Projektstandort bei einer Entfernung von 1,4 km im Wettbewerb mit KiK.

In der **Spreegalerie** gibt es mit einem weiteren **Takko** und **Woolworth** zusätzliche discountorientierte Wettbewerber. Während Takko wie KiK fast ausschließlich Bekleidungssortimente führt, präsentiert sich Woolworth mit breiterem Discountsegment. Durch die stärkere Ausrichtung auf den nordwestlichen Bereich der Innenstadt sind die Wettbewerbsbeziehungen mit dem Projektstandort gering.

**Alle weiteren Anbieter im Untersuchungsraum** stehen aufgrund der Entfernung und Sortimentsausrichtung nicht im Wettbewerb mit dem Projektvorhaben.

#### **Fazit zur Wettbewerbssituation:**

- Im Untersuchungsraum umfasst der nahversorgungsrelevante Einzelhandel zusammen mit den beiden Märkten von Kaufland sowie Marktkauf insgesamt 71 projektrelevante Anbieter mit einer Verkaufsfläche von ca. 37.400 m<sup>2</sup>, die über einen Gesamtumsatz von rd. 150,5 Mio. € verfügen.
- Im Bekleidungssortiment sind insgesamt 78 projektrelevante Anbieter mit einer Verkaufsfläche von ca. 16.300 m<sup>2</sup> angesiedelt, die über einen Umsatz von rd. 41,4 Mio. € verfügen.
- Das A-Zentrum Innenstadt ist generell der dominierende Standort im Untersuchungsgebiet.
- Als Hauptwettbewerber der beiden Lebensmittelmärkte am Projektstandort sind das B-Zentrum Sandow (REWE), die Nahversorgungen Merzdorfer Weg (ALDI) und Am Neustädter Platz (Netto Marken-Discount) sowie der LIDL-Markt in der Dissenchener Straße zu bewerten, welche sich alle als sehr wettbewerbsfähig zeigen.
- Hauptwettbewerber für den Textildiscounter ist der ebenfalls discountorientierte Takko-Markt im B-Zentrum Sandow.



## 7. Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes und die Berechnung des vorhabenrelevanten Kaufkraftvolumens stellen einen weiteren wichtigen Bezugspunkt für die nachfolgende Analyse der möglichen Auswirkungen des Vorhabens dar. Für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung und damit die Abgrenzung des Einzugsgebietes von Einzelhandelsbetrieben spielen grundsätzlich mehrere Faktoren eine maßgebliche Rolle:

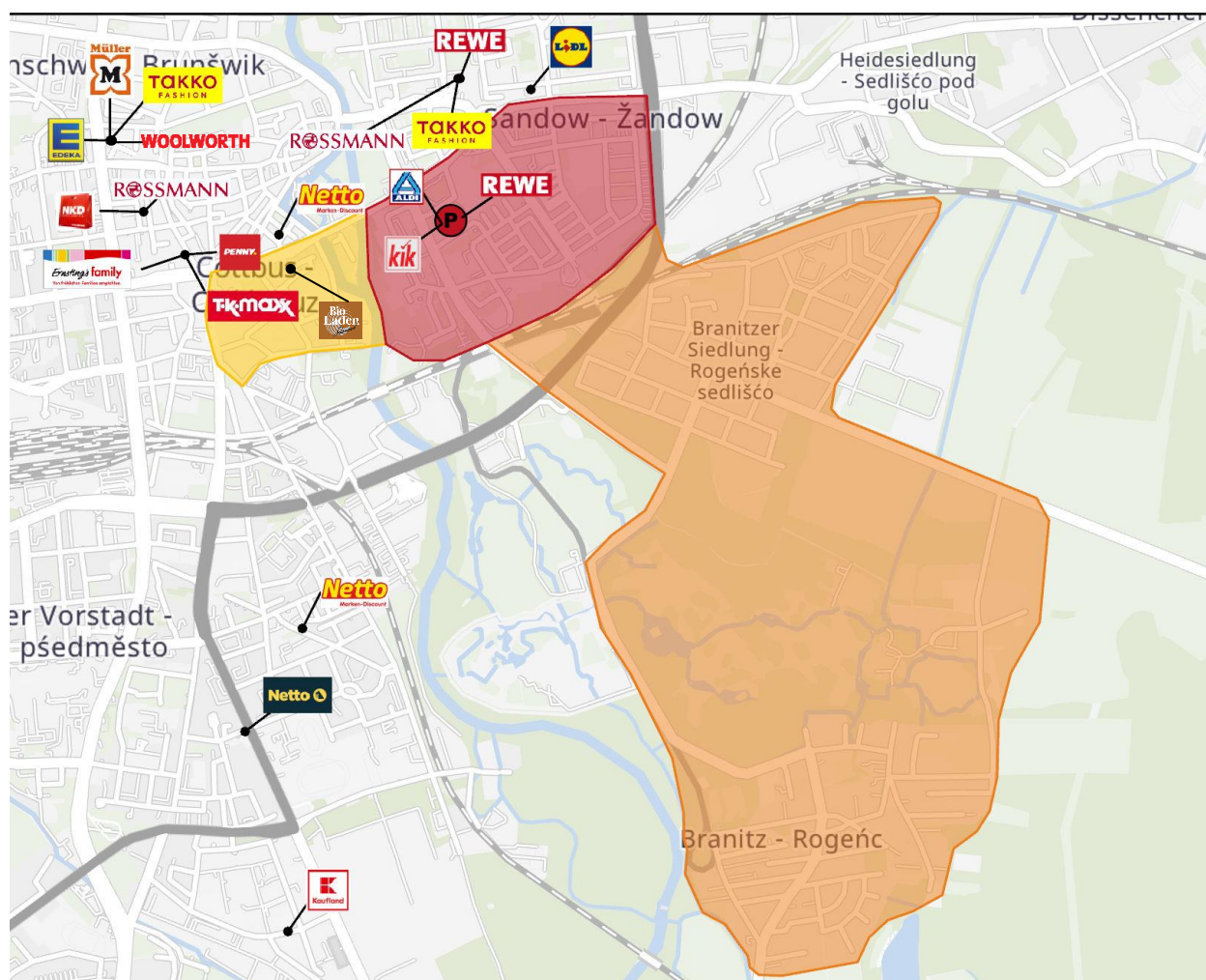
- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung im geplanten Sortimentsbereich,
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand,
- die relevante Wettbewerbssituation, wie z.B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Wettbewerber im engeren und weiteren Standortumfeld,
- die Attraktivität der Einzelhandelslage, die durch die Betriebsgröße, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad der Betreiber bestimmt wird,
- die Qualität des Mikrostandortes, die aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten und aus möglicherweise vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert,
- Barrierewirkungen, ausgehend von den topographischen, infrastrukturellen oder baulichen Gegebenheiten.

Von entscheidender Bedeutung für die Einzugsgebietsabgrenzung des Projektstandorts sind die Erreichbarkeit aus dem direkten Umfeld, die Ausstrahlung der Magnetanbieter sowie die Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet. Die Ausrichtung des Standorts wird auch perspektivisch von den beiden Lebensmittelmärkten REWE und ALDI mit zusammen rd. 3.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bestimmt. Der Textildiscounter KiK mit zukünftig 575 m<sup>2</sup> ordnet sich hinsichtlich der Flächendimensionierung auch weiterhin dem Nahversorgungsangebot am Standort unter, unterstützt aber gleichzeitig die Gesamtausstrahlung. Somit ist der Anbieter mit zentrenrelevantem Sortiment als ergänzend zum Nahversorgungsangebot zu werten. Das letztlich gemeinsame Einzugsgebiet wird durch die umliegenden Standorte mit Lebensmittelmärkten und Textildiscountern determiniert. Einschließlich der Berücksichtigung weiterer Faktoren, wie der qualitativen Bewertung der Wettbewerbssituation, ergibt sich nachfolgendes Einzugsgebiet (siehe Karte 6 auf der nächsten Seite).

- Das **Kerneinzugsgebiet** umfasst den südlichen Bereich des Ortsteils Sandow, da REWE und ALDI in diesem Bereich die einzigen Lebensmittelmärkte sind. Nördlich wird das Einzugsgebiet von der Dissenchener Straße begrenzt, da sich im B-Zentrum Sandow bzw. der Nahversorgungslage Merzdorfer Weg zwei weitere Märkte von REWE und ALDI befinden. In westlicher Richtung ist die Spree die Grenze des Kerneinzugsgebietes sowie südlich die Bahnlinie und östlich der Stadtring.
- Das **südliche erweiterte Einzugsgebiet** schließt an das Kerneinzugsgebiet an und umfasst den Ortsteil Branitz. In diesem gibt es keinen Lebensmittelmarkt, so dass auch bei größerer Entfernung eine Kundenbindung zum Projektstandort besteht.
- Im **westlichen erweiterten Einzugsgebiet** westlich der Spree ist eine Kundenbindung zu erwarten, auch wenn diese aufgrund eines vorhandenen Netto Marken-Discounts und einem Bioladen geringer ist. Das Einzugsgebiet wird in westlicher Richtung von der Straße der Jugend, in nördlicher Richtung von der Franz-Mehring-Straße, in südlicher Richtung von Inselstraße und in östlicher Richtung von der Spree begrenzt.



**Karte 6: Einzugsgebiet des Projektstandortes**



**Einzugsgebiet**

-  Projektstandort
-  Kerneinzugsgebiet (ca. 6.670 Personen)
-  erweitertes Einzugsgebiet (ca. 3.850 Personen)
-  erweitertes Einzugsgebiet (ca. 1.410 Personen)



Die nachfolgenden Berechnungen ermitteln das aktuell verfügbare Nachfragepotenzial, differenziert nach den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes. Insgesamt leben rund 11.900 Einwohner im Einzugsgebiet, davon entfallen ca. 6.670 Einwohner auf das Kerneinzugsgebiet, rd. 3.850 Einwohner auf das südliche erweiterte Einzugsgebiet und rd. 1.410 Einwohner auf das westliche erweiterte Einzugsgebiet.<sup>9</sup>

Das Kaufkraftvolumen innerhalb des Einzugsgebietes errechnet sich jeweils aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag (IFH-Verbrauchsausgaben für Lebensmittel, Drogerie und Heimtierbedarf sowie für Bekleidung) gewichtet mit der sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffer (BBE/CIMA/MB-Research).

<sup>9</sup> GfK (2020): Einwohner auf Straßenabschnittsebene

Das **sortimentsspezifische Kaufkraftniveau für die Warengruppen Lebensmittel, Drogeriewaren und Heimtierbedarf** liegt insbesondere im Kerneinzugsgebiet und im erweiterten südlichen Einzugsgebiet deutlich unterhalb des durchschnittlichen Cottbuser Kaufkraftniveaus. Die folgende Berechnung zeigt das resultierende Marktpotenzial im Einzugsgebiet des Projektvorhabens auf.

**Tabelle 6: Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet**

Einzugsgebiet	Kerneinzugsgebiet	südliches erweitertes Einzugsgebiet	westliches erweitertes Einzugsgebiet	Einzugsgebiet gesamt
Bevölkerungspotenzial	6.666	3.849	1.406	<b>11.921</b>
sortimentsspezifische Kaufkraft	90,3	90,3	97,1	<b>91,1</b>
Ausgaben pro Kopf Lebensmittel	2.457 €	2.457 €	2.642 €	<b>2.479 €</b>
sortimentsspezifische Kaufkraft	90,2	90,2	99,4	<b>91,3</b>
Ausgaben pro Kopf Drogerie	328 €	328 €	362 €	<b>332 €</b>
sortimentsspezifische Kaufkraft	83,9	83,9	96,3	<b>85,4</b>
Ausgaben pro Kopf Heimtierbedarf	50 €	50 €	57 €	<b>50 €</b>
	<b>in T€</b>	<b>in T€</b>	<b>in T€</b>	<b>in T€</b>
<b>Nachfragepotential</b>				
Lebensmittel	16.379	9.457	3.715	<b>29.551</b>
Drogerie	2.189	1.264	509	<b>3.961</b>
Heimtierbedarf	330	191	80	<b>600</b>
<b>gesamt</b>	<b>18.897</b>	<b>10.911</b>	<b>4.303</b>	<b>34.112</b>

Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IFH-Verbrauchsausgaben

Wie aus der Tabelle hervorgeht, ergibt sich bei ca. 11.900 Einwohnern im gesamten Einzugsgebiet ein Marktpotenzial von ca. 34,1 Mio. €. Im Kerneinzugsgebiet existiert ein Potenzial für nahversorgungsrelevante Sortimente von 18,9 Mio. €, im südlichen erweiterten Einzugsgebiet von 10,9 Mio. € und im westlichen erweiterten Einzugsgebiet von 4,3 Mio. €.

In der Warengruppendifferenzierung entfallen ca. 29,6 Mio. € auf Lebensmittel, ca. 4 Mio. € auf Drogeriewaren und ca. 0,6 Mio. € auf Heimtierbedarf. Unter Berücksichtigung der Bevölkerungsprognosen ist in Verbindung mit steigenden Verbrauchsausgaben in den kommenden Jahren von einem mindestens stabilen Nachfragepotenzial auszugehen.

Die nachfolgenden Berechnungen ermitteln schließlich das aktuell verfügbare **Nachfragepotenzial für Bekleidung**, differenziert nach den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes.

Das sortimentsspezifische Kaufkraftniveau für Bekleidung liegt im Kerneinzugsgebiet und im erweiterten südlichen Einzugsgebiet (83,4) unterhalb des durchschnittlichen Cottbuser Kaufkraftniveaus (sortimentsspezifische Kaufkraft für Bekleidung im Cottbuser Stadtgebiet 84,6), demgegenüber ist die Kaufkraft im westlichen erweiterten Einzugsgebiet mit 92,3 überdurchschnittlich hoch.

Folglich differieren die pro-Kopf-Ausgaben für Bekleidung zwischen 402€ (Kerneinzugsgebiet und südliches erweitertes Einzugsgebiet) und 445 € (westliches erweitertes Einzugsgebiet).

**Tabelle 7: Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet**

Einzugsgebiet	Kerneinzugsgebiet	südliches erweitertes Einzugsgebiet	westliches erweitertes Einzugsgebiet	Einzugsgebiet gesamt
Bevölkerungspotenzial	6.666	3.849	1.406	<b>11.921</b>
sortimentspezifische Kaufkraft	83,4	83,4	92,3	<b>84,4</b>
Ausgaben pro Kopf Bekleidung	402 €	402 €	445 €	<b>407 €</b>
	<b>in T€</b>	<b>in T€</b>	<b>in T€</b>	<b>in T€</b>
<b>Nachfragepotential</b> Bekleidung	2.679	1.547	626	<b>4.852</b>
Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IFH-Verbrauchsausgaben				

Wie aus der Tabelle hervorgeht, ergibt sich für die ca. 11.900 Einwohner im gesamten Einzugsgebiet ein Marktpotenzial von ca. 4,9 Mio. €. Auf das Kerneinzugsgebiet entfällt ein Anteil von 2,7 Mio. €, auf das südlich erweiterte Einzugsgebiet von 1,5 Mio. € und auf das westlich erweiterte Einzugsgebiet von 0,6 Mio. €.

## 8. Planungsrechtliche und planerische Beurteilungsgrundlagen

In den vergangenen Jahren ist eine zunehmend ausdifferenzierte und umfangreiche Rechtsprechung zum Themenkreis Einzelhandel und Bauplanungsrecht festzustellen. Nicht zuletzt die Rechtsprechung hat zu einer zunehmenden Verdichtung der rechtlichen und planerischen Vorgaben geführt.

Im Folgenden werden die wesentlichen rechtlichen und planerischen Rahmenbedingungen erläutert. Dabei werden insbesondere diejenigen Aspekte näher betrachtet, die im Zusammenhang mit dem Vorhaben von Relevanz sind.

### 8.1. Baunutzungsverordnung - § 11 Abs. 3

Der Projektstandort liegt aktuell im unbeplanten Innenbereich der Stadt Cottbus. Für das Projektvorhaben ist jedoch ein Bebauungsplanverfahren erforderlich. Mit den geplanten Größendimensionierungen handelt es sich bei beiden Lebensmittelmärkten um großflächige Einzelhandelsvorhaben, der Textildiscounter bleibt auch nach der Erweiterung weit unterhalb des Schwellenwertes zur Großflächigkeit.

Die Zulässigkeit des Vorhabens bemisst sich folglich nach § 30 BauGB in Verbindung mit § 11 Abs. 3 BauNVO. Gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO und des Einzelhandelserlasses des Landes Brandenburg sind großflächige Einzelhandelsbetriebe auf ihre städtebauliche Verträglichkeit und raumordnerische Kompatibilität gutachterlich zu untersuchen.

Innerhalb des § 11 Abs. 3 BauNVO heißt es:

„1. Einkaufszentren,

2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art und Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,

3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind, sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig.“

Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind u. a. auch Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der beschriebenen Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden aber auch auf die infrastrukturelle Ausstattung und den Verkehr.

Bei der Frage, ob ein Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt zu bewerten ist, sind zwei Aspekte zunächst getrennt voneinander zu prüfen:

- Der Sachverhalt der Großflächigkeit des Vorhabens muss erfüllt sein, was nach höchstrichterlicher Entscheidung ab einer Verkaufsfläche von über 800 m<sup>2</sup> zutrifft.<sup>10</sup>
- Die zuvor beschriebenen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO müssen zu erwarten sein, was regelmäßig ab 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche angenommen wird (= Regelvermutung), jedoch in einer Einzelfalluntersuchung widerlegt werden kann.

Für eine Einstufung als Einzelhandelsgroßprojekt müssen beide Sachverhalte (über 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und gleichzeitig Auswirkungen bei über 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche) kumulativ auftreten.

---

<sup>10</sup> BVerwG vom 24. November 2005, 4 C 10.04. In dem Urteil hat das Bundesverwaltungsgericht die bisherige Grenze der Großflächigkeit auf 800 m<sup>2</sup> VK angehoben. Demnach sind nunmehr Einzelhandelsbetriebe großflächig im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> überschreiten. Bei der Berechnung der Verkaufsfläche sind auch die Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden dürfen, der Kassenvorraum (einschl. eines Bereichs zum Einpacken der Waren und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials) sowie evtl. ein Windfang einzubeziehen.

## 8.2. Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR)

Die raumordnerische Steuerung einer Einzelhandelsentwicklung bezieht sich auf die Errichtung, Erweiterung und Veränderung großflächiger Einzelhandelsbetriebe sowie die Erweiterung sonstiger Einzelhandelsbetriebe über die Schwelle der Großflächigkeit hinaus. Die entsprechenden Ziele der Raumordnung und Landesplanung sind in den Landesentwicklungsprogrammen der Bundesländer fixiert. Im Allgemeinen wird die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe durch folgende Vorgaben gesteuert:

- **Konzentrationsgebot** – welches die Konzentration von Versorgungseinrichtungen entsprechend der jeweiligen Stufe der zentralen Orte bezweckt,
- **Kongruenzgebot** – wonach der Einzugsbereich eines Einzelhandelsbetriebes den zentralörtlichen Versorgungsbereich der Ansiedlungsgemeinde nicht wesentlich überschreiten darf,
- **Beeinträchtigungsverbot** – wonach die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich und die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte nicht beeinträchtigt werden darf,
- **Integrationsgebot** – welches eine städtebaulich integrierte Lage des großflächigen Einzelhandelsvorhabens, insbesondere bei zentrenrelevanten Sortimenten, vorsieht.

Zum 1. Juli 2019 ist der Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR) in Kraft getreten. Der LEP HR trifft in Kapitel 2 „Wirtschaftliche Entwicklung, Gewerbe und großflächiger Einzelhandel“ mit den Zielen Z 2.6 – 2.15 sowie den Grundsätzen G 2.8 und G 2.11 entsprechende Vorgaben zur Ansiedlung und Steuerung großflächiger Einzelhandelsvorhaben. Die für das Projektvorhaben relevanten Festsetzungen sind nachfolgend dargestellt:<sup>11</sup>

### *„Z 2.6 Bindung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen an Zentrale Orte*

*Großflächige Einzelhandelseinrichtungen im Sinne von § 11 Absatz 3 der Baunutzungsverordnung (BauNVO) sind nur in Zentralen Orten zulässig (Konzentrationsgebot).*

### *Z 2.7 Schutz benachbarter Zentren*

*Großflächige Einzelhandelseinrichtungen dürfen nach Art, Lage und Umfang die Entwicklung und Funktionsfähigkeit bestehender oder geplanter zentraler Versorgungsbereiche benachbarter Zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung in benachbarten Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigen (raumordnerisches Beeinträchtigungsverbot).*

### *G 2.8*

*Neu oder zu erweiternde großflächige Einzelhandelseinrichtungen in den Zentralen Orten sollen der zentralörtlichen Funktion entsprechen (Kongruenzgebot).*

### *G 2.11 Strukturverträgliche Kaufkraftbindung*

*Bei der Entwicklung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen soll dafür Sorge getragen werden, dass nicht mehr als 25 Prozent der sortimentspezifischen Kaufkraft im einschlägigen Bezugsraum gebunden werden.“*

### *Z 2.13 Einordnung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen innerhalb Zentraler Orte*

*(1) Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten gemäß Tabelle 1 Nummer 1.2 sind nur in zentralen Versorgungsbereichen zulässig (Integrationsgebot).*

*(2) [...] Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevantem Sortiment für die Nahversorgung gemäß Tabelle 1 Nummer 1.1 sind auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zulässig.*

<sup>11</sup> Gesetz- und Verordnungsblatt für das Land Brandenburg Teil II - Nr. 35 vom 13. Mai 2019, S. 21f.



Wie in Abschnitt 4 dargelegt, wird der Stadt Cottbus die zentralörtliche Funktion eines Oberzentrums zugewiesen. Somit ist die Ansiedlung bzw. Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben unter Beachtung der weiteren Vorgaben der Ziele und Grundsätze grundsätzlich möglich. Inwieweit das Projektvorhaben insgesamt mit den Maßgaben der Landesentwicklungsplanung kompatibel ist, wird in Abschnitt 9.4 geprüft.

### 8.3. Konzept zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung der Stadt Cottbus – Fortschreibung 2015

Das Konzept zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung der Stadt Cottbus (Fortschreibung 2015) wurde im Oktober 2016 als städtebauliches Entwicklungskonzept von der Stadtverordnetenversammlung (SVV) beschlossen. Gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB ist das Einzelhandels- und Zentrenkonzept somit in der Bauleitplanung zu berücksichtigen und soll planungsrechtlich umgesetzt werden.

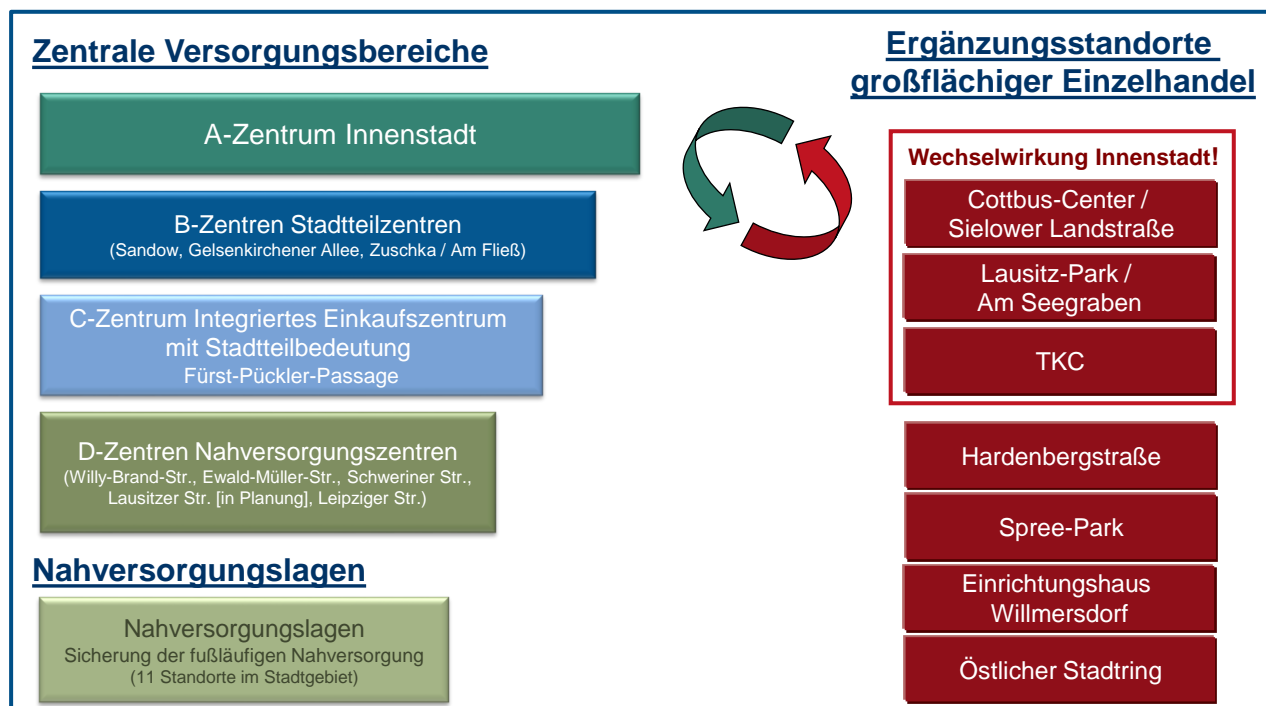
Zugleich bildet das im Zentrenkonzept implementierte Nahversorgungskonzept mit räumlich und funktional ausgewiesenen Standortstrukturen ein wesentliches Instrumentarium, um geplante Standortveränderungen hinsichtlich seiner städtebaulichen Wirkungen bewerten zu können.

Abgestimmt auf die Stadtentwicklungsplanung verfolgt das Einzelhandels- und Zentrenkonzept folgende konkrete Zielstellungen, die auch für die vorliegenden Planvorhaben entscheidungsrelevant sind:<sup>12</sup>

- Stärkung der oberzentralen Funktion und der Zentralität der Stadt Cottbus durch eine qualifizierte Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche
- Erhalt, Stärkung und Weiterentwicklung der Innenstadt als multifunktionales Zentrum für die gesamte Region
- Kompaktheit gewachsener Stadtstrukturen – zielt auf eine Verknüpfung von Daseinsfunktionen Leben – Wohnen – Arbeiten und auf die Zuordnung bestimmter Versorgungsfunktionen
- Urbanisierung statt Devastierung – Konzentration auf städtebaulich wesentliche Strukturen statt einer weiteren Zergliederung
- Sicherung eines hierarchischen Zentrengefüges – ein hierarchisch gestuftes Zentrengefüge bietet die beste Gewähr zum einen für fußläufig erreichbare Nahversorgung in den Stadtgebieten, zum anderen für den Erhalt und Ausbau eines für ein Oberzentrum adäquates, attraktives Stadtzentrum
- Erhalt und Verbesserung der wohnungsnahen Versorgung für den täglichen Bedarf – Nahversorgung in fußläufiger Erreichbarkeit ist ein wesentlicher Bestandteil von Lebensqualität
- Angebotsverdichtung und –ergänzung in den Zentren
- Orientierung an der Zielsetzung einer nachhaltigen Stadtentwicklung
- Erhalt und Schaffung von Rechts-, Planungs- und Investitionssicherheit in zentralen Einkaufsbereichen

Von besonderer Relevanz aus Sicht der Planvorhaben ist die Einbindung der Nah Versorgungsstrukturen in das Einzelhandelsstandort- und Zentrensystem. Dieses differenziert im hierarchischen System zwischen A bis D-Zentren, ergänzt durch Nahversorgungslagen und Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels. Die Grundstruktur ist der nachfolgenden Abbildung zu entnehmen.

<sup>12</sup> vgl. Konzept zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung der Stadt Cottbus, Fortschreibung 2015, Abschnitte 5.1 und 5.2.

**Abbildung 15: Zentren- und Standortkonzept der Stadt Cottbus**


Quelle: Zentren- und Standortkonzept der Stadt Cottbus 2015, S. 61

Im Einzelhandels- und Zentrenkonzept wird für das Stadtgebiet Ost definiert, dass „eine quantitative und qualitative Weiterentwicklung der Nahversorgungsstrukturen auf das verfügbare Nachfragepotenzial vor Ort auszurichten ist.“ Dabei sind „diese Entwicklungspotenziale jedoch durch die Nahversorgungsstrukturen des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes zu erschließen, bevorzugt in eine Stärkung des B-Zentrums zu lenken.“<sup>13</sup>

Für das D-Zentrum Willy-Brandt-Straße wird im Einzelhandelskonzept festgehalten: „Der wechselseitige Standortwettbewerb im Stadtgebiet Ost erscheint jedoch auch zukünftig durch die unterschiedlichen Schwerpunkte der jeweiligen Einzugsgebiete wirtschaftlich tragbar, das Nahversorgungszentrum Willy-Brandt-Straße konzentriert sich stärker auf das Wohnumfeld südlich der Dissenchener Straße, das Stadtteilzentrum eher auf das Umfeld nördlich der Dissenchener Straße. Eine vorrangige Stärkung und Weiterentwicklung des Stadtteilzentrums soll jedoch die gezielte Zentrenstruktur wiederherstellen, oben beschriebene Entwicklungspotenziale des Stadtgebietes Ost sind nur nachrangig auf das D-Zentrum Willy-Brandt-Straße übertragbar.“<sup>14</sup>

Gemäß der Definition im Einzelhandels- und Zentrenkonzept sind „Nahversorgungszentren, als unterste Ebene von zentralen Versorgungsbereichen, Bestandteil der sie umgebenden Wohnbebauung und zielen auf die fußläufige Versorgung mit Waren und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs. Idealerweise setzen sie sich aus einem Lebensmittelmarkt und Fachgeschäften des kurzfristigen Bedarfs, beispielsweise Lebensmittelhandwerk, Zeitungen / Zeitschriften oder Blumen, zusammen. Weitere zentrenrelevante Sortimente des mittel- bis langfristigen Bedarfs bleiben auf ergänzende Versorgungsfunktionen beschränkt. Darüber hinaus bieten sich wohngebietsnahe Dienstleistungen und Gastronomie an. In diesem Sinne bilden

<sup>13</sup> vgl. Konzept zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung der Stadt Cottbus, Fortschreibung 2015, Abschnitt 5.7.2

<sup>14</sup> vgl. Konzept zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung der Stadt Cottbus, Fortschreibung 2015, S. 104f.

*Nahversorgungszentren einen Lebensmittelpunkt im jeweiligen Stadtquartier und entsprechen schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen im Sinne des aktuellen Baurechts (Schutz zentraler Versorgungsbereiche gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 4, § 2 Abs. 2 Satz 2, § 9 Abs. 2a und § 34 Abs. 3 BauGB).*

*Gemessen an ihrer Versorgungsfunktion sollen Nahversorgungszentren (D-Zentren) eine integrierte Lage innerhalb der Siedlungsbereiche aufweisen, mit fußläufiger Erreichbarkeit aber auch mittels ÖPNV und PKW.“<sup>15</sup>*

---

<sup>15</sup> vgl. Konzept zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung der Stadt Cottbus, Fortschreibung 2015, S. 65.



## 9. Auswirkungsanalyse

### 9.1. Umsatzprognose

Zur Bewertung der wettbewerblichen und städtebaulichen Auswirkungen werden sowohl für die Lebensmittelmärkte als auch für den Textildiscounter eigenständige Umsatzerwartungen prognostiziert. Die Berechnung erfolgt unter Heranziehung der möglichen Anteile vom Kaukraftpotenzial (= Abschöpfungsquote), die das Vorhaben unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet realistischerweise an sich binden kann. Für den REWE-Markt soll darauf aufbauend eine mit der Versorgungsfunktion abgestimmte maximale Verkaufsflächendimensionierung abgeleitet werden.

Diese Umsatzprognosen bauen folglich auf den bestehenden, regionalen Standortstrukturen auf, berücksichtigt die aktuelle Kundenbindung in Cottbus sowie die mit den Versorgungsfunktionen der erweiterten Anbieter (Lebensmittelmärkte und Textildiscounter) zu erwartende Kundenorientierung und wird in den nachfolgenden Abschnitten in seiner städtebaulich-funktionalen Einordnung bewertet.

#### Umsatzprognose der erweiterten Lebensmittelmärkte

Unter Berücksichtigung der standortspezifischen Situation mit einem durch Wettbewerbsstandorte begrenzten Einzugsgebiet wird perspektivisch mit einem maximalen Gesamtumsatz (Vollsortimenter inkl. Bäcker und Lebensmitteldiscounter) von rd. 14,3 Mio. € gerechnet. Hinsichtlich der wettbewerblichen und städtebaulichen Folgewirkungen entspricht diese Umsatzerwartung somit einem „worst-case-Szenario“.

Die Nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick über die voraussichtlich zu erwartende Umsatzherkunft und somit über die Kundenbindung des Projektstandortes. Die prognostizierten Kundenbindungen unterstellen einen modernen Marktauftritt der Anbieter in modernen Immobilie, die in den erwarteten Marktanteilen dokumentiert sind.

**Tabelle 8: Umsatzprognose der erweiterten Lebensmittelmärkte auf Basis der Abschöpfungsquoten**

Kundenherkunft	Kaukraftvolumen Food + Nonfood I in T€	REWE inkl. Bäcker		ALDI		Gesamt	
		Bindungsquote	Umsatzerwartung	Bindungsquote	Umsatzerwartung	Bindungsquote	Umsatzerwartung
		in %	in T€	in %	in T€	in %	in T€
Kerneinzugsgebiet	18.897	28%	5.300	18%	3.400	46%	8.700
südliches erweitertes Einzugsgebiet	10.911	20%	2.200	12%	1.300	32%	3.500
westliches erweitertes Einzugsgebiet	4.303	10%	400	8%	300	16%	700
<b>Umsatzerwartung gesamtes Einzugsgebiet</b>	<b>34.112</b>	<b>23%</b>	<b>7.900</b>	<b>15%</b>	<b>5.000</b>	<b>38%</b>	<b>12.900</b>
Streuumsätze (5%)			300		200		500
Umsatzerwartung Nonfood II			400		500		900
<b>Umsatzerwartung gesamt</b>			<b>8.600</b>		<b>5.700</b>		<b>14.300</b>

Quelle: BBE-Berechnung 2022

Im Kerneinzugsgebiet steht ein nahversorgungsrelevantes Kaukraftpotenzial von ca. 18,9 Mio. € zur Verfügung. Da es südlich der Dissenchener Straße im Ortsteil Sandow keine weiteren Lebensmittelmärkte gibt, können der REWE und der ALDI eine Kundenbindung von 28% bzw. 18% erzielen, was einer Abschöpfungsquote von 46% im Kerneinzugsgebiet für beide Lebensmittelmärkte entspricht. Für den Vollsortimenter ergibt sich im Kerneinzugsgebiet folglich ein Umsatz mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten von

5,3 Mio. € und für den Lebensmitteldiscounter von 3,4 Mio. €. Somit kann im Kerneinzugsgebiet ein standortbezogener Gesamtumsatz von 8,7 Mio. € in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten generiert werden. Dies wären rd. 67% der Umsatzerwartung aus dem Einzugsgebiet, ein hoher Anteil, der die Versorgungsfunktionen für den südlichen Bereich des Ortsteils Sandow unterstreicht.

Im südlichen erweiterten Einzugsgebiet existiert ebenfalls kein weiterer Lebensmittelmarkt, allerdings nimmt mit der Entfernung zum Projektstandort die Kundenbindung auch ab, da alternative Angebote eher für die Branitzer Bevölkerung in Frage kommen. Daher wird im südlichen Einzugsgebiet in Branitz für den REWE eine Abschöpfungsquote von 20% (2,2 Mio. € Umsatz) und für den ALDI von 12% (1,3 Mio. €) prognostiziert, so dass sich summarisch bei einer Abschöpfungsquote von 32% ein Umsatz von 3,5 Mio. € aus dem südlichen Einzugsgebiet ergibt.

Im erweiterten Einzugsgebiet westlich der Spree gibt es mit Netto Marken-Discount und einem Biomarkt weitere Lebensmittelmärkte, dazu sind die ausgeprägten Angebotsstrukturen der Cottbusser Innenstadt unweit entfernt. Folglich nimmt die Kundenbindung mit einer Abschöpfungsquote von 10% bzw. 8% im Vergleich zu den beiden weiteren Einzugsgebietszonen deutlich ab. Für REWE errechnet sich ein Umsatz von 0,4 Mio. € und für ALDI von 0,3 Mio. €.

Darüber hinaus sind Streuumsätze durch die Lage an der frequentierten Willy-Brandt-Straße mit einem Umsatzanteil von maximal 5% (REWE 0,3 Mio. €, ALDI 0,2 Mio. €) zu erwarten.

Ergänzend werden die Umsätze in den Non-Food II-Sortimenten einbezogen. Bei dem REWE-Markt errechnet sich bei einem Umsatzanteil von 5% ein Umsatz von rd. 0,4 Mio. € und für den Lebensmitteldiscounter ALDI mit einem Umsatzanteil von 9% von 0,5 Mio. €.

### **Ableitung der Verkaufsflächendimensionierung des Vollsortimenters REWE und Bewertung der Flächenproduktivität ALDI**

Aus dem maximal zu erwirtschaftenden Umsatz am Projektstandort von rd. 8,6 Mio. € für den Vollsortimenter inkl. Bäcker ist eine maximale Verkaufsflächengröße abzuleiten.

**Tabelle 9: Maximale Verkaufsfläche des geplanten Vollsortimenters und Flächenproduktivität des Lebensmitteldiscounters**

Planvorhaben	Verkaufsfläche	Flächenproduktivität	Umsatzerwartung
	in m <sup>2</sup>	€/m <sup>2</sup>	in T€
<b>Bestand</b>			
ALDI - Lebensmitteldiscounter	680	6.300	4.300
REWE - Vollsortimenter	1.308	4.600	6.000
Bäcker	25	10.000	300
			<b>10.600</b>
<b>Planvorhaben</b>			
ALDI - Lebensmitteldiscounter	1.000	5.700	5.700
REWE - Vollsortimenter	1.980	4.200	8.300
Bäcker	25	12.000	300
			<b>14.300</b>
<b>Standortentwicklung</b>	<b>992</b>		<b>3.700</b>
Quelle: BBE-Berechnung 2022			

Hierbei wird die durchschnittliche Raumleistung des Anbieters REWE herangezogen. Die bundesweit 3.626 REWE-Märkte (ohne REWE-Center) verfügen über eine mittlere Verkaufsfläche von 1.522 m<sup>2</sup>, auf welcher

sie eine durchschnittliche Flächenproduktivität von 4.320 €/m<sup>2</sup> erzielen.<sup>16</sup> Vor dem Hintergrund einer unterdurchschnittlichen Kaufkraft im Einzugsgebiet wird nach gutachterlicher Einschätzung eine Flächenproduktivität von ca. 4.200 €/m<sup>2</sup> für den REWE-Markt am Standort als realistisch angesehen. Hieraus resultiert letztlich eine maximale Verkaufsfläche für den Vollsortimenter von rd. 1.980 m<sup>2</sup> und einem zusätzlichen Bäcker von 25 m<sup>2</sup>. Wird der bestehende Umsatz des REWE-Marktes inkl. Bäcker mit dem Planumsatz verglichen, steigt der Umsatz um rd. 2,3 Mio. €.

Bei der oben abgeleiteten Umsatzerwartung von 5,7 Mio. € für den ALDI-Lebensmitteldiscounter ergibt sich bei einer Verkaufsfläche von 1.000 m<sup>2</sup> eine Flächenproduktivität von 5.700 €/m<sup>2</sup>. Dies stellt, verglichen mit der zuständigen ALDI-Regionalgesellschaft Mittenwalde, einen überdurchschnittlichen Wert dar, da im Jahr 2019 ein Jahresumsatz von 4,28 Mio. € (netto) erzielt wurde, so dass dies einem worst-case-Szenario entspricht. Im Vergleich zum Bestand ergibt sich ein zusätzlicher Umsatz von rd. 1,4 Mio. € beim ALDI-Markt.

Insgesamt wird ein Mehrumsatz von rd. 3,4 Mio. € für die beiden Märkte erwartet. Mit der zusätzlichen Verkaufsflächenerweiterung wird die Umsatzleistung der Märkte nur unterdurchschnittlich ansteigen. Dafür sprechen folgende Indikatoren, die im Zusammenhang mit den Marktentwicklungen der letzten Jahre anzuführen sind:

- Wie bereits dargestellt, wird nach Auskunft der Vorhabenträger die geplanten Erweiterungsmaßnahmen nur zu einem Teil der Ausweitung des Sortimentsangebotes führen. Die Erweiterung hat zudem den Zweck, die Voraussetzungen für eine großzügigere Warenpräsentation, verbesserte Kundenführung und Optimierung der internen Logistikabläufe zu schaffen.
- Beide Märkte sind bereits in den bestehenden Versorgungsstrukturen etabliert. Durch die nun geplanten Erweiterungen des Lebensmittelmarktes werden sich die Einkaufsorientierungen und damit das Einkaufsverhalten der Verbraucher nicht wesentlich verändern.

### Umsatzprognose des erweiterten Textildiscounters

Die nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick über die voraussichtlich zu erwartende Umsatzherkunft und somit über die Kundenbindung des KiK-Textildiscounters am Projektstandort. Die prognostizierten Kundenbindungen unterstellen einen modernen Marktauftritt, der in den erwarteten Marktanteilen dokumentiert ist.

**Tabelle 10: Umsatzprognose der erweiterten Textildiscounters auf Basis der Abschöpfungsquoten**

Kundenherkunft	Kaufkraftvolumen Bekleidung	Bindungsquote	Umsatzerwartung
	in T€	in %	in T€
Kerneinzugsgebiet	2.679	15%	400
südliches erweitertes Einzugsgebiet	1.547	11%	170
westliches erweitertes Einzugsgebiet	626	5%	30
<b>Umsatzerwartung gesamtes Einzugsgebiet</b>	<b>4.852</b>	<b>12%</b>	<b>600</b>
Streuumsätze (5%)			30
<b>Umsatzerwartung gesamt</b>			<b>630</b>
Quelle: BBE-Berechnung 2023			

<sup>16</sup> Die Spannweite einer durchschnittlichen Flächenproduktivität variiert stark zwischen Regionen, Standorten und Anbietern. Die bundesdurchschnittliche Raumleistung von REWE liegt bei 4.320 €/m<sup>2</sup> bei einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von 1.522 m<sup>2</sup> (vgl. Hahn Retail Real Estate Report Germany 2021 / 2022, S. 31)

Im Kerneinzugsgebiet besteht kein weiterer Bekleidungsfachmarkt, so dass der KiK-Textildiscounter eine Abschöpfungsquote von 15% erzielen kann. Da im Bekleidungsbereich differierende Kundenpräferenzen zu Marken und Anbietern bestehen, ist keine höhere Abschöpfung zu erwarten. Bei einem Marktpotenzial von rd. 2,7 Mio. € ergibt sich ein Umsatz von 0,4 Mio. € im Kerneinzugsgebiet.

Im südlichen erweiterten Einzugsgebiet existiert ebenfalls kein weiterer Bekleidungsfachmarkt, allerdings nimmt mit der Entfernung zum Projektstandort die Kundenbindung ab, da alternative Angebote eher für die Branitzer Bevölkerung in Frage kommen. Kundenbindung am Projektstandort resultiert zunehmend aus Kopplungseffekten zur eigentlich angestrebten Grundversorgung. Daher wird im südlichen Einzugsgebiet in Branitz für den erweiterten KiK eine Abschöpfungsquote von 11% prognostiziert, so dass sich ein Umsatz von 170T€ Mio. € aus dem südlichen Einzugsgebiet ergibt.

Im erweiterten Einzugsgebiet westlich der Spree wird die Bedeutung der Bekleidungsanbieter in der Cottbusser Innenstadt für die Bevölkerung größer, folglich ist eine abnehmende Kundenbindung auf nur noch 5% zu erwarten. Für den Textildiscounter KiK errechnet sich somit ein Umsatz von 30 T€ im westlichen erweiterten Einzugsgebiet.

Darüber hinaus sind Streuumsätze durch die Lage an der frequentierten Willy-Brandt-Straße mit einem Umsatzanteil von maximal 5% (30 T€) zu prognostizieren.

Wie eingangs bereits dargelegt wurde, ist eine Erweiterung der Verkaufsfläche des KiK-Textildiscounters von 420 m<sup>2</sup> auf 575 m<sup>2</sup> geplant. Für den Textildiscounter wird ein zukünftiger Umsatz von ca. 630 T€ prognostiziert, was einer Umsatzsteigerung von ca. 170 T€ gegenüber der Bestandssituation entspricht.

**Tabelle 11: Veränderung des Umsatzes durch die Erweiterung des Textildiscounters und resultierende Flächenproduktivitäten**

Planvorhaben	Verkaufsfläche	Flächenproduktivität	Umsatzerwartung
	in m <sup>2</sup>	€/m <sup>2</sup>	in T€
KiK-Bekleidungsfachmarkt - Bestand	420	1.100	460
KiK-Bekleidungsfachmarkt - Plan	575	1.100	630
<b>Standortentwicklung</b>	<b>155</b>		<b>170</b>

Quelle: BBE-Berechnung 2023

Mit einem Planumsatz von 630 T€ (brutto) wird für den erweiterten KiK-Textildiscounter ein nahezu durchschnittlicher Umsatz für eine Filiale von KiK in Deutschland prognostiziert, auf Basis der Vergleichsdaten vor der Pandemie. In den letzten Jahren waren Umsatzrückgänge zu verzeichnen, so erzielte im Jahr 2021 eine durchschnittliche Filiale von KiK einen Nettoumsatz von nur noch ca. 470 T€.<sup>17</sup>

Die Prognose stellt somit unter Berücksichtigung des begrenzten Einzugsgebiets infolge der Wettbewerbsbetriebe in westlicher und nördlicher Richtung und der betreiberspezifischen Kundenorientierung den maximal erzielbaren Umsatz dar. Im Sinne eines Worst-Case-Szenarios wird bei dieser geringen Verkaufsflächenerweiterung von 155 m<sup>2</sup> zudem von einer gleichbleibenden Flächenproduktivität ausgegangen, so dass sich ein Mehrumsatz von 170 T€ ergibt.

<sup>17</sup> KiK in Deutschland: Bei einem Jahresumsatz von 1,446 Mrd. € (netto) errechnet sich bei 2.607 Filialen ein Umsatz von 555 T€ pro Filiale im Jahr 2018. Im Jahr 2021 sank der Gesamtumsatz auf 1.260 Mio. € (netto) bei insgesamt 2.700 Filialen, dies entspricht einem Durchschnittsumsatz von ca. 470 T€ pro Filiale. (Quelle: Statista)  
KiK in Europa: Im Jahr 2021 erzielte KiK in ganz Europa mit 3.675 Filialen einen Gesamtumsatz von 1,90 Mrd. € (netto), dies entspricht einem mittleren Filialumsatz von 517 T€.

## 9.2. Umsatzumlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen

Im vorherigen Abschnitt wurde der Umsatz für die sich erweiternden Märkte prognostiziert, dieser Differenzierung folgt auch die Prognose der wettbewerblichen Folgewirkungen.

Anzunehmen ist dabei, dass der erwartete Mehrumsatz, der mit der Modernisierung und der Verkaufsflächenerweiterung gebunden wird, zwangsläufig Anbietern an anderer Stelle verloren geht. Insbesondere nach städtebaulichen Kriterien ist zu prüfen, welche Auswirkungen die Vorhaben auslösen können. Zur Beurteilung möglicher städtebaulicher Auswirkungen sind zunächst die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungseffekte zu ermitteln. Zentrale Frage ist, ob dabei negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind.

In seinem Urteil vom 6.11.2008 – 10 A1417/07 – bzw. – 10 A 2601/07 – hat das OVG Münster entschieden, dass im Rahmen einer Erweiterung eines bestehenden Einzelhandelsbetriebes bei der Beurteilung, ob negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche der Gemeinde oder der benachbarten Gemeinden zu erwarten sind, zu berücksichtigen ist, dass der zu erweiternde Betrieb mit seiner bisherigen (genehmigten) Größe am Standort bereits vorhanden ist. Vor diesem Hintergrund sind somit nur die durch die Erweiterung generierten Mehrumsätze für die Betrachtung und Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen relevant.

### Umsatzumlenkungseffekte durch die erweiterten Lebensmittelmärkte (REWE und ALDI)

In der nachstehenden Tabelle sind die zu erwartenden Umverteilungseffekte durch die Erweiterung der Lebensmittelmärkte modelltheoretisch berechnet. Dargestellt sind die Umsatzumverteilungsquoten gegenüber den Anbietern im Untersuchungsgebiet. Die Umlenkungen werden dabei jeweils auf den gesamten Standort berechnet, so finden beispielsweise die integrierten Lebensmittelhandwerksbetriebe in den Lebensmittelmärkten ebenso Berücksichtigung.

Wie bereits aus der Wettbewerbsbetrachtung in Abschnitt 6 deutlich wurde, stehen der **REWE-Markt im B-Zentrum Sandow, der LIDL in der Dissencherer Straße und die Nahversorgungslagen Am Neustädter Platz sowie Merzdorfer Weg** am stärksten im Wettbewerb mit dem Projektvorhaben. Die vier Wettbewerbsstandorte mit Lebensmittelmärkten weisen die geringsten Entfernungen zum Projektstandort auf, so dass Umverteilungsquoten zwischen 6,5% und 8% für die Standorte erwartet werden. Wie in Abschnitt 6 deutlich wurde, zeigen sich alle vier Standorte als wettbewerbsfähig, so dass bei prognostizierten Umsatzrückgängen zwischen 0,23 Mio. € und 0,87 Mio. € für die Standorte keine städtebaulich negativen Wirkungen induziert werden.

Die Umverteilungen innerhalb des Untersuchungsgebietes für die weiteren Standorte sind deutlich geringer. So sind die Anbieter innerhalb des **A-Zentrums** weniger auf die Versorgung des direkten Umfelds, sondern auf die Frequenz der Gäste der Gesamtstadt, dem regionalen Umfeld und Tages- sowie Übernachtungsgäste ausgerichtet. Folglich wird die Umverteilungsquote beim BlechenCarré mit 3% bzw. der stärker nach Nordwesten ausgerichteten Spree-Galerie von 2% geringer sein. Die weiteren Anbieter der Innenstadt sind spezialisiert und stehen mit einer Umverteilungsquote von lediglich 2% ebenfalls nur in einem geringem Maße im Wettbewerb. Dies gilt adäquat für **die weiteren Anbieter des B-Zentrums Sandow**.

Der **Biomarkt an der Franz-Mehring-Straße** ist mit seiner Ausrichtung auf Bioprodukte und der Lage westlich der Spree als Nebenwettbewerber einzustufen. Bei einer Umverteilungsquote von 3% und einem prognostizierten Umsatzrückgang von lediglich 0,05 Mio. € sind für den Anbieter außerhalb der Zentrenstruktur keine existenziellen Wirkungen abzuleiten.

**Tabelle 12: Umsatzumlenkung und Umlenkungsquoten für den Projektstandort**

Lage	aktueller Umsatz Food & Nonfood I		Umsatzumverteilung durch Projektvorhaben	
	in Mio. €		in %	in Mio. €
<b>Umverteilung innerhalb des Untersuchungsgebietes</b>				
A-Zentrum Innenstadt, BlechenCarré	8,9	3,0%	0,27	
A-Zentrum Innenstadt, Spree-Galerie	10,8	2,0%	0,22	
A-Zentrum Innenstadt, weitere Anbieter	7,9	2,0%	0,16	
B-Zentrum Sandow, Standort REWE/ROSSMANN	11,7	7,5%	0,87	
B-Zentrum Sandow, weitere Anbieter	2,2	3,0%	0,07	
Nahversorgungslage Am Neustädter Platz	3,8	7,5%	0,28	
Nahversorgungslage Merzdorfer Weg	3,6	6,5%	0,23	
Bioladen, Franz-Mehring-Straße	1,7	3,0%	0,05	
LIDL, Dissenchener Straße	4,4	8,0%	0,35	
Sonstige	5,6	2,0%	0,11	
<b>Umverteilung Anbieter mit Ausstrahlung auf Untersuchungsgebiet</b>				
Kaufland, Hardenbergstraße	15,7	2,0%	0,31	
Marktkauf, Lausitz-Park	23,1	1,5%	0,35	
<b>Umsatzumverteilung durch Vorhaben</b>			<b>3,27</b>	
<b>zusätzliche Umsätze aus Nonfood II-Sortimenten</b>			<b>0,24</b>	
<b>zusätzliche Streumsätze von außerhalb des Untersuchungsgebietes</b>			<b>0,19</b>	
<b>Bestandsumsatz REWE inkl. Bäcker und ALDI</b>			<b>10,60</b>	
<b>Umsatzerwartung Vorhaben gesamt</b>			<b>14,30</b>	
Quelle: BBE-Berechnung 2022				

Da der große Supermarkt **Kaufland in der Hardenbergstraße** und das **SB-Warenhaus Marktkauf im Lausitz-Park** insbesondere eine Ausstrahlung auf das südliche erweiterte Einzugsgebiet erzielen, sind durch eine stärkere Kaufkraftbindung im Einzugsgebiet, in Folge der Erweiterung der beiden Lebensmittelmärkte, ebenfalls Umverteilungseffekte für diese beiden Standorte zu erwarten, welche mit 2% (0,31 Mio. €) bzw. 1,5% (0,35 Mio. €) auf marginalem Niveau verbleiben.

Für **sonstige Anbieter** wird ein Umsatzrückgang von summarisch 0,11 Mio. € prognostiziert. Einzelbetrieblich verbleiben die Umverteilungen unterhalb der Spürbarkeitsschwelle.

Für die **Mehrumsätze bei Non-Food II-Sortimenten** ist zu konstatieren, dass sich diese auf eine Vielzahl von Sortimenten aufteilen und eine Umsatzumverteilung bei einem Mehrumsatz durch die Lebensmittelmärkte von 240 T€ nicht möglich ist. Auswirkungen durch die Mehrumsätze bei Non-Food II-Umsätzen sind auszuschließen.



### Umsatzumlenkungseffekte durch den erweiterten Textildiscounter (KiK)

In vergleichbarer Modellrechnung weist nachstehende Tabelle die zu erwartenden Umverteilungseffekte durch die Erweiterung des Textildiscounters aus. Differenziert wird an den relevanten Wettbewerbsstandorten zusätzlich zwischen den discountorientierten und den sonstigen Bekleidungsanbietern. Es ist davon auszugehen, dass Wettbewerbsbeziehungen sich vorrangig auf vergleichbare Textildiscounter auswirken. Zusätzlich wird im Sinne eines „worst-case-Szenarios“ unterstellt, dass der Mehrumsatz nach Erweiterung vollumfänglich dem Bekleidungsbereich zugeordnet wird. Eine Verteilung des ohnehin begrenzten Mehrumsatzes auch auf die Randsortimente würde die Umlenkungseffekte zusätzlich „verdünnen“ und für die Einzelsortimente zu sehr geringen, gutachterlich nicht mehr gesicherten Umsatzanteilen führen.

**Tabelle 13: Umsatzumlenkung und Umlenkungsquoten durch die Erweiterung des Textildiscounters**

Lage	aktueller Umsatz Bekleidung		Umsatzumverteilung durch Projektvorhaben	
	in T€	in %	in T€	
<b>Umverteilung innerhalb des Untersuchungsgebietes</b>				
A-Zentrum Innenstadt, BlechenCarré TK Maxx/Ernsting's Family	3.890	1,0%	40	
A-Zentrum Innenstadt, BlechenCarré weitere Anbieter/Galeria Kaufhof	20.560	<<1%	30	
A-Zentrum Innenstadt, Spree-Galerie Takko/Woolworth	1.660	1,0%	20	
A-Zentrum Innenstadt, Spree-Galerie weitere Anbieter	300			
A-Zentrum Innenstadt, NKD Stadtpromenade	920	2,0%	20	
A-Zentrum Innenstadt, weitere Anbieter	11.120			
B-Zentrum Sandow, Takko	940	4,0%	40	
B-Zentrum Sandow, weitere Anbieter	540	1,0%	10	
Sonstige	980	1,0%	10	
<b>Umsatzumverteilung durch Vorhaben</b>			<b>170</b>	
<b>Bestandsumsatz KiK</b>			<b>460</b>	
<b>Umsatzerwartung Vorhaben gesamt</b>			<b>630</b>	
Quelle: BBE-Berechnung 2023				

Bei einem Mehrumsatz von lediglich 170 T€ allein für Bekleidung sind jedoch ebenfalls die Umverteilungen für alle weiteren Anbieter im Untersuchungsraum stets im geringen bis marginalen Bereich.

Mit einer Umverteilungsquote von 4% und einem prognostizierten Umsatzrückgang von lediglich 40 T€ werden die stärksten Umverteilungen aufgrund der geringen Entfernung und des vergleichbaren Konzepts für den **Takko** im **B-Zentrum Sandow** prognostiziert. Für den wettbewerbsfähigen Fachmarkt mit aktuellem Konzept und weiteren Magnetanbietern am Standort können bei diesem geringen Umsatzrückgang existenzielle Wirkungen ausgeschlossen werden.

Dies gilt adäquat für **NKD** in der **Stadtpromenade** mit einer Umverteilungsquote von 2% aus denen sich ein Umsatzrückgang von lediglich 20 T€ ergibt.

Innerhalb des Standortes BlechenCarreé / Galeria Kaufhof liegen Umverteilungseffekte selbst bei den discountorientierten Anbietern bei max. 1%. Für alle weiteren Anbieter können zwar Wechselwirkungen nicht vollständig ausgeschlossen werden, eine theoretische Umverteilungsquote wird aber weitaus kleiner als 1% sein.

Für die weiteren Standorte verbleiben die Umverteilungsquoten bei maximal 1,0% und damit unterhalb der Spürbarkeitsschwelle für die jeweiligen Betriebe.



### 9.3. Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnah Versorgung / städtebauliche Auswirkungen / Kompatibilität mit dem Einzelhandelskonzept

Für die städtebauliche Bewertung des Vorhabens ist entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzzumlenkungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden und die wohnungsnah Versorgung gefährdet wird. Diese negativen Effekte sind zu unterstellen, wenn infolge des Vorhabens Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren wichtig sind, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können.

Aus der vorstehenden Modellrechnung lassen sich zwar wettbewerbliche, aber keine schädlichen städtebaulichen Auswirkungen ableiten. Detaillierter lassen sich die Ergebnisse wie folgt beschreiben:

- **Geringer Anteil der nicht nahversorgungsrelevanten Sortimente in den Lebensmittelmärkten**

Nahversorgungsrelevante Sortimente sind vor allem die Waren des täglichen Bedarfs, insbesondere für die Grundversorgung mit Lebensmitteln und Drogerieartikeln. In diesem Zusammenhang sei sowohl auf die Bestandssituation als auch auf die Projektplanung (vgl. Abschnitt 3) verwiesen. Das aktuelle Angebotskonzept von REWE und ALDI konzentriert sich fast ausschließlich auf nahversorgungsrelevante Sortimente, auf Food- und Non-Food I-Sortimente<sup>18</sup> entfallen mehr als 90% der Verkaufsfläche. Mit der Realisierung der Erweiterung wird der Anteil der Non-Food II-Sortimente auch weiterhin unterhalb eines Verkaufsflächenanteils von 10% liegen.

- **Planvorhaben entspricht der Modernisierung und Attraktivitätssteigerung der bestehenden Lebensmittelmärkte und des Textildiscounters**

Die beiden Märkte von REWE und ALDI sowie der Textildiscounter KiK sind bereits langjährig am Standort vorhanden, die geplanten Erweiterungen sind als derzeit branchentypische Entwicklungen und Anpassung an aktuelle, marktfähige Konzepte zu bewerten.

- **Städtebaulich integrierter Standort**

Städtebaulich integrierte Lebensmittelmärkte sind für die Wohnbevölkerung gut erreichbar und sichern mit ihren nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten die verbrauchernahe Grundversorgung der Bevölkerung.

Der Projektstandort liegt innerhalb des D-Zentrums Willy-Brandt-Straße im Ortsteil Sandow. Damit ist er in die städtebaulich gewünschte Zentrenstruktur eingebunden. Von allen Seiten schließen sich um das D-Zentrum Wohngebiete an, welche sehr gut fußläufig aus dem direkten Umfeld erreichbar sind. Zudem verfügt der Projektstandort durch die Lage an der Bushaltestelle Georg-Schlesinger-Straße direkt am Projektstandort auch über eine sehr gute Erreichbarkeit mit dem Pkw und dem ÖPNV.

- **Planvorhaben führt zu einer Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs D-Zentrum Willy-Brandt-Straße**

Im Einzelhandelskonzept der Stadt Cottbus wurde der Projektstandort als zentraler Versorgungsbereich eingestuft mit Versorgungsfunktionen für den südlichen Bereich von Sandow und den Ortsteil Branitz. Mit der geplanten Erweiterung des Vollsortimenters, des Lebensmitteldiscounters und des Textildiscounters ist eine Qualifizierung des D-Zentrums und eine Stärkung der zugewiesenen Versorgungsfunktionen zu erwarten. Mit weiterhin sechs Anbietern (KiK, ALDI, REWE und drei Fachgeschäfte am REWE-Baukörper) kann auch zukünftig die Funktion eines Nahversorgungszentrums wahrgenommen werden.

<sup>18</sup> Unter Non-Food I – Sortimente werden im Lebensmittelhandel die nahversorgungsrelevanten Non-Food-Sortimente verstanden, dies sind die Warengruppen Drogerie und Heimtiernahrung.

■ **Erweiterungen der Lebensmittelmärkte und des Textildiscounters sind auf die Versorgungsfunktion des D-Zentrums Willy-Brandt-Straße abgestimmt**

Im Abschnitt 9.1 wurde die maximale Verkaufsfläche des REWE-Marktes entsprechend der Versorgungsfunktion abgeleitet, um auch gegenüber dem B-Zentrum Sandow keine dominierende Stellung einzunehmen. Mit einer Verkaufsfläche von 1.000 m<sup>2</sup> für den ALDI-Markt und rd. 2.000 m<sup>2</sup> für den REWE-Markt inkl. Bäcker würde der Standort eine der Versorgungsfunktion entsprechende Dimensionierung aufweisen.

Die Erweiterung des Textildiscounters um 155 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche wird aufgrund der Wettbewerber in nördlicher und westlicher Richtung nicht zu einer Vergrößerung des Einzugsgebiets führen. Auch wenn die Regelgröße für zentrenrelevante Anbieter in Nahversorgungszentren von 300 m<sup>2</sup> (Cottbuser Nachbarschaftsladen) überschritten wird, wird der Standort auch weiterhin Versorgungsfunktionen im südlichen Bereich von Sandow sowie in Branitz aufweisen.

■ **Bestehende Entwicklungspotenziale im Ortsteil Sandow können auch ins D-Zentrum Willy-Brandt-Straße gelenkt werden**

Im Einzelhandelskonzept der Stadt Cottbus, was im Jahr 2016 beschlossen wurde, wird festgehalten, dass die Entwicklungspotenziale zunächst vom B-Zentrum Sandow erschlossen werden sollen. Hierzu ist festzuhalten, dass der Vollsortimenter auf Basis des Bebauungsplans Nr. O/20/106 „Sondergebiet Hermannstraße“ eine Verkaufsfläche von 1.900 m<sup>2</sup> und der Drogeriemarkt von 650 m<sup>2</sup> aufweisen können und somit wesentliche Entwicklungspotenziale im B-Zentrum gebunden werden. Nach Auskunft der Firma REWE werden die beiden Märkte bereits im Jahr 2023 erweitert. In jedem Fall erfolgt somit diese Erweiterung im B-Zentrum vor einer möglichen Erweiterung der beiden Lebensmittelmärkte im D-Zentrum Willy-Brandt-Straße.

Die Entwicklungspotenziale für den REWE-Markt wurden innerhalb des D-Zentrums auf Basis der Versorgungsfunktionen abgeleitet. Folglich kann das B-Zentrum Sandow im Lebensmittelbereich die Entwicklungsmöglichkeiten wahrnehmen und das D-Zentrum Willy-Brandt-Straße qualifiziert werden. Eine Kompatibilität des Vorhabens mit den Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes ist gegeben.

■ **Planvorhaben führt zu keinen städtebaulich-relevanten Auswirkungen gegenüber den Nahversorgungsstrukturen und weiteren Anbietern**

Auch bei der summarischen Betrachtung der Umverteilung durch die erweiterten Lebensmittelmärkte von REWE und ALDI verbleiben die Umverteilungsquoten bei maximal 8% und werden vor dem Hintergrund der Wettbewerbsfähigkeit der Anbieter keine städtebaulichen Wirkungen induzieren.

Nochmals deutlich geringer sind Umlenkungseffekte durch den Textildiscounter. Bei einer Erweiterung der Verkaufsfläche um 155 m<sup>2</sup> ergibt sich ein maximaler Mehrumsatz von lediglich 170 T€. Die höchste Umverteilungsquote von 4% wird für den wettbewerbsfähigen Takko im B-Zentrum Sandow erwartet. Bei einem prognostizierten Umsatzrückgang von 40 T€ sind existenzielle Wirkungen auszuschließen. Dies gilt adäquat für alle weiteren Anbieter mit einer maximalen Umverteilungsquote von 2%.

Wesentliche Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnah Versorgung können insofern ausgeschlossen werden.

## 9.4. Landesplanerische Bewertung des Projektvorhabens

*Gemäß dem Ziel 2.6 des Landesentwicklungsplanes Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR) sollen großflächige Einzelhandelseinrichtungen an Zentrale Orte gebunden werden.<sup>19</sup> Die Stadt Cottbus weist die Funktion eines Oberzentrums auf, somit erfüllt das Planvorhaben das Konzentrationsgebot.*

*Die Entwicklung und Funktionsfähigkeit bestehender oder geplanter zentraler Versorgungsbereiche benachbarter Zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung in benachbarten Gemeinden dürfen gemäß Ziel 2.7 nicht wesentlich beeinträchtigt werden (raumordnerisches Beeinträchtungsverbot).<sup>20</sup> Gegen dieses Beeinträchtungsverbot würde in der Regel verstoßen, wenn durch das Vorhaben die Versorgungsstrukturen in benachbarten Zentralen Orten beeinträchtigt würden, das heißt Betriebe geschlossen würden, die für die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche oder die wohnortnahe Versorgung wichtig sind. Das Einzugsgebiet des Projektstandortes bleibt auf das Stadtgebiet von Cottbus beschränkt, benachbarte zentrale Orte werden folglich nicht gefährdet.*

*Entsprechend Grundsatz 2.8 sollen neue oder zu erweiternde Einzelhandelseinrichtungen in den Zentralen Orten der zentralörtlichen Funktion entsprechen. Als Oberzentrum übernimmt Cottbus Versorgungsfunktionen für sich selbst sowie den zugehörigen Verflechtungsbereich. Als Nahversorgungszentrum bleibt der Projektstandort auf eine vorrangig stättebezogene Ausstrahlung ausgerichtet. Kundenbindungen sind von außerhalb des Stadtgebietes nicht zu erwarten, das Einzugsgebiet des Planvorhabens beschränkt sich lediglich auf einen Teil der Gesamtstadt Cottbus.*

*Gemäß dem Grundsatz 2.11 soll dafür Sorge getragen werden, dass nicht mehr als 25 Prozent der sortimentspezifischen Kaufkraft im einschlägigen Bezugsraum gebunden werden.<sup>21</sup> Als einschlägiger Bezugsraum für die maximale Kaufkraftbindung ist laut der Begründung zu G 2.11 der für jeden Zentralen Ort anzunehmende Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes zu werten. Bezogen auf die Gesamtstadt Cottbus und das dort vorhandene Marktpotenzial erzielen die Magnetanbieter im Projektvorhaben ausschließlich sehr geringe Bindungsquoten. Selbst bei Anwendung des Grundsatzes auf das abgegrenzte Einzugsgebiet als einschlägigen Bezugsraum erzielen die Anbieter eine maximale Kaufkraftbindung von 23% (REWE), 15% (ALDI) bzw. 12% (KiK) und erfüllen somit die Bedingungen des Grundsatzes.*

*In Bezug zum Z 2.13 Einordnung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen innerhalb Zentraler Orte ist zu konstatieren, dass der Projektstandort selbst als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen ist und mit den beiden Lebensmittelmärkten lediglich großflächige Anbieter der Nahversorgung eingebunden sind. Der Textildiscounter KiK bleibt auch nach der Erweiterung deutlich unter der Schwelle zur Großflächigkeit.*

*Die Ziele und Grundsätze des Landesentwicklungsplans Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg werden demnach durch das Projektvorhaben eingehalten.*

---

<sup>19</sup> Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg, 2019, S. 21.

<sup>20</sup> ebd..

<sup>21</sup> ebd.

## 10. Fazit

Die vorstehenden Ausführungen und Darstellungen zeigen auf, dass mit den geplanten Verkaufsflächenentwicklungen im Nahversorgungszentrum Willy-Brandt-Straße in Cottbus städtebaulichen Zielvorstellungen entsprochen wird und zudem keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnah Versorgung zu erwarten sind. Diese Beurteilung beruht im Wesentlichen auf folgenden Faktoren:

- Dem Projektstandort wird innerhalb des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Cottbus aus dem Jahr 2015 die Funktion eines Nahversorgungszentrums (D-Zentrums) zugewiesen. Die Weiterentwicklung und Stärkung dieses D-Zentrums gehört zu den städtebaulichen Zielvorstellungen.
- Im Rahmen der Versorgungsfunktion als Nahversorgungszentrum im Cottbuser Ortsteil Sandow konnten die geplanten Erweiterungen des ALDI-Marktes auf 1.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und des Textildiscounters KiK auf 575 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bestätigt werden, für die REWE-Erweiterung wurde unter Berücksichtigung der Versorgungsfunktionen eine verträgliche Größendimensionierung von 2.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche abgeleitet.
- Die beiden Lebensmittelmärkte übernehmen bereits in der Bestandssituation wichtige wohnungsnah und wohnortnahe Versorgungsfunktionen für den südlichen Bereich von Sandow und den Ortsteil Branitz, die durch die Entwicklungen im Projektvorhaben nachweislich gestärkt und ausgebaut werden. Der Textildiscounter ordnet sich in der Kundschaftsorientierung der Ausstrahlung der beiden Lebensmittelmärkte unter.
- Die geplanten Verkaufsflächenerweiterungen zielen bei allen drei Märkten auf eine Modernisierung der Standorte ab, mit der eine großzügigere Warenpräsentation und eine verbesserte Kundenführung einhergehen.
- Sowohl der REWE-Supermarkt als auch der ALDI-Discounter weisen auch zukünftig eine wesentliche Ausrichtung auf nahversorgungsrelevante Sortimente auf, die bei beiden Märkten auch zukünftig einen Verkaufsflächenanteil von rd. 90% einnehmen werden.
- Die geplanten Vorhaben tragen zu einer Sicherung des Standortes und Konzentration der Versorgungsfunktionen auf den zentralen Versorgungsbereich bei. Der vorhandene Nutzungsmix am Standort soll weitgehend erhalten bleiben, zukünftig wären sechs Anbieter (KiK, ALDI, REWE und drei Fachgeschäfte am REWE-Baukörper) vor Ort ansässig. Demnach erfüllt der Standort auch weiterhin die Funktion eines Nahversorgungszentrums.
- Das Projektvorhaben führt zwar zu wettbewerblichen Auswirkungen auf Standorte im Untersuchungsgebiet, daraus lassen sich jedoch keine schädlichen Auswirkungen für zentrale Versorgungsbereiche oder die wohnungsnah Versorgung ableiten. Die ausgewiesenen Umverteilungseffekte bilden bereits ein „worst-case-Szenario“ ab. Die tatsächlichen Effekte werden mit hoher Wahrscheinlichkeit unter den ermittelten Werten liegen.
- Die Ziele und Grundsätze des Landesentwicklungsplans Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg werden durch das Projektvorhaben eingehalten.

---

Vorstehendes Gutachten dient als Beurteilungsgrundlage für zukünftige Planungs- und Genehmigungsprozesse. Für Fragen zu unseren Ausarbeitungen stehen wir Ihnen ebenso gerne zur Verfügung wie für weitere beratende Unterstützung.

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Dr. Ulrich Kollatz

Gesamtleitung



i. V. Richard Engel

Projektleitung

Leipzig, 23. Februar 2023