



Verträglichkeitsgutachten zur Erweiterung von Aldi, Alte Schulstraße in Wolfsburg-Wendschott

AUFTRAGGEBER: WMG Wolfsburg Wirtschaft und Marketing GmbH,
Wolfsburg

PROJEKTLEITUNG: Dipl.-Geogr. Raimund Ellrott
Dipl.-Ing. Florian Komossa

Hamburg, den 19.05.2022

GMA
Forschen. Beraten. Umsetzen.

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist eine Veröffentlichung des Dokuments nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Im vorliegenden Dokument verzichten wir aus Gründen der besseren Lesbarkeit darauf, immer die männliche und weibliche Schriftform zu verwenden. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.

Quelle Foto Deckblatt: GMA



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg / Dresden / Hamburg / Köln / München

Niederlassung Hamburg
Poststraße 25
20354 Hamburg

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl, Oliver Matzek, Birgitt Wachs

Tel 040 / 30 99 77 78 – 0 / Fax 040 / 30 99 77 78 – 9
info@gma.biz / www.gma.biz

Vorbemerkung

Im März 2022 erteilte die WMG Wolfsburg Wirtschaft und Marketing GmbH, Wolfsburg, der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Hamburg, den Auftrag zur Erstellung eines Verträglichkeitsgutachtens zu der geplanten Erweiterung von Aldi am Standort Alte Schulstraße im Wolfsburger Ortsteil Wendschott.

Konkret ist zu untersuchen, in welchem Umfang durch das Vorhaben Umsatzumverteilungen gegenüber Betrieben in Wolfsburg ausgelöst werden und ob daraus mögliche schädliche städtebauliche Effekte bzw. Funktionsstörungen resultieren können. Zudem ist im Rahmen der Analyse zu untersuchen, ob ein nicht raumbedeutsames Vorhaben vorliegt.

Für die Ausarbeitung des Berichtes standen der GMA u. a. Daten und Informationen des Landesamtes für Statistik Niedersachsen (LSN), der Stadt Wolfsburg, des Auftraggebers sowie ergänzende sekundärstatistische Materialien aus unterschiedlichen Quellen zur Verfügung. Bei der Untersuchung konnte auf aktuelle gesamtstädtische Bestandsdaten der WMG Wolfsburg zurückgegriffen werden, die im Juni 2021 durch die GMA erhoben worden sind.

Die vorliegende Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen der Stadt Wolfsburg. Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität aller Inhalte kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Hamburg, den 19.05.2022
KOF wym

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Aufgabenstellung und planungsrechtlicher Rahmen	5
1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung	5
2. Planungsrechtlicher Rahmen	5
2.1 Regelungen der Baunutzungsverordnung	5
2.2 Landes- und Regionalplanung	6
2.3 Einzelhandels- und Zentrenkonzept	7
3. Definition und Daten zu dem Betriebstyp Lebensmitteldiscounter	8
II. Standortbeschreibung	12
1. Makrostandort Wolfsburg	12
2. Mikrostandort Alte Schulstraße	14
3. Überprüfung der Agglomerationsregelung	17
III. Nachfragesituation	18
1. Einzugsgebiet des Vorhabens	18
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	21
IV. Relevante Angebotssituation	22
1. Methodik und Umfang der Wettbewerbsaufnahme	22
2. Wettbewerbssituation innerhalb des Einzugsgebietes	22
3. Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebietes	23
V. Auswirkungenanalyse	26
1. Methodischer Ansatz	26
2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft	26
3. Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen	28
4. Bewertung der Voraussetzungen für ein nicht raumbedeutsames Vorhaben	31
VI. Zusammenfassung	32

I. Aufgabenstellung und planungsrechtlicher Rahmen

1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung

Der Aldi-Markt an der Alten Schulstraße im dörflichen Wolfsburger Ortsteil Wendschott soll abgerissen und neu gebaut werden und dabei von ca. 800 m² Verkaufsfläche (VK) auf dann ca. 1.290 m² VK erweitert werden. Hierbei handelt es sich um den einzigen Lebensmittelanbieter im Ortsteil.

Da der Standort außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs liegt ist zu untersuchen, ob die Voraussetzungen zur Einstufung des Marktes als nicht raumbedeutsamer Nahversorger erfüllt werden. Sofern mehr als die Hälfte des Umsatzes aus dem fußläufigen Nahbereich generiert werden kann, fällt der Markt nicht unter die Vorgaben des LROP 2017 des Landes Niedersachsen.

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurden im April 2022 intensive Begehungen des Standortes sowie sonstiger Einzelhandelslagen, insbesondere der Wettbewerbsstandorte und der zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum vorgenommen. Grundlage der Studie bildet darüber hinaus das Einzelhandels- und Zentrenkonzept Wolfsburg 2015 / 2016¹, außerdem wurden der GMA die bisherigen Auswirkungsanalysen der BBE zum Standort Aldi in Wendschott² von 2017, 2020 und 2021 zur Verfügung gestellt.

2. Planungsrechtlicher Rahmen

Die wesentlichen Rechtsgrundlagen für die städtebauliche Entwicklung und Ordnung bei der Planung von Einzelhandelsgroßprojekten stellen das Baugesetzbuch (BauGB) sowie die Baunutzungsverordnung (BauNVO) dar.

2.1 Regelungen der Baunutzungsverordnung

Der § 11 Abs. 3 BauNVO führt in der Fassung von 2017 für großflächige Einzelhandelsbetriebe aus:

„1. Einkaufszentren,

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

3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,

¹ Ergänzt durch das Nahversorgungskonzept für das östliche Stadtgebiet Wolfsburg, 2017.

² Vgl. BBE Hamburg; Auswirkungsanalyse zur geplanten Erweiterung eines Lebensmitteldiscounters (Aldi) in der Stadt Wolfsburg vom 22.11.2017; Auswirkungsanalyse zur geplanten Erweiterung eines Lebensmitteldiscounters (Aldi) in der Stadt Wolfsburg (Wendschott) Aktualisierung 12/2020 vom 17.12.2020; Auswirkungsanalyse zur geplanten Erweiterung eines Lebensmitteldiscounters (Aldi) in der Stadt Wolfsburg (Wendschott) Aktualisierung 01/2021 vom 12.01.2021,

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

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

2.2 Landes- und Regionalplanung

Die Vorgaben der Landes-Raumordnung sind bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben zu beachten, sofern der Bebauungsplan neu aufgestellt bzw. ein Bebauungsplan geändert wird. Nach dem LROP 2017, Kapitel 2.3 Ziffer 02, Satz 1-3 werden Einzelhandelsgroßprojekte beschrieben. Die **nicht-raumbedeutsame Nahversorgung** umfasst Betriebe mit periodischen Kernsortimenten, welche entweder nicht großflächig sind oder der „wohntbezogenen Nahversorgung“ dienen. In der Begründung (Teil C) zum Abschnitt 2.3 „Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels“ des LROP 2017 wird wie folgt ausgeführt:

„Für Einzelhandelsvorhaben, die keine raumbedeutsamen Auswirkungen haben können, gelten die landes- oder regionalplanerischen Vorgaben zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels nicht. [...]

Keine Einzelhandelsgroßprojekte sind Betriebe zur wohnortbezogenen Nahversorgung. Sie befinden sich auch in Siedlungsgebieten außerhalb der zentralen Orte, sind Wohngebieten räumlich-funktional direkt zugeordnet und dienen überwiegend der Versorgung im fußläufigen Nahbereich, auch für die in der Mobilität eingeschränkten Bevölkerungsgruppen. Zur Sicherstellung, dass keine wesentlichen Auswirkungen auf die Funktion und Leistungsfähigkeit der zentralen Orte sowie die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind, sind die Voraussetzungen, unter denen ein Vorhaben als Betrieb der wohnortbezogenen Nahversorgung angesehen werden kann, eng zu fassen.

*Betriebe zur wohnortbezogenen Nahversorgung sind nur solche, die nachweislich einen überwiegend fußläufigen Einzugsbereich aufweisen. Zur Bestimmung der fußläufigen Erreichbarkeit ist eine **max. Gehzeit von 10 Minuten** zugrunde zu legen. Dies entspricht einer Entfernung von 700 bis maximal 1.000 m. Ein überwiegend fußläufiger Einzugsbereich liegt vor, wenn der Vorhabenumsatz zu mehr als 50 % mit Kaufkraft aus dem fußläufig erreichbaren Umfeld des Betriebs erzielt wird. Als Betrieb zur wohnortnahen Nahversorgung können nur solche gelten, die auf **mindestens 90 % der Verkaufsfläche nahversorgungsrelevante Sortimente** anbieten. Dies sind die **periodischen Sortimente** i.S.v. Ziff. 03. Satz 7 (vor allem Lebensmittel und Drogeriewaren); aperiodische Sortimente fallen nicht hierunter.*

Betriebe zur wohnortbezogenen Nahversorgung dürfen die Schwelle der Großflächigkeit von 800 m² Verkaufsfläche im Einzelfall auch überschreiten. Für Betriebe, die diese genannten Voraussetzungen erfüllen und somit Betriebe zur wohnortbezogenen Nahversorgung darstellen, wird generalisierend angenommen, dass sie keine raumbedeutsamen Wirkungen haben.“

Ein Vorhaben kann nur dann als Betrieb zur wohnortbezogenen Nahversorgung (= nicht raumbedeutsam) eingeordnet werden, wenn diese beiden Kriterien erfüllt sind:

- /// der Vorhabenumsatz muss zu mehr als 50 % mit Kaufkraft aus dem fußläufigen Einzugsbereich (Gehzeit von 10 Minuten / Entfernung von 700 – 1.000 m) erzielt werden und
- /// auf mind. 90 % der Verkaufsfläche müssen periodische Sortimente angeboten werden.

Die Überprüfung der einzuhaltenden Voraussetzungen erfordert mit Blick auf das Vorhaben u. a.:

- /// die Darstellung wesentlicher Wettbewerber, um die Kaufkraftabschöpfung (= Marktanteil) und darauf aufbauend die Umsatzherkunft berechnen zu können,
- /// die Abgrenzung des fußläufigen Einzugsgebietes,
- /// die Aufteilung der Verkaufsfläche nach periodischen und aperiodischen Sortimenten.

2.3 Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Das **Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2015 / 2016 der Stadt Wolfsburg** wurde im Juni 2016 als Handlungsempfehlung vom Rat der Stadt beschlossen und durch das Nahversorgungskonzept für das östliche Stadtgebiet in 2017 teilweise fortgeschrieben. Im Rahmen des Konzeptes werden verschiedene Standortkategorien definiert.

Schützenswerte Standorte sind:

- /// Hauptzentren (inkl. Nebenlage Innenstadt und Ergänzungslage Nahversorgung)
- /// Stadtteilzentren
- /// Nahversorgungszentren
- /// Entwicklungsstandorte der Nahversorgung.

Sonstige Standorte in nicht integrierten Lagen, die weder städtebaulich noch versorgungsstrukturell von Relevanz sind, sind:

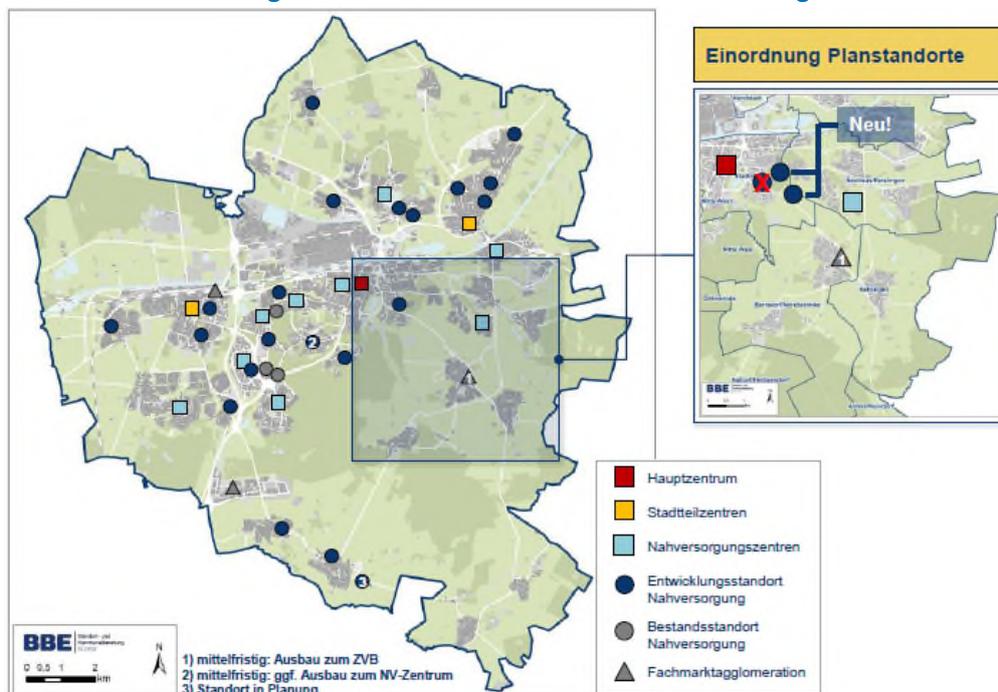
- /// Bestandsstandorte Nahversorgung
- /// Sonstige Standorte / kleinteilige Nahversorgung
- /// Sonder- und Fachmarkttagglomerationen, Gewerbegebiete.

Im Konzept werden u. a. **Leitlinien, Ziele und Grundsätze**³ für die Einzelhandelsentwicklung formuliert.

³ Zur Umsetzung der Leitlinien und Ziele wurden Ansiedlungsregeln und Grundsätze für die Steuerung des Einzelhandels auf städtebaulich gewünschte Standorte entwickelt, welche die Ziele konkretisieren und die Grundlage für die Bewertung einzelner Standorte hinsichtlich ihrer Eignung als Einzelhandelsstandort im Rahmen bauleitplanerischer Abwägungen bilden.

Im Einzelhandels- und Zentrenkonzept sowie im Nahversorgungskonzept für das östliche Stadtgebiet der Stadt Wolfsburg 2017 wird der Standort Alte Schulstraße als „Entwicklungsstandort Nahversorgung“ dargestellt.

Karte 1: Zukünftige Zentren- und Standortstruktur in Wolfsburg⁴



3. Definition und Daten zu dem Betriebstyp Lebensmitteldiscounter

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

Als **Verkaufsfläche** eines Handelsbetriebes wird in diesem Bericht die Fläche definiert, auf welcher der Verkauf abgewickelt wird und die dem Kunden zugänglich ist. Hierzu gehören zum einen die tatsächlich mit Waren belegten Flächen (= Nettoverkaufsfläche) im Inneren und im Außenbereich des Gebäudes, zum anderen die hierfür erforderlichen Verkehrs- und Funktionsflächen, also Gangflächen, Thekenbereiche, Kassenzone, Kassenvorzone (inkl. Bereiche zum Einpacken der Ware und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials), Einkaufswagenzone, Leergutautomaten und Windfang.⁵ Ausgenommen sind Läger, Sozialräume, Kunden-WC und Parkierungsflächen, soweit diese als solche genutzt werden.

Bezüglich der **Sortimente** ist zwischen dem Kernsortiment (bei Lebensmittelmärkten Nahrungs- und Genussmittel) und ergänzenden Randsortimenten (= „Nonfood“) zu unterscheiden. Nahrungs- und Genussmittel (= „Food“) umfassen Lebensmittel, also Frischwaren in Bedienung und Selbstbedienung, Tiefkühlkost und Trockensortiment, Getränke, Brot- und Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren sowie Tabakwaren. Als „Nonfood“ sind Waren definiert, die

⁴ Vgl. Nahversorgungskonzept für das östliche Stadtgebiet Wolfsburg 2016; S. 92

⁵ vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04, Rd. Nr. 26.

nicht zum Verzehr bestimmt sind. Nach der GS1-Warengruppenklassifizierung wird zwischen Nonfood I (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung) und Nonfood II (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.) unterschieden⁶.

Zur Einordnung der Betriebsform „Lebensmitteldiscounter“ und zur Abgrenzung gegenüber anderen im Untersuchungsgebiet vertretenen Konzepten des Lebensmitteleinzelhandels werden die Definitionen der gängigen **Betriebstypen** kurz dargestellt. Die Definitionen für Betriebstypen liegen seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Zur Einordnung und Charakteristik der in Deutschland vorhandenen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels werden die Betriebsformen nachfolgend kurz definiert:⁷

Supermarkt:

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel⁸ führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II aufweist.

Großer Supermarkt:

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood-I- und Nonfood-II-Artikel⁹ führt.

SB-Warenhaus:

Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood-II-Angebot führt.

Discounter:

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

LEH-Fachgeschäft:

Ein LEH-Fachgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft, das auf eine Warengruppe spezialisiert ist und ein tiefes Sortiment führt. Dazu zählen u. a. Spezialitäten-Fachgeschäfte, Getränkeabholmärkte, Obst- und Gemüse-, Süßwarenläden sowie handwerklich orientierte Einzelhandelsgeschäfte wie Feinkostgeschäfte, Bäckereien und Fleischereien.

Convenience Store:

Ein Convenience Store ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche unter 400 m², das ein begrenztes Sortiment aus den Warenbereichen Tabakwaren, Süßwaren, Getränke, Presseartikel sowie frische Snacks und Fertiggerichte bietet.

⁶ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2021, Seite 366.

⁷ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2021, Seite 364.

⁸ Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

⁹ Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

Ein Convenience Store zeichnet sich durch seine bequeme Erreichbarkeit und übliche Sonntagsöffnung aus. Zu den Convenience Stores gehören Kioske und Tankstellenshops.

Kleines Lebensmittelgeschäft:

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood-I-Sortiment anbietet.

Cash & Carry:

Ein Cash & Carry-Betrieb ist ein Großhandelsbetrieb, der Einzelhändlern und gewerblichen Kunden ein breites Sortiment an Nahrungs- / Genussmitteln und Gebrauchsartikeln anbietet. Der Begriff Cash & Carry weist darauf hin, dass der Kunde die Ware sofort bezahlt und abtransportiert.

Die Betriebstypen unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer Sortimentsstruktur, was v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich wird. Während ein Supermarkt im Schnitt ca. 11.830 Artikel offeriert, bieten Große Supermärkte im Durchschnitt mehr als das Doppelte an Produkten an. Lebensmitteldiscounter halten dagegen im Schnitt lediglich ca. 2.300 Artikel vor (vgl. Tabelle 1).

Tabelle 1: Typische Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten

Hauptwarengruppen	Discounter		Supermarkt		Großer Supermarkt	
	durchschnittliche Artikelanzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Nahrungs- und Genussmittel	1.755	76	8.995	76	15.730	62
Lebensmittelnaher Sortimente (Nonfood I, u. a. Gesundheit, Körperpflege, Tiernahrung)	265	9	2.030	17	4.825	20
Nichtlebensmittelsortimente (Nonfood II, u. a. Textilien, Zeitungen / Zeitschriften, Elektrowaren, Blumen / Pflanzen; z. B. Aktionswaren)	275	15	805	7	4.450	18
Sortimente insgesamt	2.295	100	11.830	100	25.005	100

Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2019, Seite 90.

Außerdem werden bei Discountern wöchentlich wechselnde Aktionswaren angeboten, die zum einen aus dem Foodbereich stammen (z. B. Lebensmittelspezialitäten) und zum anderen aus dem Nonfood II-Segment (z. B. Textilien, Schuhe, Heimwerker-/Gartenbedarf, Haushaltswaren, Elektrokleingeräte). Auch bei Discountern liegt der **Umsatzschwerpunkt jedoch klar bei Nahrungs- und Genussmitteln.**

Da Lebensmitteldiscounter standardisierte, auch im Vergleich zwischen den Unternehmen praktisch austauschbare Sortimente aus wenigen, schnell drehenden Produkten des Grundbedarfs haben und die Produkte generell einen niedrigen Warenwert (= Preis je Artikel) aufweisen, entwickeln diese Märkte nur **kurze räumliche Absatzreichweiten**. Hierbei ist die in Deutschland sehr hohe Dichte an Lebensmitteldiscountern zu berücksichtigen. Die Absatzradien, insbesondere von kleineren Einheiten, bewegen sich nur im Bereich weniger Kilometer bzw. innerhalb von höchstens 5 – 8 Minuten Pkw-Fahrzeit.

Seit Jahren optimieren nahezu alle wesentlichen Betreiber im Lebensmitteleinzelhandel ihre Standortnetze, was mit Neuansiedlungen oder Erweiterungen der Verkaufsfläche bestehender Märkte einhergeht. Die Entwicklungen werden angestrebt, um

- // interne Prozesse, wie Warenlogistik, Auffüllen der Regale, zu optimieren
- // Waren übersichtlicher und ansprechender zu präsentieren
- // ein bequemes Einkaufen, u. a. für gehandicapte Kunden durch niedrigere Regale, breitere Gänge, mehr Querungen, kürzere Laufwege zu ermöglichen
- // mehr und größere Abstandsflächen für Kunden, u. a. in der Kassenzone, anzubieten
- // größere Eingangskoffer für einen ungehinderten Kundenlauf und einer bequemen Abgabe von Pfandflaschen zu ermöglichen.

Die Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel wird durch demographische Faktoren beeinflusst, wie die älter werdende Gesellschaft, heterogene Lebens- / Familienbilder und zunehmende Unterschiede zwischen ländlichen und urbanen Regionen. Auch der technologische Wandel wirkt sich im Lebensmitteleinzelhandel aus. So führt der Einsatz neuer Technologien zu ständigen Optimierungsprozessen, v. a. in der Warenlogistik und in der Warenbewirtschaftung. Hinsichtlich der Verkaufsflächengrößen, Sortimente etc. sind folgende Veränderungen zu erwarten:

- // Die umsatzstärksten Betreiber im Lebensmittelhandel, aber auch im Drogeriehandel, werden weiterhin ihr Standortnetz konsequent optimieren und modernisieren. Das beinhaltet v. a. den Neubau (green building-Standard) und die Erweiterung der Verkaufsfläche. In Abhängigkeit vom Betriebstyp und vom jeweiligen Betreiber werden unterschiedliche Größen als zukunftsfähig angesehen.
- // Grundsätzlich ziehen sich die Themen Bio, regionale Produkte, internationale Produkte und zunehmend auch fair gehandelte Produkte, durch die gesamte Branche. War es lange eine Nische für die „Kleinen“, bieten inzwischen alle Betreiber diese Sortimente an. Gleichzeitig bildete sich der Betriebstyp des „Biosupermarktes“ heraus.
- // Strukturveränderungen werden sich durch den Onlinehandel ergeben. Im Lebensmittel- und Drogeriewarenbereich (Fast Moving Consumer Goods; FMCG) zeigt sich aktuell, dass die (kosten-)intensiven Bemühungen der (Online-)Händler zum Aufbau ihrer Marktanteile bislang nur geringen Erfolg haben. Seit 2020 expandieren Lieferdienste wie Gorillas oder Flink in deutschen Großstädten, wo sie Lieferungen innerhalb von 10 Minuten anbieten. Im ländlichen Raum bzw. einwohnerschwächeren Räumen hingegen, wo der Onlinelebensmittelhandel einen tatsächlichen Mehrwert im Sinne einer Versorgungssicherheit darstellen könnte, wurde bislang noch kein nachhaltig rentables Geschäftsmodell entwickelt. Aktuell erreicht der Onlinevertriebskanal über den gesamten Lebensmittel- und Drogeriewarenhandel einen Umsatzanteil von ca. 2 %. Dennoch haben sich alle relevanten Händler dem Thema angenommen.¹⁰

¹⁰ Insbesondere in Städten trifft die onlineaffine Kundschaft in der Regel auf ein sehr engmaschig gewobenes Netz an Nahversorgern. Unter gewöhnlichen Marktbedingungen würde der Onlinehandel mit Lebensmitteln insgesamt auf absehbare Zeit für den täglichen Einkauf keine nennenswerte Rolle spielen. Neu zu bewerten ist jedoch sein Einfluss im Kontext von „click & collect“ sowie Lieferdiensten in krisenbedingten Ausnahmesituationen (z. B. Corona-Pandemie und damit verbundene Ausgangsbeschränkungen).

II. Standortbeschreibung

1. Makrostandort Wolfsburg

Die Stadt Wolfsburg liegt im Osten Niedersachsens und stellt nach Braunschweig die zweitgrößte Stadt im Großraum Braunschweig dar. Im Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen (LROP) 2017 wird die Stadt in der landesplanerischen Hierarchie als **Oberzentrum** ausgewiesen. Als kreisfreie Stadt grenzt Wolfsburg im Westen und Norden an den Landkreis Gifhorn und im Osten und Süden an den Landkreis Helmstedt.

In dem ca. 204 km² großen Stadtgebiet leben derzeit **ca. 124.856 Einwohner**.¹¹ Die größte Bevölkerungskonzentration weist die Kernstadt mit 60.243 Einwohnern (ca. 48 %) auf, die sich auf 20 Stadtteile verteilen. Darüber hinaus gibt es 20 Ortsteile in zum Teil größerer räumlicher Entfernung zur Kernstadt. Während die Kernstadt als Standort des Stammwerkes der Volkswagen-AG stark durch die Automobil- und -zulieferindustrie, aber auch durch zahlreiche Firmen aus dem Dienstleistungssektor sowie Forschungs- und Bildungseinrichtungen gekennzeichnet ist, sind die Ortsteile z. T. ländlich geprägt. Die größten räumlich vom Hauptsiedlungsgebiet abgesetzten Stadtteile sind Vorsfelde (12.278 EW) und Fallersleben (10.923 EW).

Im zurückliegenden Fünfjahreszeitraum 2015 – 2020 konnte Wolfsburg in der Summe eine stabile **Bevölkerungsentwicklung** von + 95 Personen bzw. ca. + 0,1 % verzeichnen. Bis zum Jahr 2028 wird für die Stadt Wolfsburg seitens des niedersächsischen Landesamtes für Statistik mit einem Bevölkerungszuwachs um ca. 2.500 Personen bzw. + 2,0 % gerechnet¹²; die Prognosewerte der Stadt Wolfsburg liegen deutlich über dem Hochrechnungslevel des Landes. Diese Entwicklung wird vor allem durch neu entstehende Wohngebiete getragen, für den **Stadtteil Wendschott** fällt die Prognose der Stadt mit + 11,9 % von 2021 bis 2029¹³ daher überdurchschnittlich positiv aus.

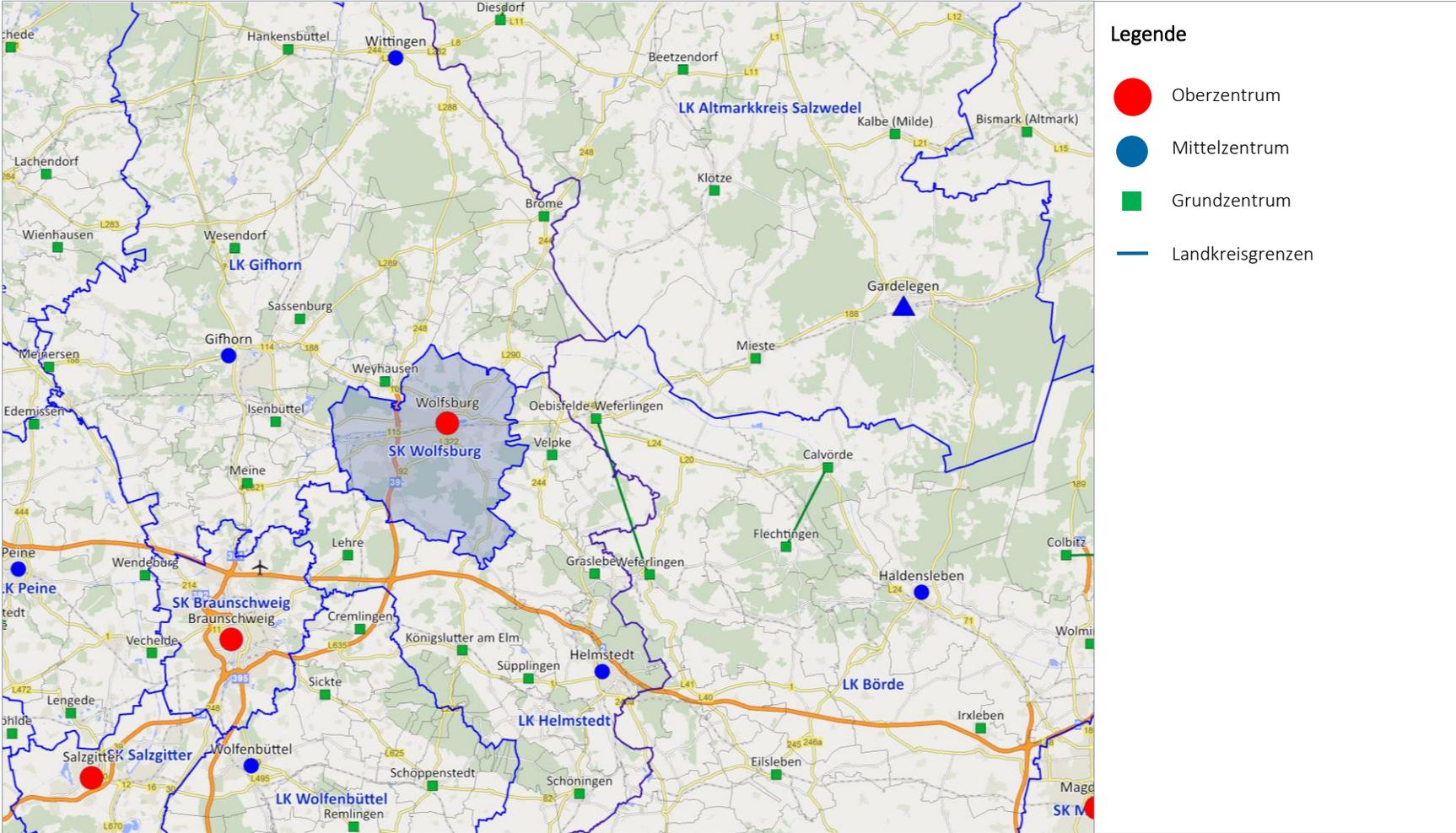
Wendschott ist ein dörflich geprägter Ortsteil im Nordosten der Stadt, der ca. 3.946 Einwohner aufweist. Das Dorf mit eigenem Heimatmuseum liegt zwischen dem Ortsteil Vorsfelde und der Gemeinde Rühren am Naturpark Drömling. Der naturnahe Ortsteil stellt einen attraktiven Wohnstandort dar, weshalb zuletzt mehrere Neubaugebiete entstanden sind und weitere folgen sollen.

¹¹ Quelle: Stadt Wolfsburg, Bevölkerungsbericht 2021, Stand 31.12.2020

¹² Quelle: © Landesamt für Statistik Niedersachsen (LSN) 2019, Kleinräumige Bevölkerungsvorausberechnung für die Jahre 2023 und 2028

¹³ Quelle: Stadt Wolfsburg, Bevölkerungsbericht 2021, Stand 31.12.2020, S. 11

Karte 2: Lage von Wolfsburg und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing ; GMA-Bearbeitung 2022

2. Mikrostandort Alte Schulstraße

Der Plan- und Bestandsstandort des Aldi-Marktes an der Alten Schulstraße liegt am nördlichen Rand des Dorfes Wendschott und ist Teil des Wohngebiets Sommerfeld, das hauptsächlich freistehende Einfamilien- und Reihenhausbebauung aufweist.

Siedlungsstrukturell ist das Umfeld durch Wohnungsbau, Freiflächen und Sportplätze geprägt. Westlich des Planstandortes ist unlängst das Baugebiet Wendschotter Markt mit Wohnraum für rd. 150 Personen fertiggestellt worden. Die Ladeneinheiten um den Innenhof stehen noch überwiegend leer und warten auf den Erstbezug. Die Vermietung an Einzelhandelsbetriebe ist in den vergangenen zwei Jahren nicht geglückt, so dass eine Vermietung an Büro-, Gewerbe und Dienstleistungsbetriebe angestrebt wird.¹⁴ Neben der Bäckerei Cadera (mit Café) hat Ende April 2022 ein Thermomix-Studio eröffnet. Weiterhin sind zwei Kindertagesstätten und mehrere Sportplätze vorhanden; hier spielt der Sportverein WSV Wendschott. Südlich des Aldi-Standortes befindet sich eine naturnahe Grünfläche, außerdem die Freiwillige Feuerwehr Wendschott und eine Kleingartenanlage. Auf der Brachfläche sollen zukünftig weitere Wohneinheiten für rd. 180 Personen entstehen.

Die Ortsmitte des Dorfes mit dem historischen Niedersachsenhaus ist im südlichen Bereich der Wendenstraße zu finden (Kreuzungsbereich Bergmannskamp / Kleitschestraße), dort ist u. a. auch die Grundschule ansässig.

Die **Verkehrsanbindung** erfolgt über die Alte Schulstraße, die nördlich des Aldi-Standorts in die Hauptverkehrsstraße L 290 und im Süden in die Wendenstraße (Ortsmitte) einmündet. Die Alte Schulstraße dient primär der Erschließung der Wohngebiete von Wendschott und kommt größtenteils ohne Fahrbahnmarkierungen aus, was für Dorfstraßen typisch ist. Der Fußweg verläuft überwiegend einseitig auf der westlichen Straßenseite. Die L 290 fungiert als Ortsumgehung für Vorsfelde sowie Wendschott und verbindet Wolfsburg mit der Nachbargemeinde Rühren (Samtgemeinde Brome).

Die **ÖPNV-Anbindung** ist über die Bushaltestelle Große Riehe (Buslinien 201, 265) unmittelbar vor dem Planstandort gewährleistet, wobei die Busse jedoch nur zu Berufsverkehrszeiten verkehren.

Foto 1: Bestandsmarkt Aldi, Alte Schulstraße



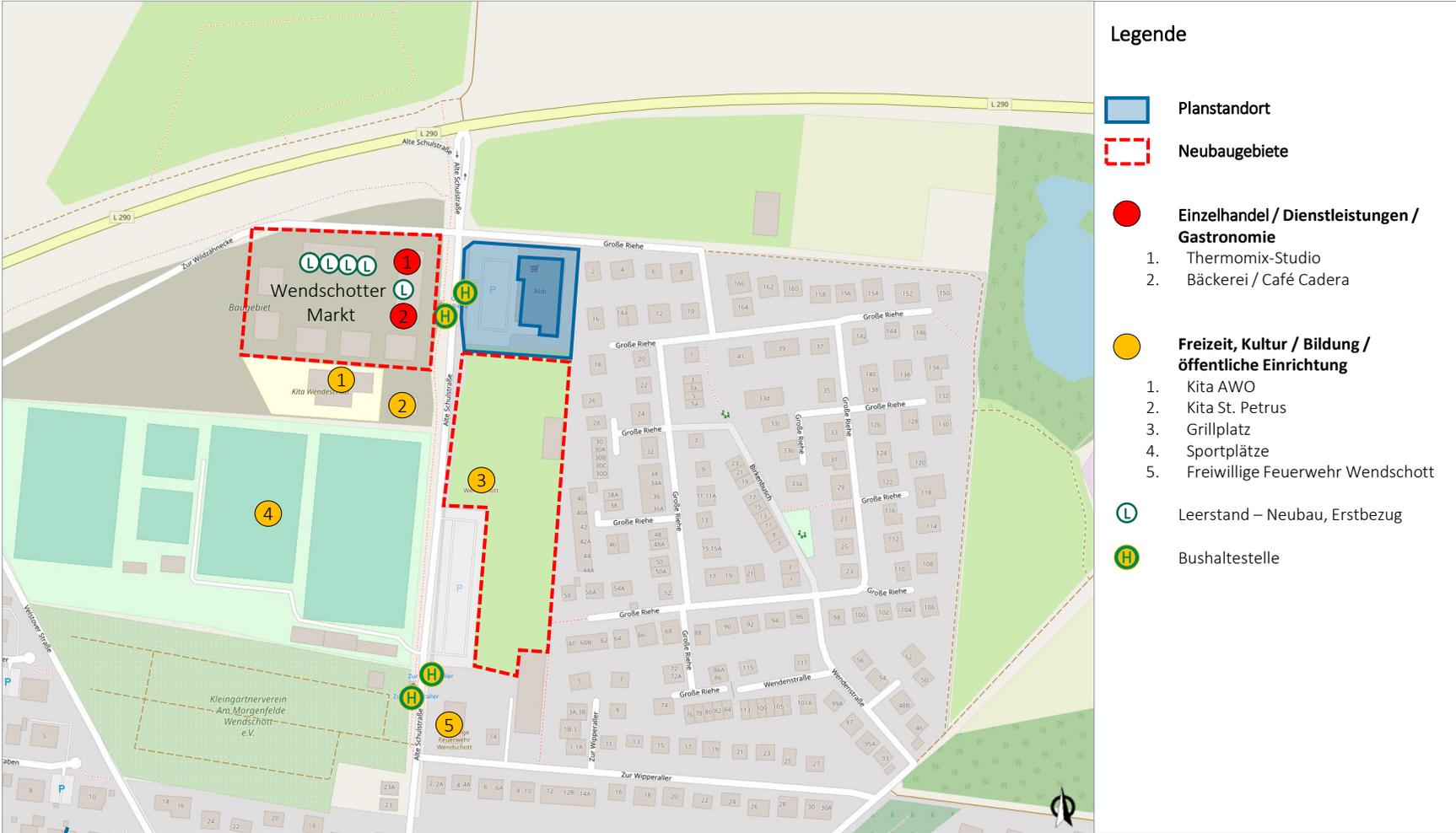
GMA 2022.

Foto 2: Wohngebiet Sommerfeld und Grünfläche



¹⁴ Laut Angaben des Auftraggebers soll der Bebauungsplan am Wendschotter Markt von Mischgebiet (MI) zu Urbanem Gebiet (MU) geändert werden, um zusätzliche Nutzungen zu ermöglichen.

Karte 3: Mikrostandort Aldi Wendschott



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2022

Foto 3: Bushaltestelle Große Riehe



Foto 4: Neubaugebiet Wendschotter Markt (Blick von Aldi-Parkplatz)



Foto 5: Neubaugebiet Wendschotter Markt, Innenhof



Foto 6: Kindertagesstätten



GMA 2022.

Die spezifischen Eigenschaften eines Standortes können in positive und negative Standortfaktoren gegliedert werden. Diese standortspezifischen Eigenschaften haben einen wesentlichen Einfluss auf die Ausstrahlung, die Marktdurchdringung und die damit korrespondierende Umsatzerwartung des Planobjektes.

Positive Standortfaktoren:

- + siedlungsräumlich integrierter Standort mit unmittelbarem Anschluss an Wohngebiete
- + fußläufige Erreichbarkeit aus den Wendschotter Wohnquartieren
- + ÖPNV-Anbindung direkt vor dem Objekt
- + verkehrliche Anbindung für den motorisierten Individualverkehr gewährleistet
- + Standort im Einzelhandelskonzept als „Entwicklungsstandort Nahversorgung“ ausgewiesen
- + weiteres Einwohnerwachstum durch Neubauquartiere im unmittelbaren Standortumfeld.

Negative Standortfaktoren:

- randliche Lage innerhalb des Ortsteils.

3. Überprüfung der Agglomerationsregelung

Gemäß LROP 2017 gelten als Einzelhandelsgroßprojekte auch mehrere selbständige, gegebenenfalls jeweils für sich nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe, die räumlich konzentriert angesiedelt sind oder angesiedelt werden sollen und von denen in ihrer Gesamtbetrachtung raumbedeutsame Auswirkungen wie von einem Einzelhandelsgroßprojekt ausgehen oder ausgehen können¹⁵.

Als Agglomerationen im raumordnerischen Sinne gelten Ansammlungen mehrerer, in der Regel baulich getrennter, selbständiger Einzelhandelsbetriebe in enger Nachbarschaft zueinander. Als kennzeichnend für die „enge Nachbarschaft“ definiert die Arbeitshilfe des Niedersächsischen Ministeriums für Ernährung Landwirtschaft und Verbraucherschutz (2017) insbesondere eine räumliche Nähe der jeweiligen Einzelhandelsbetriebe. Diese äußert sich etwa durch eine Anordnung um den gleichen PKW-Stellplatz. Auch Straßen stellen nur dann eine Unterbrechung dar, wenn sie eine „echte Erreichbarkeitsbarriere“ bilden, wie durch eine Autobahn. In der Regel werden beide Straßenseiten als Einheit und Grund der Nachbarschaft von Betrieben betrachtet.

Für den Wendschotter Markt ist festzustellen, dass dieser introvertiert im Innenhof der Neubebauung gelegen ist und keine funktionale Beziehung zum Aldi-Standort aufweist. So fehlen eine Sichtbeziehung zwischen beiden Standorten oder ein verbindendes Element wie ein gemeinsamer Parkplatz. Der Wendschotter Markt ist um einen eigenen Parkplatz bzw. Quartiersplatz aufgebaut (vgl. Foto 5) und ist aufgrund der Nutzungsstruktur und der geplanten handelsfremden Vermietung nicht als Einzelhandelsstandort einzuordnen. Auch bei dem Thermomix-Studio handelt es sich nicht um einen Einzelhandelsbetrieb, sondern um einen Schulungsraum für gelegentliche Kochkurse ohne feste Öffnungszeiten. Einzig die Bäckerei Cadera verfügt durch die Ecklage sowohl über einen Eingang zum Wendschotter Markt als auch zur Alten Schulstraße, so dass sie vom Aldi-Parkplatz aus sichtbar ist (vgl. Foto 4). Zwar weist die Alte Schulstraße keine Querungshilfen auf (vgl. Fotos 3 - 4), dafür stellt insbesondere die Bushaltestelle eine Verbindung zwischen Aldi und der Bäckerei her, so dass für diese beiden Betriebe Agglomerationseffekte anzunehmen sind. Die Bäckerei kann somit von der Magnetwirkung des Aldi-Marktes profitieren, wird aber primär als Café am rückwärtigen Quartiersplatz fungieren. Für die übrigen Ladeneinheiten um den abgehängt wirkenden Quartiersplatz innerhalb des Innenhofs gilt diese Agglomerationswirkung nicht, was sich auch in den Leerständen und der stockenden Vermietungssituation¹⁶ bemerkbar macht. Es handelt sich um eine eigenständige Lage am neu entstandenen Quartiersplatz, die keine enge Nachbarschaft mit dem Aldi-Markt eingeht. **Somit liegt zwischen dem Wendschotter Markt und dem Aldi-Standort keine Agglomeration im raumordnerischen Sinne vor.**

¹⁵ Vgl.: LROP 2017, Satz 2.3.02

¹⁶ Angaben des Auftraggebers

III. Nachfragesituation

1. Einzugsgebiet des Vorhabens

Die Abgrenzung des Einzugsgebiets für den erweiterten Aldi-Markt ist Voraussetzung zur Ermittlung des Einwohnerpotenzials und zur Berechnung der projektrelevanten Kaufkraft. Als Einzugsgebiet wird derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Standort voraussichtlich regelmäßig aufsuchen.

Zur Abgrenzung des Einzugsgebietes des Vorhabens wurden folgende Aspekte berücksichtigt:

- /// Projektkonzeption (u. a. Dimensionierung ca. 1.290 m² VK, angestrebte Sortimentsstruktur)
- /// fußläufige Gehzeiten (10 Minuten, max. 700 – 1.000 m fußläufige Distanz) auf Basis tatsächlicher Fußwegeverbindungen
- /// projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum, vor allem nächstgelegene Systemwettbewerber
- /// Siedlungsstrukturen im Untersuchungsraum
- /// verkehrliche und topografische Gegebenheiten im Untersuchungsraum
- /// ausgewählte Zeit- und Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte).

Das Kerneinzugsgebiet des Vorhabens (Zone I) wird durch den fußläufigen Nahbereich gebildet, für den entsprechend den Vorgaben des LROP 2017 eine maximale Gehzeit von 10 Minuten¹⁷ zugrunde gelegt wird. Die WMG Wolfsburg, die Stadtverwaltung, das Amt für regionale Landesentwicklung (ArL) und der Regionalverband Großraum Braunschweig haben im Frühjahr 2022 grundstücksscharf die Einwohner im fußläufigen Nahbereich ausgezählt und eine Zahl von 2.166 Einwohnern (Stand 31.12.2021) abgestimmt. Hinzu kommen perspektivisch bis zu 150 Personen im Vorhaben Wendschotter Markt und bis zu 180 weitere Personen in einem Vorhaben an den südlichen Brachflächen, nach konservativer Schätzung wird von ca. 320 zusätzlichen Einwohnern ausgegangen. In der Summe umfasst der fußläufige Nahbereich somit 2.486 Einwohner.

Die Zone II des Einzugsgebietes umfasst den Rest des Ortsteils Wendschott sowie Teilbereiche von Vorsfelde und den Ortsteil Velstove.¹⁸ Seit der Schließung der Aldi-Filiale im Nahversorgungszentrum Drömling-Center sind in Wendschott etwas mehr Kunden aus Vorsfelde zu verzeichnen als zuvor, mit dem geplanten Neubau einer Aldi-Filiale am Standort des Raiffeisenmarktes (An der Meine) in Vorsfelde¹⁹ ist jedoch zukünftig ein deutlicher Rückgang der Zahl

¹⁷ Das gesamte Einzugsgebiet eines Vorhabens kann auch bei einem nicht raumbedeutsamen Vorhaben über diesen fußläufigen Nahbereich hinausgehen, anderenfalls müssten stets 100 % des Vorhabenumsatzes aus dem fußläufigen Nahbereich generiert werden. Entsprechend den Vorgaben müssen mind. 50 % des Umsatzes aus dem fußläufig erreichbaren Umfeld stammen.

¹⁸ Das Einzugsgebiet fällt, bestätigt durch die Firma Aldi, in der Realität etwas geringer aus als von der BBE angenommen; 2021 wurde ein größeres Einzugsgebiet angenommen, das auch die Stadtteile Alt-Wolfsburg, Tiergartenbreite und Teichbreite umfasst. Quelle: Auswirkungsanalyse zur geplanten Erweiterung eines Lebensmitteldiscounters (Aldi) in der Stadt Wolfsburg (Wendschott) Aktualisierung 01/2021 vom 12.01.2021, S. 25.

¹⁹ Vgl. WAZ vom 02.07.2020, „Raiffeisen-Grundstück: Aldi baut neuen Markt in Vorsfelde“

der Kunden aus Vorsfelde und eine stärkere Konzentration auf den Ortsteil Wendschott zu erwarten. Aus der Gemeinde Rühren zählen die angrenzenden Ortsteile Brechtorf und Eischott zum Einzugsgebiet des Vorhabens.

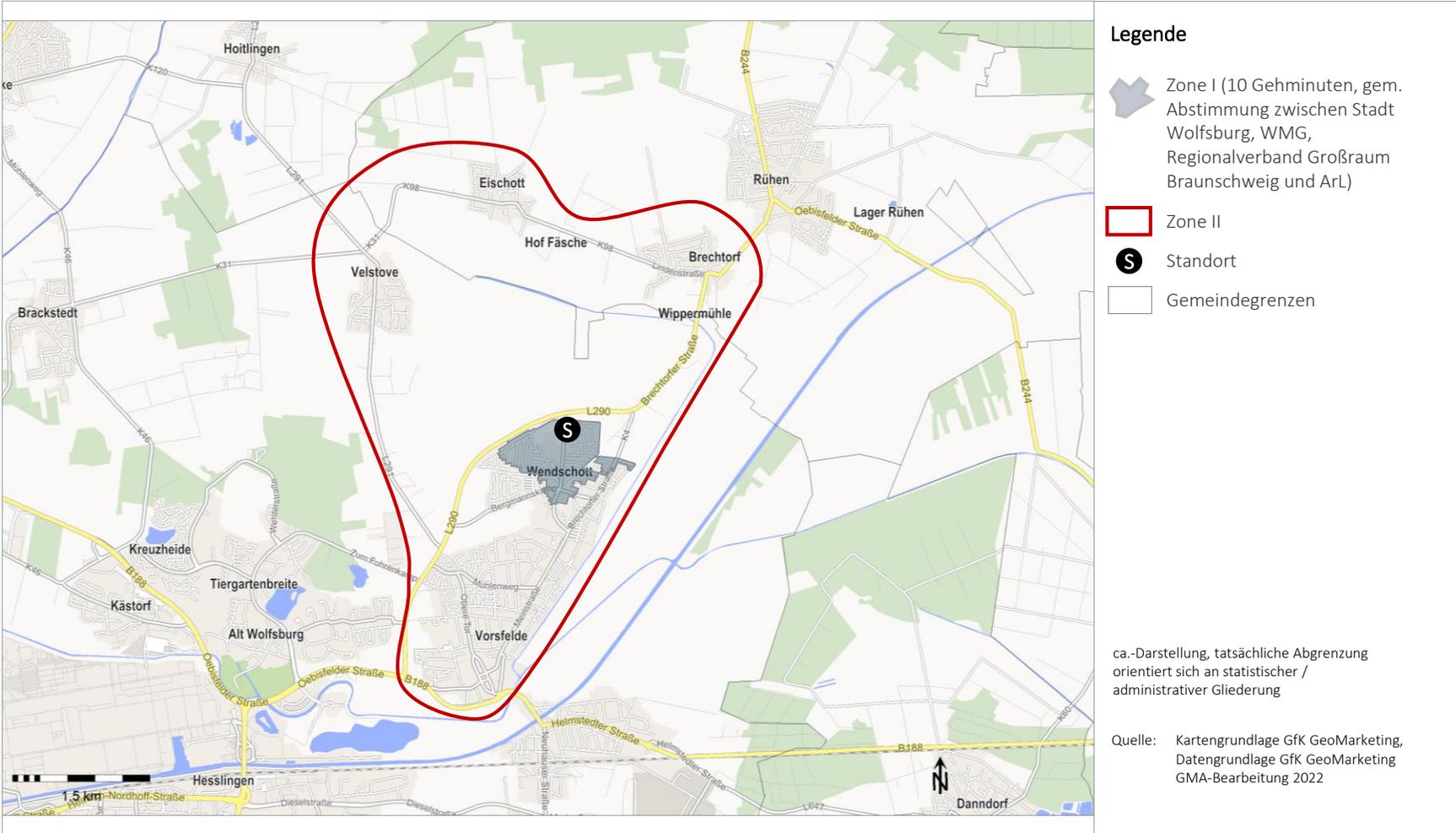
Das gesamte Einzugsgebiet eines Vorhabens kann auch bei einem nicht raumbedeutsamen Vorhaben über den fußläufigen Nahbereich hinausgehen, anderenfalls müssten stets 100 % des Vorhabenumsatzes aus dem fußläufigen Nahbereich generiert werden. Entsprechend den landesplanerischen Vorgaben müssen mind. 50 % des Umsatzes aus dem fußläufig erreichbaren Umfeld stammen.

Insofern ist für den erweiterten Aldi-Markt von einem Einzugsgebiet auszugehen, das sich nach der Verflechtungsintensität in zwei Zonen untergliedern lässt:

Zone I:	10 Minuten fußläufig	ca.	2.166 Einwohner
	Neubürger im fußläufigen Nahbereich	ca.	320 Einwohner
Zone II:	Wendschott, Vorsfelde (tlw.), Velstove, Rühren (tlw.)	ca.	10.491 Einwohner
Einzugsgebiet gesamt:			ca. 12.977 Einwohner

Darüber hinaus ist davon auszugehen, dass das Vorhaben einen gewissen Anteil seines Umsatzes mit Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes (z. B. Pendler, Besucher) erwirtschaftet. Umsätze mit solchen Kunden werden in den nachfolgenden Berechnungen als sog. Streuumsätze einbezogen. Aufgrund der Nähe zur Ortsumgehung (L 290) ist von einem leicht erhöhten Streukundenanteil von ca. 7 % auszugehen.

Karte 4: Einzugsgebiet des erweiterten Aldi Discounters in Wendschott



2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen betrug die Kaufkraft im Jahr 2021 pro Kopf der Wohnbevölkerung im **periodischen Bedarf** (Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie-, Apothekerwaren, Zeitschriften / Zeitungen, Schnittblumen) etwa 3.112 €.

Bei der Kaufkraftberechnung ist das lokale Kaufkraftniveau zu beachten. Gemäß der Kennziffer von MB Research lag das Kaufkraftniveau im Jahr 2020 in Wolfsburg-Wendschott, Vorsfelde und Velstove bei 109,8 und damit über dem Bundesdurchschnitt (= 100). In der Gemeinde Rühren fiel das Kaufkraftniveau mit 113,6 noch einmal höher aus.

Tabelle 2: Kaufkraft im Untersuchungsraum

Warengruppen	Kaufkraft in Mio. €		
	Zone I (= fußläufiges Einzugsgebiet)	Zone II	EZG Gesamt
Nahrungs- und Genussmittel	6,7	28,4	35,1
Gesundheit, Körperpflege	1,3	5,4	6,7
Blumen, zool. Bedarf, Zeitschriften	0,5	2,3	2,8
periodischer Bedarf insg.	8,5	36,1	44,6
Bücher, Schreib- / Spielwaren	0,7	2,9	3,6
Bekleidung, Schuhe, Sport	2,0	8,6	10,6
Elektrowaren, Medien, Foto	2,7	11,5	14,2
Hausrat, Einrichtung, Möbel	1,6	6,6	8,2
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	1,7	7,3	9,0
Optik / Uhren, Schmuck	1,5	6,2	7,7
Sonstige Sortimente	0,4	1,9	2,3
aperiodischer Bedarf insg.	8,9	37,9	46,8
Einzelhandel insg.	17,4	74,0	91,4

Quelle: GMA-Berechnung 2022

Im Einzugsgebiet liegt im periodischen Bedarf ein Kaufkraftvolumen von ca. 44,6 Mio. € vor, davon entfallen ca. 8,5 Mio. € auf Zone I und ca. 36,1 Mio. € auf Zone II.

IV. Relevante Angebotssituation

1. Methodik und Umfang der Wettbewerbsaufnahme

Im April 2022 wurde seitens der GMA die Begehung und Bewertung der nahversorgungsrelevanten Wettbewerber in Wolfsburg und Rühren vorgenommen. Bei der Untersuchung konnte für den Wolfsburger Teil des Untersuchungsraums auf aktuelle gesamtstädtische Bestandsdaten der WMG Wolfsburg zurückgegriffen werden, die in 2021 durch die GMA erhoben worden sind. Diese Einzelhandelsdaten wurden im Rahmen der Vor-Ort-Untersuchung noch einmal überprüft und aktualisiert. Da der Angebotsschwerpunkt im periodischen Bedarf liegt, sind in diesem Zusammenhang insbesondere die wesentlichen Lebensmittelanbieter (v. a. Discounter, Supermärkte, Drogeriemärkte und SB-Warenhäuser) von Relevanz. Als Wettbewerber für den zur Erweiterung vorgesehenen Aldi-Markt gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die in einem Lebensmittelmarkt geführt werden. Allerdings ist aufgrund der Flächengröße bzw. des Betriebstyps und des spezifischen Einkaufsverhaltens der Bevölkerung davon auszugehen, dass insbesondere betriebstypenähnliche Betriebe als Hauptwettbewerber zu identifizieren sind.

2. Wettbewerbssituation innerhalb des Einzugsgebietes

Der zentrale Versorgungsbereich **Stadtteilzentrum Vorsfelde** umfasst die historische Ortsmitte von Vorsfelde um das langgezogene Rondell Lange Straße / Amtsstraße mit überwiegend kleinteiligen Einzelhandelsnutzungen sowie die Nebenlage An der Meine mit großformatigen Handelsbausteinen (Fressnapf, Lidl, Raiffeisenmarkt). Weitere Magnetbetriebe sind das Kaufhaus Hohls, der Drogeriemarkt Rossmann sowie zahlreiche kleinere Fachmärkte (u. a. NKD, Mäc Geiz) und Fachgeschäfte (u. a. Elektronik, Bekleidung, Bücher, Haushaltswaren etc.). Besonders hervorzuheben sind auch der Biomarkt Muttergrün, die Fleischerei Wurst-Basar sowie mehrere Bäckereien, Apotheken und Kioske. Im periodischen Bedarf sind ca. 2.600 m² Verkaufsfläche vorhanden, auf denen ein Umsatz von ca. 13 – 14 Mio. € erzielt werden dürfte. Am Standort des Raiffeisenmarktes soll zukünftig ein Aldi-Discounter als Ersatz für die weggefallene Fläche im Drömling-Center entstehen, auch Lidl dürfte sich perspektivisch dann neu aufstellen.

An **sonstigen Standorten innerhalb des Einzugsgebietes** ist in Vorsfelde u. a. auf Netto Marken-Discount und Rewe (mit separatem Getränkemarkt) an der Meinstraße, Penny und Hol 'Ab an der Straße Obere Tor sowie den russischen Spezialanbieter E.D.E.L. Lebensmittel am Mühlenweg hinzuweisen. Außerdem sind weitere Bäckereien, Apotheken, Tankstellenshops und ein Blumengeschäft vorhanden. Der einzige Lebensmittelanbieter in Wendschott ist die Filiale der Bäckerei Cadera gegenüber des Planstandortes. Auf einer projektrelevanten Verkaufsfläche von ca. 3.940 m² dürfte im periodischen Bedarf ein Umsatz von ca. 16 – 17 Mio. € erwirtschaftet werden.

3. Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebietes

Außerhalb des Einzugsgebietes sind zwei zentrale Versorgungsbereiche und einige solitäre Nahversorgungsstandorte angebotsprägend.

Im zentralen Versorgungsbereich **Nahversorgungszentrum Drömling-Center** befindet sich als Magnetbetrieb ein Edeka-Markt mit einer kleinen Mall im Eingangsbereich und separatem Getränkemarkt. Das Angebot wird ergänzt durch Bekleidungsangebote von Kik, Ernsting's family und ABC Schuhcenter, der ehemalige Aldi-Discounter steht derzeit noch leer. Für das Drömling-Center ist eine Umstrukturierung geplant, bei der die ehemalige Aldi-Fläche und die Fläche von ABC Schuhcenter für die Erweiterung von Edeka auf ca. 2.200 m² VK genutzt werden sollen²⁰. Da der Leerstand von Aldi auf die Vorbereitung dieser Maßnahme zurückzuführen ist, stellt dies **keine Vorschädigung** des zentralen Versorgungsbereichs dar, mit Umsetzung der Planungen wird das NVZ Drömling-Center deutlich gestärkt und zukunftsfähig aufgestellt. Darüber hinaus sind an der Neuhäuser Straße weitere projektrelevante Betriebe zu finden, darunter eine Vinothek. Die Verkaufsfläche im periodischen Bedarf beläuft sich auf ca. 1.340 m², auf denen ein Umsatz von ca. 5 - 6 Mio. € erwirtschaftet werden dürfte.

Der zentrale Versorgungsbereich **Nahversorgungszentrum Hansaplatz** weist als Magnetbetrieb einen Penny-Lebensmitteldiscounter auf, ergänzt um eine Bäckerei, Blumen und eine Apotheke. Weiterhin sind Fachgeschäfte wie ein Fernsehservice und ein Schreibwarengeschäft sowie zahlreiche Dienstleister und Imbissbetriebe am Hansaplatz ansässig. Am Bartenslebenring finden derzeit Bauarbeiten statt, die Bäckereifiliale im Penny-Gebäude steht leer. Der Parkplatz war zum Erhebungszeitpunkt voll ausgelastet. Auf ca. 840 m² Verkaufsfläche im periodischen Bedarf dürfte ein Umsatz von ca. 4 - 5 Mio. € erwirtschaftet werden.

In der **Ortsmitte Rühren** sind die beiden Lebensmitteldiscounter Netto Marken-Discount und NP Niedrig Preis strukturprägend, ergänzt durch einen Getränkemarkt, Bäckereien, Blumen, einen Tankstellenshop und eine Apotheke. Die Verkaufsfläche im periodischen Bedarf beläuft sich auf ca. 2.400 m², auf der ein Umsatz von ca. 8 - 9 Mio. € erwirtschaftet werden dürfte.

An den **sonstigen Standorten in Wolfsburg** ist insbesondere das moderne E-Center Wolfsburg Nord an der Allerstraße und die Filiale von Penny an der Drömlingstraße hinzuweisen, die sich in Wohngebietslage befindet. Insgesamt sind an diesen Standorten rd. 3.290 m² VK im periodischen Bedarf vorhanden, die einen vorhabenrelevanten Umsatz von ca. 14 - 15 Mio. € repräsentieren dürften.

Nachrichtlich ist auf die leistungsfähige Fachmarktlage Weidencenter in Velpke (u. a. Aldi, Edeka, Netto Marken-Discount, Kik, Takko) und die Fachmarkttagglomeration Hehlinger Straße in Wolfsburg-Nordsteimke (u. a. Real, Aldi, ABC-Schuhcenter, Kik, Rossmann, Fressnapf XXL) als weitere Standorte von Aldi-Filialen im weiteren Umfeld hinzuweisen.

²⁰ Hierzu hat die GMA in 2019 eine Auswirkungsanalyse erstellt

Tabelle 3: Hauptwettbewerber im Untersuchungsraum

Stadt- / Ortsteil	Standort	Name	Betriebstyp	VK in m ² (ca.-Werte)
WOB-Vorsfelde	STZ Vorsfelde	Muttergrün Biomarkt	Biomarkt	530
	STZ Vorsfelde	Lidl	Discounter	780
	EN Rewe Meinstraße	Rewe	Supermarkt	970
	EN Netto Meinstraße	Netto Marken-Discount	Discounter	720
	EN Penny Obere Tor	Penny	Discounter	710
	sonstige	E.D.E.L. Lebensmittel	russ. Supermarkt	400
	NVZ Drömling-Center	Edeka	Supermarkt	1.055
WOB-Nordstadt	EN Edeka Allerstraße	Edeka Center Wolfsburg Nord	Supermarkt	2.700
WOB-Teichbreite	EN Penny Drömlingstraße	Penny	Discounter	480
WOB-Tiergartenbreite	NVZ Hansaplatz	Penny	Discounter	770
Rühen	Ortsmitte Rühen	Netto Marken-Discount	Discounter	1.000
		NP Markt	Discounter	720

GMA-Zusammenstellung 2022, Angaben zur Gesamtverkaufsfläche inkl. Konzessionäre; NVZ = Nahversorgungszentrum, STZ = Stadtteilzentrum EN = Entwicklungsstandort Nahversorgung.

Neben den genannten Betrieben sind darüber hinaus weitere kleinflächige Lebensmittelanbieter, Lebensmittelhandwerk, Kioske und Tankstellenshops im Untersuchungsraum vorhanden.

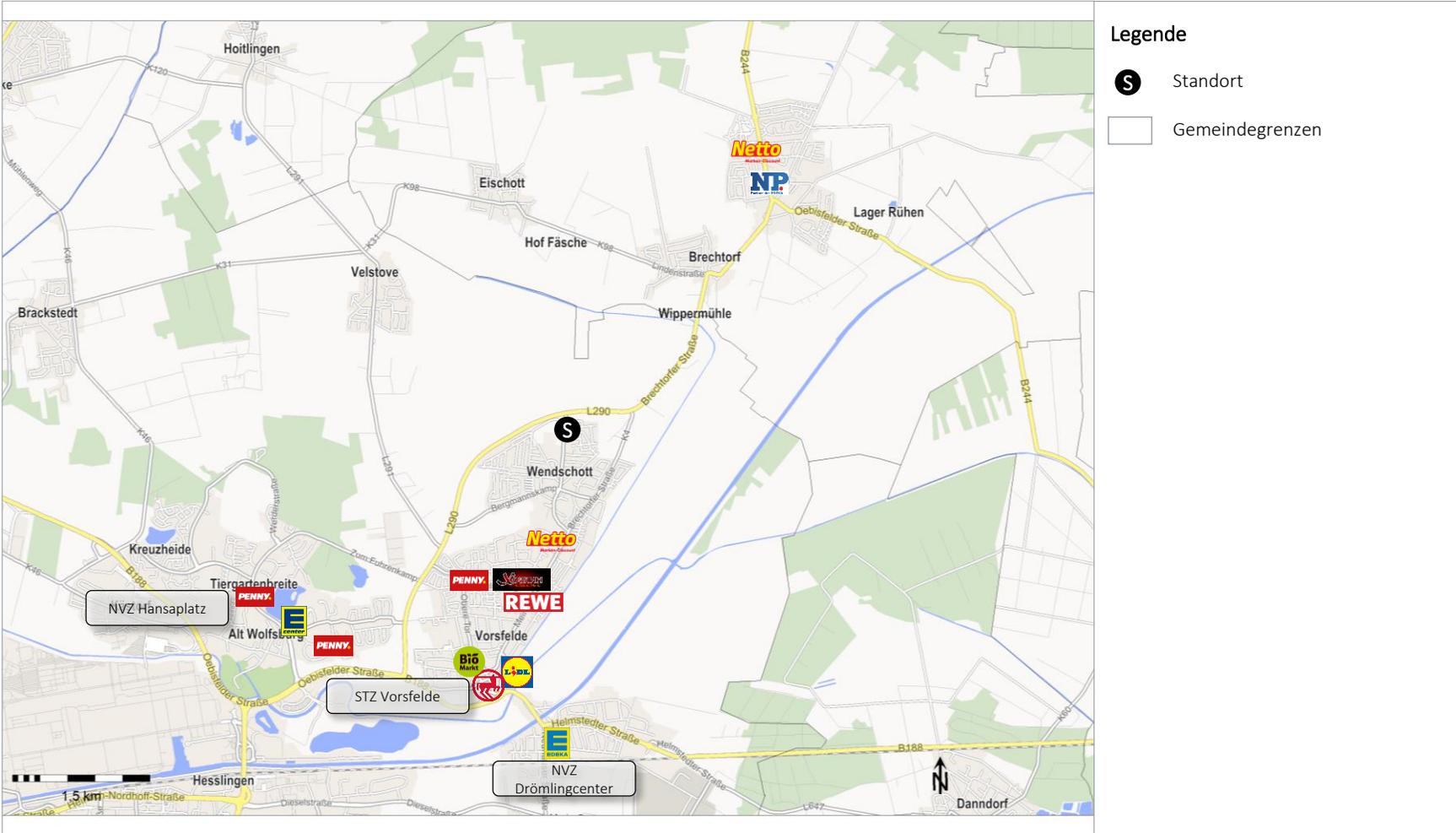
Insgesamt sind im Untersuchungsraum im periodischen Bedarf derzeit ca. 14.500 m² Verkaufsfläche und eine Umsatzleistung von rd. 63 - 64 Mio. € vorzufinden. Die nachfolgende Tabelle 4 stellt zusammenfassend die Verkaufsflächen und Umsatzverteilung im Untersuchungsraum im periodischen Bedarf dar.

Tabelle 4: Verkaufsflächen- und Umsatzsituation betrachteter Standorte im Untersuchungsraum

Lage	VK periodischer Bedarf		Umsatz periodischer Bedarf	
	m ² VK	in %	Mio. €	in %
STZ Vorsfelde	2.600	18	13 - 14	22
NVZ Drömling-Center	1.440	10	5 - 6	9
NVZ Hansaplatz	840	6	4 - 5	7
Ortsmitte Rühen	2.400	17	8 - 9	14
sonstige EZG	3.935	27	16 - 17	26
sonstige außerhalb	3.285	23	14 - 15	23
Untersuchungsraum insg.	14.500	100	63 - 64	100

GMA-Zusammenstellung 2022; Mehrbranchenbetriebe wurden nach Teilsortimenten aufgeteilt. Rundungsdifferenzen möglich.

Karte 5: Projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing ; GMA-Bearbeitung 2022

V. Auswirkungsanalyse

1. Methodischer Ansatz

Die möglichen Einzelhandelsumsätze werden im Folgenden vor dem Hintergrund der zur Verfügung stehenden Kaufkraftvolumina und der dargelegten Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum ermittelt. Daraus lassen sich anschließend die zu erwartenden wirtschaftlichen, städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen ableiten. Hierzu werden zwei Berechnungsschritte durchgeführt:

- /// Ein erster Ansatz, das **Marktanteilkonzept**, stellt die voraussichtliche Kaufkraftabschöpfung des Vorhabens (= Marktanteile) aus dem Einzugsgebiet dar und verdeutlicht, aus welchen Teilräumen dem Vorhaben die Kaufkraft der Endverbraucher zufließt.
- /// Mit einem zweiten Ansatz, dem **Umsatzumverteilungsmodell**, werden die voraussichtlichen Auswirkungen des Vorhabens auf bestehende Angebote im Einzugsgebiet sowie im Umfeld eingeschätzt. Damit wird aufgezeigt, wo – und in welchem Umfang – dem bestehenden Einzelhandel Umsätze verloren gehen.

2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft

Das Marktanteilkonzept geht von einer Gegenüberstellung des relevanten Angebotes mit dem für das Einzugsgebiet ermittelten Nachfragevolumen (= Kaufkraft) aus. Als wesentliche Kriterien bei der Ermittlung der Marktanteile werden die Art und Dimensionierung der vorgesehenen Einzelhandelsnutzung, die Lage und das Standortumfeld sowie die Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet und im weiteren Umfeld berücksichtigt. Vor diesem Hintergrund sind die in Tabelle 5 dargestellten Marktanteile und Umsatzleistungen zu erwarten. Das Marktanteilkonzept lässt jedoch keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen zu. So gibt das Marktanteilkonzept keine Auskunft darüber, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und wie sich diese nach der Erweiterung des Marktes neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzumlenkungen für das Vorhaben wird in Kapitel V., 3. ausführlich behandelt.

Im fußläufigen Einzugsgebiet sowie innerhalb des dörflichen Ortsteils Wendschott stellt Aldi den einzigen Lebensmittelmarkt dar. Netto Marken-Discount in Vorsfelde ist durch die Lage innerhalb der überwiegend drei- und bis zu achtgeschossigen Wohnsiedlung Heidgarten mit wenig eigenen Parkplätzen stark auf die Wohngebiete im Norden von Vorsfelde ausgerichtet. Daher sind im Norden von Wendschott, wie bereits heute, hohe Marktanteile zu erwarten. In der Zone II des Einzugsgebiets sind vermehrt Mehrfachorientierungen zu anderen Supermärkten und Discontern festzustellen. Somit ergeben sich für den erweiterten Aldi-Markt mit ca. 1.290 m² VK folgende Marktanteile:²¹

²¹ Rechengang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

Tabelle 5: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes

Zonen	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	8,5	45	3,8	53
Zone II	36,1	7 - 8	2,9	40
Einzugsgebiet	44,6	14 - 15	6,7	93
Streuumsätze			0,5	7
Summe periodischer Bedarf			7,2	100
aperiodischer Bedarf			0,7	-
Summe			7,9	-

Der Umsatzanteil im periodischen Bedarf beträgt bei Aldi rd. 90 - 92 %. Hinsichtlich der Kundenherkunft im Bereich der aperiodischen Randsortimente ist davon auszugehen, dass diese vergleichbar mit der im periodischen Bedarf ist. GMA-Berechnungen 2022 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich).

Somit lässt sich für den erweiterten Aldi-Lebensmitteldiscounter mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.290 m² eine **Gesamtumsatzleistung von ca. 7,9 Mio. €** ermitteln. Hiervon entfallen ca. 7,2 Mio. € auf den periodischen Bedarf und ca. 0,7 Mio. € auf den aperiodischen Bedarf (v. a. Aktionswaren). Die Auswirkungsanalyse der BBE kam in 2021 bereits zu einem ähnlichen, aber etwas niedrigeren Ergebnis.²²

Zur **Bewertung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit des Vorhabens** lassen sich die Filialleistungen heranziehen. Je nach Betreiber, Sortiment, Verkaufsfläche und Standorteigenschaften variieren diese z. T. sehr stark und spiegeln dadurch die spezifischen örtlichen Verhältnisse wider. Gemäß EHI liegt die durchschnittliche Filialleistung von Aldi (Nord) bei ca. 6,2 Mio. €. Damit läge der Markt in Wolfsburg-Wendschott nach seiner Erweiterung auf einem überdurchschnittlichen Niveau. Hierbei ist anzumerken, dass der Aldi-Standort mit ca. 1.290 m² VK auch über dem Verkaufsflächendurchschnitt von Aldi-Märkten mit rd. 922 m² liegen würde.²³ Aufgrund des ausgeprägten Wettbewerbs außerhalb des Ortsteils Wendschott sind höhere Umsatzleistungen nicht zu erwarten.

Festzuhalten ist, dass der überwiegende Teil der zusätzlichen Verkaufsfläche des Erweiterungsvorhabens im großflächigen Bereich dem Komfort der Kunden (breitere Gänge für angenehmeres Bewegen und bessere Übersichtlichkeit) sowie den betrieblichen Abläufen (v. a. Vereinfachung der Regalbestückung mit Waren) zugutekommt, **i. d. R. ohne dass der Umsatz proportional zur Verkaufsfläche wächst.**²⁴

Die Betrachtung der **Umsatzherkunft** zeigt, dass mit ca. 53 % der deutlich überwiegende Teil des Umsatzes mit Kunden aus dem fußläufigen Einzugsgebiet generiert wird, was auch die

²² Vorhabenumsatz gemäß Auswirkungsanalyse zur geplanten Erweiterung eines Lebensmitteldiscounters (Aldi) in der Stadt Wolfsburg (Wendschott) Aktualisierung 01/2021 vom 12.01.2021, S. 27: 7,8 Mio. €, davon ca. 7,1 Mio. € nahversorgungsrelevant.

²³ Entspricht einer Flächenproduktivität von ca. 6.790 €/m² bei einer Verkaufsflächengröße von ca. 922 m²; Quelle: EHI, zitiert in Hahn Retail Real Estate Report 2021 / 2022, S. 30.

²⁴ Die Flächenproduktivität von ca. 6.600 €/m² für den Bestandsmarkt wurde durch die Firma Aldi bestätigt. Für den Neubau ergibt sich eine Flächenproduktivität von ca. 6.128 €/m². Diese liegt ca. 7 % unter der bisherigen Produktivität, während der Umsatz um über 49 % wächst.

Grundversorgungsfunktion des Marktes deutlich unterstreicht²⁵. Auch hinsichtlich der Kundenherkunft im Bereich der aperiodischen Randsortimente ist davon auszugehen, dass diese mit der im periodischen Bedarf vergleichbar sein wird. Somit ist festzuhalten, dass die Umsatzherkunft über alle Sortimente mit ca. 53 % überwiegend aus dem fußläufigen Nahbereich stammen wird.

3. Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen

Mit der Neuansiedlung bzw. der Erweiterung eines Einzelhandelsobjektes werden i. d. R. Umsatzumverteilungsprozesse im bestehenden Einzelhandel ausgelöst. Das Umsatzumverteilungsmodell stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen und städtebaulichen Folgewirkungen des zu untersuchenden Planvorhabens dar. Die im vorangegangenen Untersuchungsabschnitt ermittelten Marktanteile stellen dabei die kaufkraftbezogene Ermittlung der Umsatzherkunft dar. Entscheidend für die Bewertung der möglichen städtebaulichen bzw. versorgungsstrukturellen Auswirkungen ist jedoch die umsatzbezogene Betrachtung der Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel.

Zur Ermittlung der Umsatzumverteilung im periodischen Bedarf werden die aus dem Marktanteilkonzept berechneten Umsätze gewichtet. In der Modellrechnung wurden folgende Kriterien berücksichtigt:

- // die aktuelle Ausstattung im Untersuchungsraum und die Sortimentsüberschneidungen mit dem Ansiedlungsvorhaben
- // die Versorgungsbedeutung einzelner Standortbereiche des Einzelhandels
- // die aktuellen Kaufkraftströme im Untersuchungsgebiet
- // die Wettbewerbssituation und Überlagerungen durch sonstige Einzelhandelsstandorte.

In die Berechnung fließen damit die derzeitigen Einzelhandelsausstattungen konkurrierender Einzelhandelsstandorte als Attraktivitätsfaktor und die Distanz zum Planstandort als Widerstandsfaktor ein. Eine weitere Grundannahme der nachfolgenden Berechnungen ist, dass die Einkaufslagen, welche die größten Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben aufweisen, quantitativ am stärksten von Umsatzumverteilungen betroffen sein werden.

Für die Bewertung des Vorhabens werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumverteilungen folgende Annahmen getroffen:

- // Der erweiterte Markt wird an seinem Standort auf einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 1.290 m² eine Brutto-Umsatzleistung von ca. 7,9 Mio. € erzielen. Davon entfallen ca. 7,2 Mio. € auf den periodischen Bedarf und ca. 0,7 Mio. € auf den aperiodischen Bedarf.
- // Die Bewertung der möglichen Beeinträchtigungen des erweiterten Vorhabens erfordert eine Prüfung des Gesamtvorhabens. Dementsprechend wird in vorliegender Auswirkungsanalyse das Vorhaben des Lebensmitteldiscounters mit max. 1.290 m² Verkaufsfläche be-

²⁵ Dies gilt ebenfalls unter Mitberücksichtigung der gegenüberliegenden Bäckereifiliale von Cadera, die überwiegend auf die umliegenden Wohngebiete in Wendschott ausstrahlt und von der Magnetwirkung des Aldi-Marktes profitiert.

wertet, d. h. es wurde im Hinblick auf die Ausbildung des voraussichtlichen Kundeneinzugsgebietes, der voraussichtlichen Umsatzleistung oder der Stellung im Wettbewerb jeweils das Gesamtvorhaben betrachtet.

- Der generierte Umsatz wird in Form von Umsatzumverteilungen hauptsächlich Wettbewerber mit gleichartigen Angebotsformaten betreffen. Dies sind im Lebensmittelbereich andere Lebensmittelmärkte (v. a. Discounter und Supermärkte), in untergeordneter Form werden jedoch auch kleinere Lebensmittelanbieter Umverteilungswirkungen erfahren.
- Zu berücksichtigen ist des Weiteren, dass Aldi bereits seit Jahren auf einer derzeitigen Verkaufsfläche von rd. 800 m² am Standort Alte Schulstraße ansässig ist. Dieser Markt erwirtschaftet nach gutachterlicher Schätzung derzeit eine Umsatzleistung von insgesamt ca. 5,3 Mio. €. Davon entfallen ca. 4,8 Mio. € auf den periodischen Bedarf und ca. 0,5 Mio. € auf den aperiodischen Bedarf. Diese Umsätze werden bereits heute am Standort gebunden, da sich an dem Kundeneinzugsgebiet keine nennenswerten Veränderungen ergeben werden. Damit läge der Bestandsumsatz des Marktes etwas über der Schätzung der BBE-Auswirkungsanalysen.²⁶
- Für die nachfolgende Betrachtung der Auswirkungen der geplanten Erweiterung des Aldi-Marktes ist nur der zu erwartende Zusatzumsatz von Relevanz, sodass dem prognostizierten Gesamtumsatz des neuen Marktes der bisherige Bestandsumsatz abgezogen wird. Dieses Vorgehen ist allgemein üblich, da die Wettbewerbswirkungen der Bestandflächen bereits eingetreten sind. Das BVerwG hat dazu u. a. in einem Urteil vom 12. Februar 2009 ausgeführt, dass „von der gegebenen städtebaulichen Situation auszugehen (ist). Diese wird nicht nur von den anderen vorhandenen Einzelhandelsbetrieben, sondern auch durch den Betrieb, dessen Verlagerung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt“.²⁷

Im Detail sind im Untersuchungsraum folgende Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben zu erwarten:

Tabelle 6: Prognose der Umsatzumverteilungen

		in Mio. €	in %
periodischer Bedarf	Umsatzleistung des bestehenden Marktes	4,8	
	Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern im Stadtteilzentrum Vorsfelde	0,6	4 - 5
	Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern im Nahversorgungszentrum Drömling-Center	0,1	1 - 2
	Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern im Nahversorgungszentrum Hansaplatz	< 0,1	n. n.
	Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern innerhalb der Ortsmitte Rühren	0,4	4 - 5
	Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern an sonstigen Standorten im Einzugsgebiet	0,7	4 - 5
	Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern an sonstigen Standorten	0,5	3 - 4
	Umsatz erweiterter Markt im periodischen Bedarf	7,2	

²⁶ Bestandsumsatz gemäß Auswirkungsanalyse zur geplanten Erweiterung eines Lebensmitteldiscounters (Aldi) in der Stadt Wolfsburg (Wendschott) Aktualisierung 01/2021 vom 12.01.2021, S. 27: 5,2 Mio. €, davon ca. 4,9 Mio. € nahversorgungsrelevant.

²⁷ Vgl. BVerwG 4 B 3.09 vom 12. Februar 2009, RN 6.

aperiodischer Bedarf	Umsatzleistung des bestehenden Marktes	0,5	-
	Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum	0,2	-
	Umsatz erweiterter Markt im aperiodischen Bedarf	0,7	-
Umsatz insgesamt		7,9	-

n. n.: Nicht nachweisbar; GMA-Berechnungen 2022 (ca.-Werte, gerundet).

Anhand der vorstehenden Tabelle ist sichtbar, dass im periodischen Bedarf keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche oder die verbrauchernahe Versorgung zu erwarten sind.

Die höchsten Umsatzrückgänge sind mit ca. 0,7 Mio. € bzw. ca. 4 - 5 % gegenüber den Anbietern **innerhalb des Einzugsgebietes** zu erwarten, Hauptwettbewerber sind die Entwicklungsstandorte der Nahversorgung Netto Marken-Discount, Penny sowie Rewe in Vorsfelde. Aufgrund der Lage innerhalb des dicht besiedelten Wohngebiets mit entsprechendem Einwohner- und Kaufkraftpotenzial und der eher geringen Umsatzrückgänge ist nicht mit einer wesentlichen Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung zu rechnen.

Gegenüber den Anbietern innerhalb des **Stadtteilzentrums Vorsfelde** sind Umsatzrückgänge um ca. 0,6 Mio. € bzw. ebenfalls ca. 4 - 5 % zu erwarten. Mit Lidl ist ein typgleicher Wettbewerber vorhanden, mit dem Biomarkt und dem Rossmann Drogeriemarkt ist der zentrale Versorgungsbereich allerdings deutlich breiter aufgestellt. Aufgrund der insgesamt eher geringen Umsatzrückgänge ist eine wesentliche Beeinträchtigung des zentralen Versorgungsbereichs nicht zu erwarten. Mit der Wiederansiedlung eines Aldi-Marktes in Vorsfelde ist zukünftig eher von einer deutlichen Stärkung des Zentrums im periodischen Bedarf auszugehen.

Gegenüber dem **Nahversorgungszentrum Drömling-Center** in Vorsfelde-Süd fallen die Umsatzrückgänge mit ca. 0,1 Mio. € bzw. ca. 1 - 2 % sehr gering aus. Eine wesentliche Beeinträchtigung dieses zentralen Versorgungsbereichs ist auszuschließen.

Das **Nahversorgungszentrum Hansaplatz** übernimmt überwiegend eine Nahversorgungsfunktion für die umliegenden Wohngebiete in Tiergartenbreite und Alt-Wolfsburg, so dass dieses Zentrum kaum betroffen sein wird. Die Umsatzrückgänge liegen unterhalb der Nachweisbarkeitsschwelle, eine wesentliche Beeinträchtigung dieses zentralen Versorgungsbereichs ist auszuschließen.

Gegenüber den Anbietern in der **Ortsmitte der Gemeinde Rühren** sind Umsatzrückgänge von ca. 0,4 Mio. € bzw. ca. 4 - 5 % zu erwarten. Eine wesentliche Beeinträchtigung der strukturprägenden Betriebe durch das Vorhaben ist nicht zu erwarten.

An **sonstigen Standorten außerhalb des Einzugsgebietes** fallen die Umsatzrückgänge mit ca. 0,5 Mio. € bzw. ca. 3 - 4 % ebenfalls gering aus, insbesondere das moderne E-Center an der Allerstraße spricht ein größeres Einzugsgebiet an. Somit ist auch außerhalb des Einzugsgebietes eine Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung auszuschließen.

4. Bewertung der Voraussetzungen für ein nicht raumbedeutsames Vorhaben

Die Analyse des Mikrostandortes hat ergeben, dass der Standort Alte Schulstraße überwiegend auf die **wohntbezogene Nahversorgung** der Bewohner in den umliegenden Wohngebieten im Norden von Wendschott ausgerichtet ist. Der fußläufige Nahbereich (10 Gehminuten, max. 700 bis 1.000 m Entfernung) umfasst die zusammenhängenden Wohngebiete im näheren Umfeld.

Basierend auf der Prognose zum Umsatz und zur Umsatzherkunft entfällt für den erweiterten Aldi-Markt mehr als die Hälfte des Umsatzes (rd. 53 %) auf den fußläufigen Nahbereich.

Damit wird die Voraussetzung, dass mindestens die Hälfte des Umsatzes bei einem nicht raumbedeutsamen Vorhaben aus dem fußläufigen Nahbereich stammt, erfüllt.

Weiterhin ist die **Verkaufsfläche für aperiodische Sortimente auf max. 10 % zu begrenzen**. Bei einer Verkaufsfläche von ca. 1.290 m² müssen mindestens 1.161 m² auf Sortimente des periodischen Bedarfs entfallen und die Verkaufsfläche für aperiodische Sortimente darf 129 m² VK nicht überschreiten. Die weitere Voraussetzung in Bezug auf die Sortimente ist durch die Firma Aldi einzuhalten und kann daher ebenfalls erfüllt werden. Zusammenfassend ist der erweiterte Aldi-Markt am Standort Alte Schulstraße als **nicht raumbedeutsam** einzustufen. Daher ist das Vorhaben unter dieser Bedingung nicht als großflächiges Einzelhandelsvorhaben gemäß § 11 Abs. 3 Nr. 1 bis 3 BauNVO zu bewerten.

VI. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens	
Vorhaben	<ul style="list-style-type: none"> Erweiterung des Aldi-Marktes am Standort Alte Schulstraße im Ortsteil Wendschott von derzeit 800 m² auf dann 1.290 m² VK
Rechtsrahmen	<ul style="list-style-type: none"> Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	<ul style="list-style-type: none"> Das Einzugsgebiet umfasst die Ortsteile Wendschott (inkl. Neubürger in Folge von Wohnungsbau) und Velstove sowie Teilbereich von Vorsfelde und der Gemeinde Rühren (Ortsteile Brechtorf und Eischott) mit insg. rd. 12.977 EW Kaufkraft im Einzugsgebiet: ca. 44,6 Mio. € im periodischen Bedarf, davon ca. 8,5 Mio. € im fußläufigen Einzugsgebiet
Umsatzerwartung	<ul style="list-style-type: none"> Der erweiterte Markt wird voraussichtlich eine Gesamtumsatzleistung von ca. 7,9 Mio. € erwirtschaften können. Hiervon entfallen ca. 7,2 Mio. € auf den periodischen Bedarf und ca. 0,7 Mio. € auf den aperiodischen Bedarf.
Bewertung der versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO	<ul style="list-style-type: none"> Umsatzrückgänge: STZ Vorsfelde: ca. 0,6 Mio. € / 4 - 5 % NVZ Drömling-Center: ca. 0,1 Mio. € / 1 - 2 % NVZ Hansaplatz: < 0,1 Mio. € / n. n. Ortsmitte Rühren: ca. 0,4 Mio. € / 4 - 5 % Sonstige Standorte innerhalb d. EZG: ca. 0,7 Mio. € / 4 - 5 % Sonstige Standorte außerhalb d. EZG: ca. 0,5 Mio. € / 3 - 4 % Aperiodischer Bedarf: ca. 0,1 Mio. € Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass wesentliche Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche oder der verbrauchernahen Versorgung durch das Vorhaben ausgeschlossen werden können.
Bewertung hinsichtlich der Landesplanung	<ul style="list-style-type: none"> Der Standort des erweiterten Aldi-Marktes am Standort Alte Schulstraße wird überwiegend auf die wohnotbezogene Nahversorgung der Bewohner in den umliegenden Wohngebieten im Norden von Wendschott ausgerichtet sein. Mehr als die Hälfte des Umsatzes (rd. 53 %) stammt aus dem fußläufigen Nahbereich. Die Verkaufsfläche für aperiodische Sortimente ist auf max. 10 % zu begrenzen. Zusammenfassend ist der erweiterte Aldi-Markt am Standort Alte Schulstraße als nicht raumbedeutsam einzustufen. Daher ist das Vorhaben unter dieser Bedingung nicht als großflächiges Einzelhandelsvorhaben gemäß § 11 Abs. 3 Nr. 1 bis 3 BauNVO zu bewerten.

GMA-Zusammenstellung 2022.

Verzeichnisse

Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Zukünftige Zentren- und Standortstruktur in Wolfsburg	8
Karte 2:	Lage von Wolfsburg und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum	13
Karte 3:	Mikrostandort Alte Schulstraße	15
Karte 4:	Einzugsgebiet des erweiterten Aldi Discounters in Wolfsburg-Wendschott	20
Karte 5:	Projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum	25

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Typische Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten	10
Tabelle 2:	Kaufkraft im Untersuchungsraum	21
Tabelle 3:	Hauptwettbewerber im Untersuchungsraum	24
Tabelle 4:	Verkaufsflächen- und Umsatzsituation betrachteter Standorte im Untersuchungsraum	24
Tabelle 5:	Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes	27
Tabelle 6:	Prognose der Umsatzumverteilungen	29

Fotoverzeichnis

Foto 1:	Bestandsmarkt Aldi, Alte Schulstraße	14
Foto 2:	Wohngebiet Sommerfeld und Grünfläche	14
Foto 3:	Bushaltestelle Große Riehe	16
Foto 4:	Neubaugebiet Wendschotter Markt (Blick von Aldi-Parkplatz)	16
Foto 5:	Neubaugebiet Wendschotter Markt, Innenhof	16
Foto 6:	Kindertagesstätten	16