

Wissen schafft Zukunft.

Auswirkungsanalyse

zur Neuansiedlung eines Lebensmittelmarktes
in der Gemeinde Muldestausee, OT Plodda

Auftraggeber:

OIB Projekt 33 GmbH & Co. KG
Messerschmittstr. 2
86825 Bad Wörishofen

23.09.2026

Ihre Ansprechpartner:

Johannes Missol
(Senior Consultant)

Dr. Ulrich Kollatz
(Regionalleiter Ost)

BBE Handelsberatung GmbH

Uferstraße 21
04105 Leipzig

Tel +49 341 98386 73
E-Mail kollatz@bbe.de/ missol@bbe.de

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	2
2	Makrostandort und Mikrostandort	7
3	Wettbewerbssituation	13
4	Einzugsgebiet und Marktpotenzial	26
5	Marktaberschöpfung und Umsatzleistung des Vorhabens	31
6	Umverteilungseffekte	35
7	Städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung	41
8	Fazit	44

Planung: Neuansiedlung von Netto in der Gemeinde Muldestausee

Ausgangssituation und Zielsetzung



- Für die Heidedörfer der Gemeinde Muldestausee, insbesondere für die Ortsteile Schlaitz und Plodda, ist die Absicherung der Grundversorgung durch einen eigenen Lebensmittelmarkt vorgesehen. Die aktuelle Planung zielt auf einen Lebensmitteldiscounter Netto Marken-Discount mit rd. 799 m² Verkaufsfläche, zzgl. einer eigenständigen Bäckerei mit 85 m² Verkaufs- und Gastronomiefläche.



- Der Projektstandort liegt an der B100 unmittelbar an die Siedlungsgebiete der Ortsteile Plodda und Schlaitz angrenzend. Er ist gegenwärtig als Außenbereich einzustufen, angestrebt wird jedoch ein vorhabenbezogener Bebauungsplan, welcher das Planareal als Gewerbegebiet ausweist. Grundsätzlich sind in Gewerbegebieten Einzelhandelsbetriebe gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 BauNVO im Grundsatz allgemein zulässig. Gemäß § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO sind jedoch 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, außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig.
- Im Planvorhaben ist kein großflächiger Einzelhandelsbetrieb eingebunden, für den Netto-Markt ist eine Größendimensionierung knapp unterhalb des Schwellenwertes zur Großflächigkeit (800 m² Verkaufsfläche) vorgesehen. Die Bäckerei ist als selbständiger Einzelhandelsbetrieb geplant, sodass dieser selbständig, also unabhängig von anderen Einzelhandelsbetrieben genutzt werden kann und baurechtlich auch als eigenständiges Vorhaben genehmigungsfähig ist.
- Letztlich ist mit vorliegendem Gutachten die Frage von potenziell schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die verbrauchernahe Versorgung zu klären, dabei auch insbesondere die Abstimmung auf die Grundversorgung der umliegenden Heidedörfer.



- Die Frage der potenziell schädlichen Auswirkungen eines großflächigen Einzelhandelsvorhabens kann nur im Einzelfall unter dem Aspekt der funktionalen Einordnung des Standorts, der Größe und Branchenausrichtung des Marktes, betrieblicher und städtebaulicher Besonderheiten sowie der absatzwirtschaftlichen Effekte auf zentrale Versorgungsbereiche oder die Nahversorgung bewertet werden.
- Im Rahmen des Genehmigungsverfahrens soll geprüft werden, ob das Planvorhaben schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die Nahversorgung in der Gemeinde Muldestausee oder in Nachbarkommunen auslösen würde.

Datengrundlagen der Untersuchung

Methodische Vorgehensweise

Vor-Ort-Recherchen



- Durchführung von Vor-Ort-Recherchen zur Bewertung der Mikrostandort-Situation unter dem Aspekt der Einordnung in das direkte Umfeld und der Versorgungsfunktionen der Gemeinde Muldestausee



Erhebung relevanter Anbieter



- Fokus liegt auf strukturprägende Lebensmittelmärkte (v. a. Lebensmittel-Discounter, Super-/ Verbrauchermärkte) im Untersuchungsgebiet



Umsatzschätzung



- Umsatzschätzung für die erfassten Einzelhandelsbetriebe unter Berücksichtigung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern



Nutzung sekundärstatistischer Daten



- Verwendung von aktuellen Datenmaterialien der BBE Marktforschung
- Aufbereitung relevanter sekundärstatistischer Daten und Informationsquellen (u. a. soziodemografische Kennzahlen, Bevölkerungsprognosen, Bebauungspläne, Einzelhandelskonzepte)

Gründe für die Neuansiedlung: Ausbau des Filialnetzes ermöglicht Diversifizierung der Nahversorgung in der Gemeinde Muldestausee

Angebotskonzept



- Per Definition ist der Netto-Markt dem Betriebstyp des Lebensmitteldiscounters zuzuordnen. Discounter der neuesten Generation verfügen in der Regel über eine Verkaufsfläche von bis zu 1.200 m², in Ausnahmefällen sogar darüber. In jeder Netto-Filiale wird – unabhängig von der Verkaufsfläche – das gleiche Sortiment angeboten.
- Discountmärkte übernehmen in diesem Sinne nicht nur die „preisorientierte“ Versorgung im Trockensortiment, sondern decken einen deutlich umfassenderen Teil der Nachfrage im Bereich der wohnungsnahen Grundversorgung ab.



- Die Frischeartikel (Obst und Gemüse, Backwaren und Fleisch- und Wurstwaren) nehmen im Sortimentsangebot des Discounters eine wesentlich größere Bedeutung ein als in früheren Filialkonzepten.
- Im Bereich der Tiefkühlartikel und im Drogeriewarenangebot werden Sortimentsabrundungen vorgenommen, die sich auf den Verkaufsflächenbedarf auswirken.
- Der Sortimentsanteil im nahversorgungsrelevanten Bereich umfasst mindestens 90% der Verkaufsfläche.



- Der Flächenbedarf zeitgemäßer Discounterkonzepte gründet sich einerseits auf oben genannte Sortimentsanforderungen.
- Andererseits erfordert die Umsetzung eines dementsprechenden Flächenkonzeptes mit verbesserter Warenpräsentation und großzügigeren Gangbreiten eine adäquate Verkaufsfläche, sowohl aus Kundensicht als auch zur Vereinfachung von (logistischen) Betriebsabläufen.

Neubau des Lebensmittelmarkts Netto Marken-Discount

Projektplanung – Verkaufsflächendimensionierung und Einbindung des Vorhabens am Standort Zur Tierzucht



Quelle: Fabrik N°40 (Stand: 10.09.2026)

- Zwischen den beiden Ortsteilen Plodda und Schlaitz ist in der Gemeinde Muldestausee die Entwicklung eines neuen Einzelhandelsstandortes vorgesehen. Magnetanbieter soll Netto Marken-Discount mit einer Verkaufsfläche von rd. 799 m² sein, zuzüglich einer eigenständigen Bäckerei mit rd. 85 m² Gastronomie- und Verkaufsfläche sowie separatem Eingang.
- Nach Angaben der Firma Netto ist das künftige Angebotskonzept vorrangig auf Lebensmittel sowie die Nonfood I-Artikel Drogeriewaren und Tiernahrung ausgerichtet, weshalb der Anteil an Nonfood II-Artikeln unterhalb von 10% der Verkaufsfläche liegen wird.¹⁾
- Vor dem Lebensmittelmarkt sind ausreichende PKW-Stellplätze vorgesehen, weiterhin Fahrradständer, welche zusätzlich zur fußläufigen Versorgungsfunktion des Standorts insgesamt eine umfassende Erreichbarkeit sicherstellen. (Zur Erreichbarkeit per ÖPNV oder zu Fuß vgl. Seiten 10-11.)
- Die Anfahrt des Projektstandorts soll von der Straße Zur Tierzucht aus erfolgen. Zudem entsteht ein neuer Fuß- und Radweg entlang der Bundesstraße in Richtung Norden.

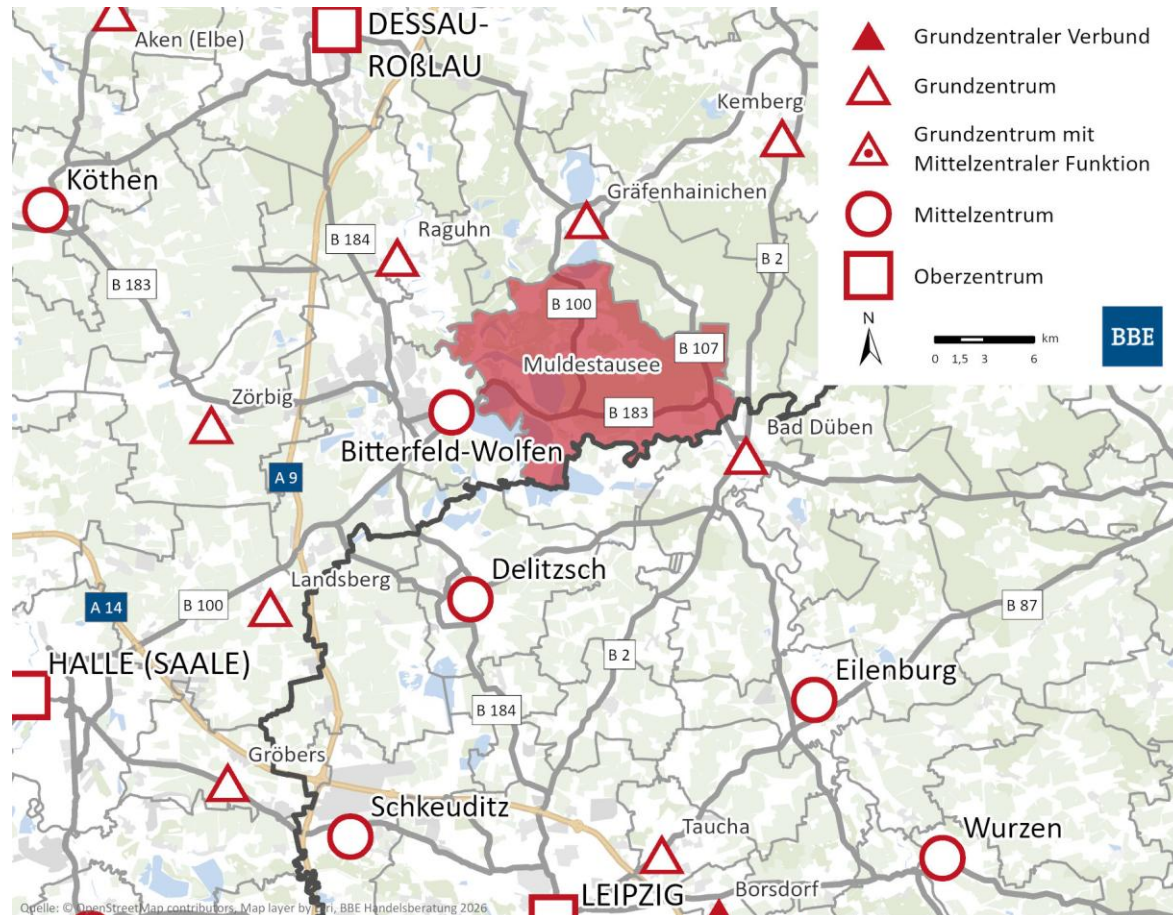
1) Nonfood I-Sortimente umfassen Drogeriewaren und Heimtierbedarf, insbesondere Tiernahrung, die i.d.R. als nahversorgungsrelevant einzustufen sind. Die Kategorie der Nonfood II-Waren fasst in Lebensmittelmärkten somit jene Produkte zusammen, die keine Lebensmittel (Food-Waren) und auch nicht nahversorgungsrelevant (Nonfood I-Waren) sind. Darunter 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

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	2
2	Makrostandort und Mikrostandort	7
3	Wettbewerbssituation	13
4	Einzugsgebiet und Marktpotenzial	26
5	Marktabschöpfung und Umsatzleistung des Vorhabens	31
6	Umverteilungseffekte	35
7	Städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung	41
8	Fazit	44

Ländliche Gemeinde Muldestausee ohne zentralörtliche Funktion

Lage und zentralörtliche Funktion der Gemeinde Muldestausee



- Die Gemeinde Muldestausee liegt im Landkreis Anhalt-Bitterfeld im Osten von Sachsen-Anhalt. Innerhalb des Gemeindegebiets ist kein einzelner Kernort vorhanden. Vielmehr besteht die Gemeinde aus 13 ländlich geprägten Dörfern, von denen nur drei Ortsteile eine Bevölkerungszahl zwischen ca. 1.500 und 1.900 Menschen verfügen. In den übrigen Ortsteilen leben je zwischen ca. 300 und rd. 900 Menschen, sodass insgesamt eine disperse und weitläufige Siedlungsstruktur der Gemeinde resultiert.
- Der Sachliche Teilplan Daseinsvorsorge der Planungsregion Anhalt-Bitterfeld-Wittenberg weist keinem Ortsteil in Muldestausee eine zentralörtliche Funktion zu, so bestehen nur Versorgungsfunktionen für die Gemeinde selbst.¹⁾
- Im Umfeld von Muldestausee liegen das Mittelzentrum Bitterfeld-Wolfen im Westen, die Grundzentren Raguhn und Gräfenhainichen im Norden und im Süden das Grundzentrum Bad Dübén.
- Verkehrlich ist Muldestausee über die Bundesstraßen 100, 107 und 183 angebunden. Die Bundesstraßen sichern die Verbindung zwischen den einzelnen Ortsteilen und bieten direkte Anbindungen nach Bitterfeld-Wolfen sowie Gräfenhainichen und Bad Dübén.
- Die nordwestlichen Ortsteile Muldenstein und Burgkemnitz verfügen über einen Bahnhof und werden stündlich von zwei S-Bahnlinien in Richtung Leipzig - Wittenberg und Halle(Salle) -Wittenberg angefahren. Innerhalb des Gemeindegebiets sorgen mehrere Buslinien für eine verkehrliche Anbindung der einzelnen Ortsteile untereinander.

1) Sachlicher Teilplan „Daseinsvorsorge – Ausweisung der Grundzentren in der Planungsregion Anhalt - Bitterfeld – Wittenberg“ (2014)

Muldestausee mit starken Kaufkraftabflüssen und negativem Pendlersaldo

Strukturdaten des Makrostandortes

Strukturdaten	Gemeinde Muldestausee	LK Anhalt-Bitterfeld
Zentralörtliche Funktion	-	-
Bevölkerung ¹⁾		
31.12.2025	1 11.435	151.352
31.12.2015	11.899	164.817
Veränderung ggü. 2015 (Index)	96,1%	91,8%
Bevölkerungsprognose 2025-2030 in % ²⁾		
31.12.2030	2 10.123	135.791
Veränderung ggü. 2025 (Index)	88,5%	89,7%
Pendler ³⁾		
Einpendler (30.06.2025)	803	16.980
Auspendler (30.06.2025)	4.123	25.600
Pendlersaldo (30.06.2025)	3 -3.320	-8.620
Einzelhandelskaufkraft 2026 (Index) ⁴⁾	4 100,6	93,0
Einzelhandelszentralität 2026 ⁴⁾	5 28,3	96,2

1) Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt

2) 8. Regionalisierte Bevölkerungsprognose bis 2040

3) Bundesagentur für Arbeit: Gemeindedaten sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort
Stand: 30.06.2025

4) BBE!CIMA!MB-Research Einzelhandelskaufkraft und Einzelhandelszentralität

- 1** Zum 31.12.2025 leben 11.435 Personen in der Gemeinde Muldestausee. In den letzten zehn Jahren zeigt die Gemeinde eine leicht rückläufige Bevölkerungsentwicklung von -3,9%-Punkte. Der zugehörige Landkreis Anhalt-Bitterfeld weist einen negativeren Bevölkerungstrend (- 8,2%) auf.
- 2** Laut der 8. Regionalisierten Bevölkerungsprognose des Landes Sachsen-Anhalts ist bis 2030 von einem deutlichen Bevölkerungsrückgang auf 10.123 Personen (-11,5%) auszugehen. Auch der Landkreis zeigt weiterhin eine rückläufige Bevölkerung von -10,3%-Punkten.
- 3** Für Muldestausee ist ein negativer Pendlersaldo von -3.320 Personen zu konstatieren, letztlich begründet durch die dörflichen Strukturen. Daraus lassen sich Kaufkraftabflüsse in die nächstgelegenen wirtschaftlichen Zentren ableiten. Hier steht besonders das angrenzende Bitterfeld-Wolfen als wichtiger Chemiestandort im Vordergrund.
- 4** Die Einzelhandelskaufkraft der Gemeinde liegt mit 100,6 nahe an dem Bundesdurchschnitt (D=100) und über dem Wert des Landkreises (93,0).
- 5** Die Einzelhandelszentralität von 28,3 zeigt starke Kaufkraftabflüsse aus Muldestausee in die umliegenden Städte. Dieser sehr niedrige Wert ist bereits ein Indiz für eine deutliche Versorgungslücke selbst in der Grundversorgung.

Projektstandort an der B 100 zentral zwischen Siedlungsgebieten

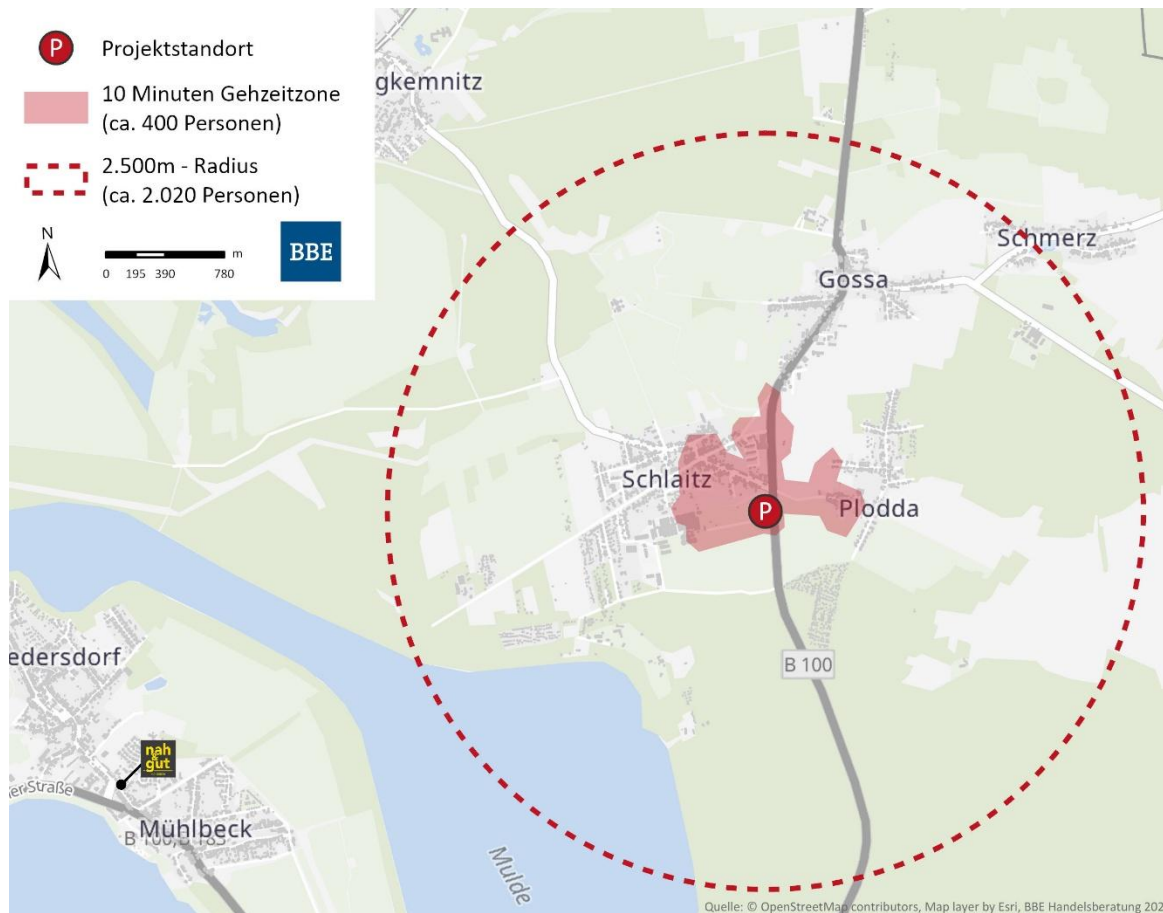
Mikrostandort zentral innerhalb der Gemeinde Muldestausee



- Der Projektstandort befindet sich im Ortsteil Plodda an der Grenze zum Ortsteil Schlaitz, zentral innerhalb des Gemeindegebiets gelegen. Die Fläche liegt entlang der B 100 im Kreuzungsbereich mit der Straße ‚Zur Tierzucht‘. Somit liegt das Planareal zwischen den beiden Ortsteilen.
- Das direkte Umfeld ist durch Wohnbebauung, Agrarflächen, die Schlaitzer Tierzucht und ein Biokraftwerk geprägt. Im Ortsteil Schlaitz liegt innerhalb der Wohnbebauung ein Friedhof und ein Geschäft für Schulbedarf.
- Künftig ist der Bau von einem Geh- und Radweg zwischen dem Siedlungsgebiet im Ortsteil Schlaitz und dem Projektstandort geplant, sodass der Projektstandort fußläufig gut von den nördlichen Wohnsiedlungen erreicht werden kann.
- Die Bushaltestelle ‚Schlaitz, Freiheitsstraße‘, erreichbar über den neuen Fußweg, befindet sich in rd. 750 m Entfernung und wird von den Buslinien 420 und 423 bedient.
- Ebenerdige Parkplätze sichern künftig die PKW-Erreichbarkeit. Die Zufahrt zum Projektareal erfolgt über die Straße ‚Zur Tierzucht‘. Durch die direkte Anbindung an die B 100, welche in Nord-Süd-Richtung das Gemeindegebiet durchquert, ist die motorisierte Erreichbarkeit aus dem gesamten Gemeindegebiet als sehr gut zu bewerten.

Hohe Versorgungsbedeutung für das östliche Gemeindegebiet von Muldestausee

Mikrostandort – wohnungsnahe und wohnortnahe Versorgungsfunktionen



- Das Netto-Planvorhaben zielt auf die Grundversorgung der Ortsteile nördlich und östlich des Muldestausees. Bereits die fußläufige Erreichbarkeit ist für die Bevölkerung aus zwei Ortsteilen gegeben, für weitere Ortsteile wird erstmals ein wohnortnaher Angebotsstandort geschaffen.
- Die 10 Minuten Gehzeitzone umfasst die östlichen Siedlungsgebiete von Schlaitz und die westlichen Gebiete von Plodda. Den zukünftigen Netto-Markt können rd. 340 Menschen fußläufig erreichen.¹⁾
- In ländlichen Räumen, denen auch Muldestausee durch die disperse Siedlungsstruktur zuzuordnen ist, werden wohnungsnahe und / oder zumindest wohnortnahe Funktionen miteinander verknüpft. Hierfür sind im Allgemeinen Entfernungen bis zu 2.500 m anzusetzen.²⁾ Dieses Umfeld umfasst die Ortsteile Schlaitz, Plodda, Gossa und Teile von Schmerz mit ca. 2.000 Personen.
- Innerhalb des 2.500m – Radius liegen, ebenso wie im gesamten östlichen Gemeindegebiet, keine Lebensmittelmärkte. Daher ist das städtebauliche Ziel die Schaffung von Versorgungsstrukturen an gut erreichbaren Standorten. Der Projektstandort erfüllt in dieser Hinsicht künftig als einziger Lebensmittelstandort im Umfeld Versorgungsfunktionen für das östliche Gemeindegebiet. Diese Funktion kann durch die gute Verkehrsanbindung und die zentrale Lage gut erfüllt werden.

1) NIQ (Nielsen IQ, früher GfK): Einwohner auf Straßenabschnittsebene 2025

2) Leitfaden zum Umgang mit § 11 Abs. 3 BauNVO in Bezug auf Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels“ der „Fachkommission Städtebau“ der Bauministerkonferenz (2017)

Netto und Bäckerei sind zwei unabhängige Einzelhandelsbetriebe im Gewerbegebiet

Genehmigungsrechtliche Situation

- Der Projektstandort ist aktuell im Außenbereich gelegen (§ 35 BauGB). Zur Umsetzung des Planvorhabens soll ein vorhabenbezogener Bebauungsplan aufgestellt werden, der das Projektgrundstück als Gewerbegebiet ausweist. Ein Aufstellungsbeschluss des Bebauungsplans „Netto-Markt Heidedörfer“ wurde vom Gemeinderat Muldestausee am 24.06.2026 gefasst.
- Im Gewerbegebiet sind Einzelhandelsbetriebe **gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 BauNVO im Grundsatz allgemein zulässig**. Gemäß **§ 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO** sind jedoch 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, außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen in diesem Sinne sind u.a. auch Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung und auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche im Umfeld.
- Die geplanten Anbieter am Projektstandort überschreiten allerdings beide **die Schwelle zur Großflächigkeit nicht**. Der Lebensmittelmarkt Netto bleibt knapp unter dem Schwellenwert, die Bäckerei verfügt ohnehin nur über eine geringe Verkaufsfläche. Die Anbieter fungieren zugleich als eigenständige Einzelhandelsbetriebe und bilden nicht in Summe einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb. Unter welchen Bedingungen von einem oder mehreren Betrieben auszugehen ist, hat das Bundesverwaltungsgericht bereits in seinen Urteilen vom 24. November 2005 geklärt.¹⁾
- Die Differenzierung in mehrere Betriebe bestimmt sich nach baulichen und betrieblich-funktionellen Gesichtspunkten. Für die räumliche Abgrenzung eines Einzelhandelsbetriebes ist auf die nach außen erkennbaren baulichen Gegebenheiten abzustellen. Eine Verkaufsstätte ist ein eigenständiger Betrieb, wenn sie selbständig, d.h. unabhängig von anderen Einzelhandelsbetrieben genutzt werden kann, hierfür bedarf es mindestens eines eigenen Eingangs, einer eigenen Anlieferung, eigenen Personalräumen und sie muss unabhängig von anderen Betrieben geöffnet und geschlossen werden können.
- Im vorliegenden Projekt ist von einer deutlichen Trennung der beiden Anbieter auszugehen: Die Bäckerei befindet sich zwar innerhalb des Netto-Gebäudes, ist jedoch durch einen separaten Eingang vollkommen eigenständig nutzbar und durch ein Rolltor vom Verkaufsraum des Netto-Markts abgetrennt. Eine Genehmigungsfähigkeit als „Gewerbebetriebe aller Art“ ist im Gewerbegebiet gegeben.

1) BVerwG Urteile 4 C 8.05 und 4 C 14.04

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	2
2	Makrostandort und Mikrostandort	7
3	Wettbewerbssituation	13
4	Einzugsgebiet und Marktpotenzial	26
5	Marktabschöpfung und Umsatzleistung des Vorhabens	31
6	Umverteilungseffekte	35
7	Städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung	41
8	Fazit	44

Lebensmittelmärkte als wesentliche Wettbewerber

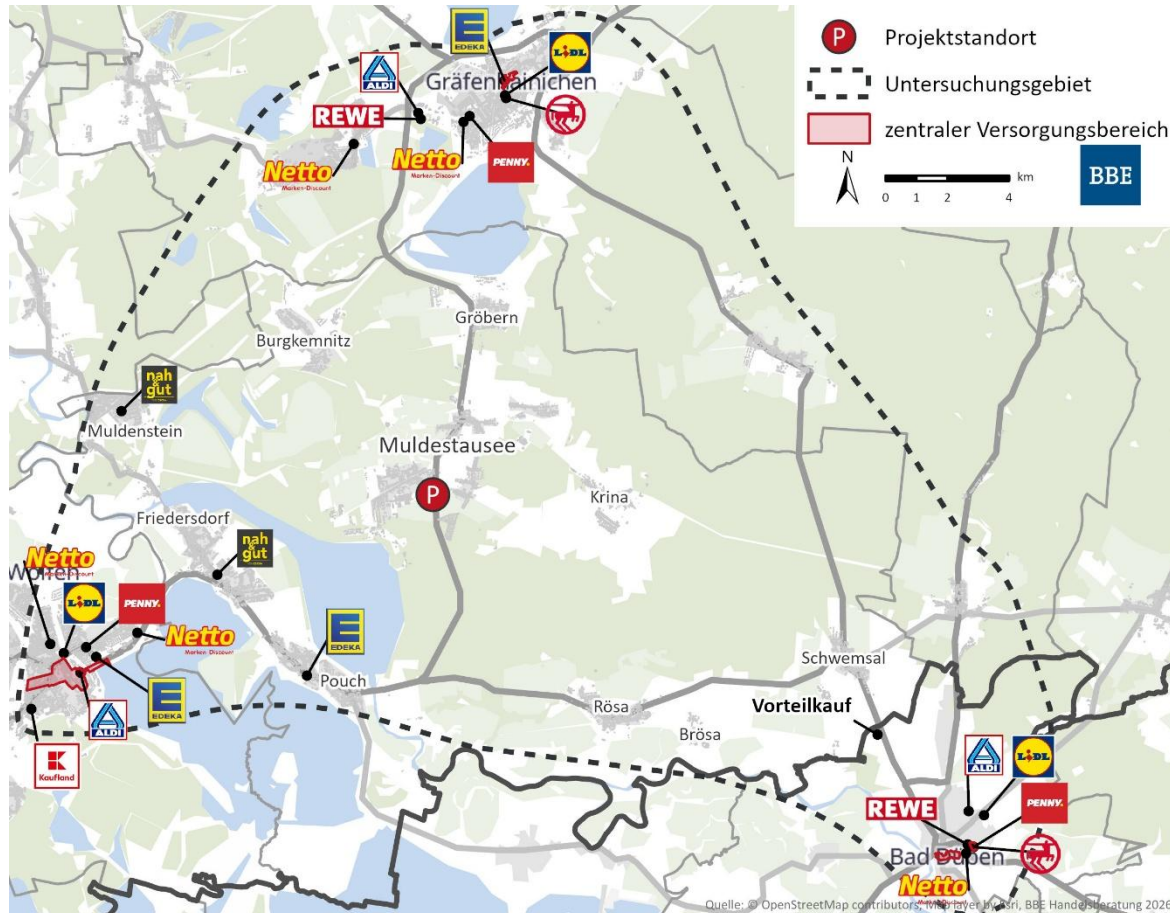
Wettbewerbssituation



- Die Wettbewerbsbetrachtung konzentriert sich auf die strukturprägenden Anbieter von Nahrungs- und Genussmitteln im Untersuchungsraum.
- Zu den Wettbewerbern zählen somit vorrangig Lebensmittelmärkte. Da der Wettbewerbsbesatz innerhalb der Gemeinde Muldestausee gering ist, sind zum Untersuchungsraum die nächstgelegenen Wettbewerber in den umliegenden Städten Gräfenhainichen, Bad Düben und Bitterfeld-Wolfen zu zählen, welche bis nach Muldestausee einstrahlen.
- Das Lebensmittelhandwerk oder spezialisierte Lebensmittelfachgeschäfte (z. B. Obst- und Gemüsehandel) bzw. der sonstige Fachhandel (z.B. Parfümerien) stehen – maßgeblich aufgrund einer anderen Angebotsausrichtung bzw. Ansprache der Kundschaft – dagegen nur untergeordnet im Wettbewerb mit dem Vorhaben.
- Gleichwohl werden die kleinteiligen Lebensmittelgeschäfte und Ladenhandwerksbetriebe in die Wettbewerbsbetrachtung einbezogen.

Umfangreicher Wettbewerb außerhalb der Gemeinde Muldestausee

Wettbewerbssituation im Überblick



- Im Untersuchungsraum sind 64 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 32.000 m² ansässig, welche einen Gesamtumsatz von rd. 177,3 Mio. € generieren.
- Ein Zentrenkonzept liegt für die Städte Bad Düben und Bitterfeld-Wolfen vor. In Gräfenhainichen konnte der Stadtkern als faktischer zentraler Versorgungsbereich identifiziert werden.
- Ein einzelner Hauptwettbewerber ist nicht auszumachen. Vielmehr führt das begrenzte Angebot in Muldestausee zu einer breiten Streuung der Einkaufsorientierungen in die umliegenden Städte.
- Wettbewerbsverflechtungen resultieren somit hauptsächlich mit umliegenden Lebensmittelmärkten in Gräfenhainichen, Bad Düben und Bitterfeld-Wolfen.
- Insbesondere führen die intensiven Pendlerverflechtungen der Stadt Bitterfeld-Wolfen mit dem Umland zu umfangreichen Wettbewerbsverflechtungen im Einzelhandel. Kundschaftsbeziehungen zu Standorten westlich der trennenden Bahntrasse in Bitterfeld sind jedoch aufgrund der zunehmenden Entfernung nicht zu erwarten.

Im Einzugsgebiet kaum Wettbewerbsbesatz

Verkaufsfläche und Umsätze der nahversorgungsrelevanten Wettbewerbsstandorte

Standortstrukturen	Verkaufs- fläche in m ²	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatz Food & Nonfood I ¹⁾ in Mio. €	Umsatz Nonfood II in Mio. €
Muldestausee-Pouch, Standort EDEKA	740	5,08	5,03	0,05
Muldestausee, sonstige Standorte im Einzugsgebiet	100	1,01	0,99	0,02
Im Einzugsgebiet gesamt	840	6,09	6,02	0,07
Muldestausee-Friedersdorf, Standort nah&gut	670	3,96	3,87	0,09
Muldestausee-Muldenstein, Standort nah&gut	890	4,16	4,07	0,09
Muldestausee, sonstige	50	0,84	0,84	0,00
Im Gemeindegebiet Muldestausee gesamt	2.450	15,05	14,80	0,25
Bad Düben, Hauptzentrum Innenstadt	105	0,95	0,95	0,00
Bad Düben, NVZ Dommitzcher Straße (u.a. REWE, PENNY)	3.190	17,48	16,27	1,21
Bad Düben, Nahversorgungslage Windmühlenweg (ALDI)	1.000	5,70	5,20	0,50
Bad Düben, Standort Netto	1.305	5,68	5,46	0,22
Bad Düben, Standort Vorteilkauf	2.450	9,92	7,85	2,07
Bad Düben, Standort Lidl	800	6,00	5,50	0,50
Bad Düben, sonstige	500	1,03	1,03	0,00
Zwischensumme	11.800	61,81	57,06	4,75

- Bei Betrachtung der Verkaufsflächenausstattung und des Umsatzes wird das breite Wettbewerbsumfeld in den umliegenden Städten ersichtlich. Ein einzelner, dominanter Wettbewerbsstandort existiert nicht.
- Im Gemeindegebiet Muldestausee bestehen aktuell nur rd. 2.450 m² Verkaufsfläche, es wird ein Umsatz von ca. 15,1 Mio. € generiert. Bei einem Umsatzanteil von lediglich 8% ordnen sich die lokalen Angebotsstrukturen innerhalb des Untersuchungsraums deutlich unter.
- Im perspektivischen Einzugsgebiet (vgl. S. 28) liegen die Verkaufsfläche mit rd. 840 m² und die Umsatzleistung mit ca. 6,1 Mio. € noch einmal deutlich darunter. So werden nur 3% des Umsatzes im Untersuchungsraum im projektrelevanten Einzugsgebiet generiert.
- Weiterhin vereint das Nahversorgungszentrum Dommitzcher Straße in Bad Düben einen Umsatzanteil von 10% auf sich und stellt demnach mit Abstand den umsatzstärksten Wettbewerbsstandort in Bad Düben dar.

1) Nonfood I-Sortimente umfassen Drogeriewaren und Heimtierbedarf, insbesondere Tiernahrung.

Teil 2 folgt auf der nächsten Seite.

Quelle: BBE-Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich

Breite Streuung im Wettbewerbsumfeld

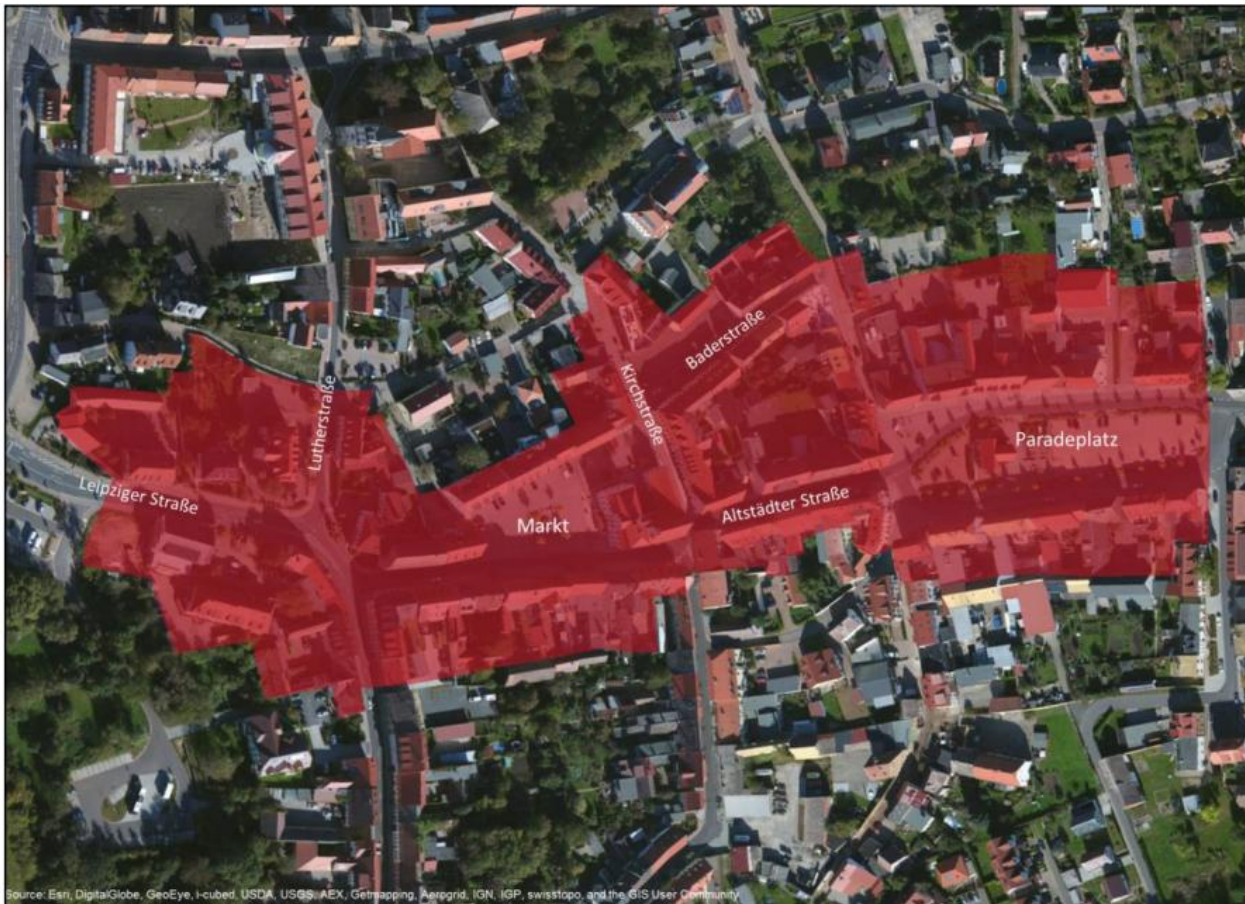
Verkaufsfläche und Umsätze der nahversorgungsrelevanten Wettbewerbsstandorte

Standortstrukturen (Fortsetzung)	Verkaufs- fläche in m ²	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatz Food & Nonfood I in Mio. €	Umsatz Nonfood II in Mio. €
Gräfenhainichen, Innenstadt	1.180	7,46	7,28	0,18
Gräfenhainichen, Standort Lidl/Rossmann Bahnhofsstraße	1.470	10,52	9,12	1,40
Gräfenhainichen, Standort ALDI/REWE Barbaraweg	3.000	15,04	14,29	0,75
Gräfenhainichen, Standort Parkstraße (u.a. Netto, PENNY)	2.160	10,13	9,62	0,51
Gräfenhainichen-Zschornewitz, Standort Netto	760	4,50	4,27	0,23
Gräfenhainichen, sonstige	660	1,43	1,43	0,00
Bitterfeld-Wolfen, Innenstadt	1.250	8,56	8,06	0,50
Bitterfeld-Wolfen, NVL Friedensstraße (Lidl)	1.040	6,97	6,47	0,50
Bitterfeld-Wolfen, NVL Wittenberger Straße (u.a. PENNY)	890	5,91	5,61	0,30
Bitterfeld-Wolfen, NVL Auenstraße (Netto)	910	4,64	4,40	0,24
Bitterfeld-Wolfen, Standort EDEKA, Wittenberger Straße	1.500	7,89	7,62	0,27
Bitterfeld-Wolfen, Standort Netto, Bernsteinring	850	5,15	4,93	0,22
Bitterfeld-Wolfen, Ergänzungsstandort Bismarckstraße	4.550	27,25	24,32	2,93
Untersuchungsgebiet gesamt	32.020	177,26	164,48	12,78

- Der Agglomerationsstandort Barbaraweg in Gräfenhainichen erreicht mit einem Umsatzanteil von 8% eine ähnliche Stellung im Untersuchungsraum.
- Auch die beiden Agglomerationsstandorte Parkstraße sowie Bahnhofstraße in Gräfenhainichen erreichen mit je knapp über 10 Mio. € Umsatz ebenfalls eine gute Umsatzleistung.
- Umsatzstärkster Standort insgesamt ist der Ergänzungsstandort Bismarckstraße in Bitterfeld, welcher durch Kaufland und damit den einzigen Großbetrieb im Untersuchungsraum geprägt wird und einen Umsatzanteil von 15% erreicht.
- Die weiteren Wettbewerbsstandorte erreichen jeweils nur Umsatzanteile von max. 6%.

Bad Dübener Innenstadt nicht wettbewerbsrelevant

Wettbewerbssituation – Bad Dübener ZVB A-Zentrum Innenstadt



Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bad Dübener (Fortschreibung 2014), S.42

Städtebauliche Situation

In Bad Dübener wird der historische Stadtkern entlang des Paradeplatzes, der Altstädter und Baderstraße und des Marktplatzes als A-Zentrum Innenstadt ausgewiesen.

Dabei umfasst das Zentrum öffentliche Einrichtungen wie die Stadtverwaltung, Gastronomiebetriebe und Dienstleistungen sowie vorwiegend kleinteilige Geschäfte.

Die Aufenthaltsqualität ist durch die historische Bausubstanz sehr hoch, jedoch führen die zunehmende Anzahl an Leerständen zu einer geringen Passantenfrequenz.

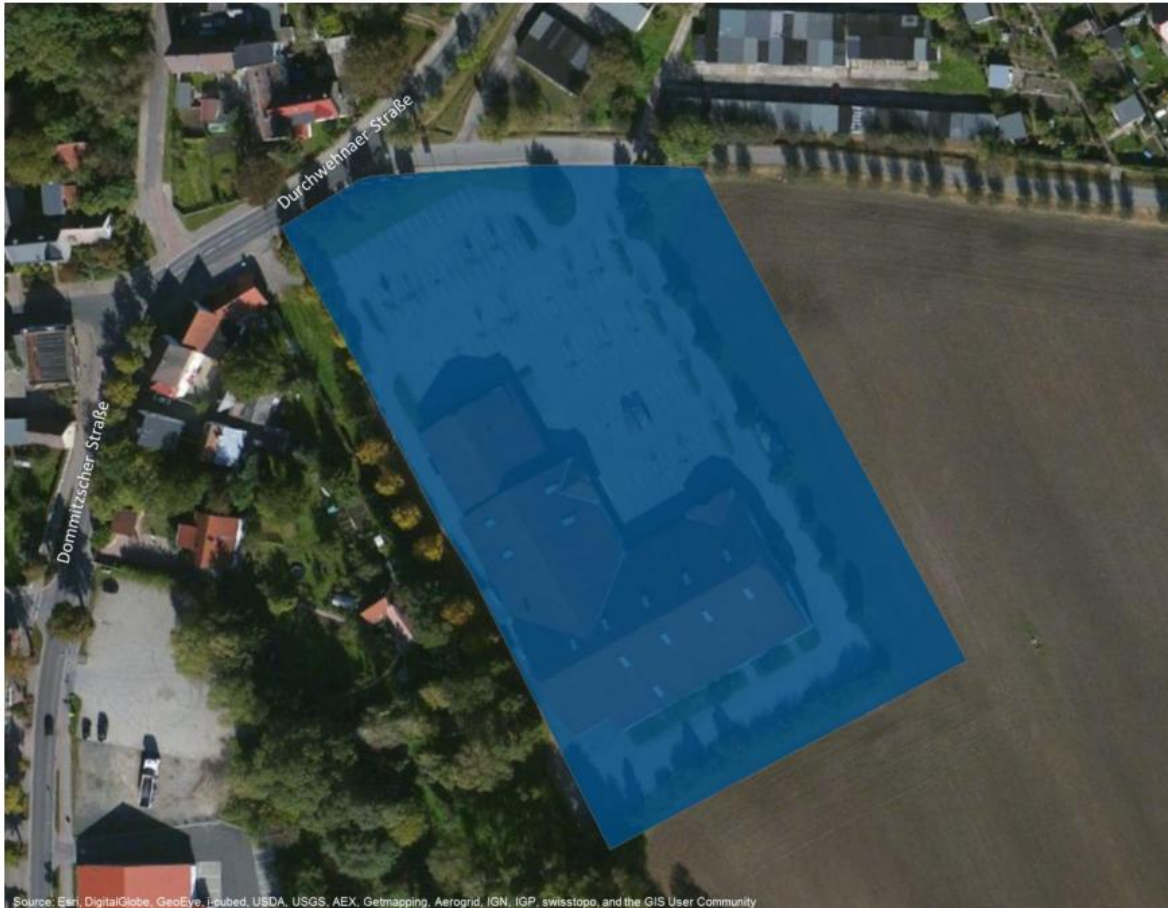
Einzelhandelsstruktur

Die Geschäftsstruktur im Bad Dübener Zentrum ist aufgrund der historischen Bausubstanz kleinteilig geprägt. Neben wenigen Betrieben des Lebensmittelhandwerks prägen vor allem inhabergeführte Fachgeschäfte die Einzelhandelsstruktur.

Mit dem Planvorhaben stehen die kleinteiligen Geschäfte jedoch nicht in Wettbewerb.

Anbieter des NVZ Dommitzcher Straße strahlen weit aus

Wettbewerbssituation – Bad Düben, NVZ B-Zentrum Dommitzcher Straße



Source: Esri, DigitalGlobe, GeoEye, i-cubed, USDA, USGS, AEX, Getmapping, Aerogrid, IGN, IGP, swisstopo, and the GIS User Community

Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bad Düben (Fortschreibung 2014), S.44

Städtebauliche Situation

Im östlichen Kernstadtgebiet wird an der Dommitzcher Straße ein Nahversorgungszentrum ausgewiesen, das in den letzten Jahren deutlich erweitert und modernisiert wurde. So bestehen am Standort mehrere Immobilien moderner Fachmärkte, sodass insgesamt eine Ausstrahlung resultiert, welche sogar über das Stadtgebiet hinausgeht.

Einzelhandelsstruktur

Nach dem umfassenden Neubau sind am Standort ein moderner PENNY-Markt sowie ein attraktiver Rossmann- und ein REWE-Markt ansässig.

Die drei Anbieter ergänzen sich gut, sodass insgesamt ein umfassendes Angebot in der Nahversorgung geboten werden kann.

Durch den attraktiven Angebotsmix und die weitreichende Ausstrahlung tritt das Nahversorgungszentrum auch in Wettbewerb mit dem Planvorhaben, wobei entsprechende Verflechtungen bei einer Entfernung von rd. 18 km auf geringem Niveau bleiben

Wettbewerber:

- REWE, rd. 1.800 m² VKF
- PENNY, rd. 750 m² VKF
- Rossmann, rd. 640 m² VKF

In Gräfenhainicher Innenstadt ist EDEKA einziger Lebensmittelmarkt

Wettbewerbssituation – Gräfenhainichen, faktisches Zentrum Innenstadt



Städtebauliche Situation

Der faktische zentrale Versorgungsbereich von Gräfenhainichen liegt in der historischen Altstadt und wird durch die verkehrsberuhigte August-Bebel-Straße und die Paul-Gerhardt-Straße geprägt. Nördlich besteht an der Pfortenstraße ein kleines Fachmarktzentrum, welches durch die direkte Anbindung an die August-Bebel-Straße ebenfalls zum Zentrum zu zählen ist.

Mit eingebunden ist der Marktplatz mit dem Rathaus sowie der Kirchplatz mit der Marienkirche als identitätsstiftende Orte.

Die Kompetenz der Innenstadt beruht in erster Linie auf einer starken Nutzungsmischung von Handel, Dienstleistung, Gastronomie, öffentlichen Einrichtungen und stadtbildprägenden Identifikationspunkten.

Einzelhandelsstruktur

Entlang der August-Bebel-Straße und der Paul-Gerhardt-Straße sind vorrangig kleinteilige Geschäfte ansässig. Magnetanbieter ist demgegenüber der EDEKA-Markt an der Pfortenstraße, der durch weitere kleine Fachmärkte ergänzt wird.

Für das Planvorhaben ist lediglich der EDEKA-Markt als Wettbewerber relevant. Dieser liegt jedoch bereits in 11,8 km Entfernung und zielt auf ein anderes Kundschaftssegment ab.

Wettbewerber:

- EDEKA, rd. 1.100 m² VKF

Bitterfelder Innenstadt mit ALDI als relevanten Wettbewerber

Wettbewerbssituation – Bitterfeld, Hauptzentrum Innenstadt



Quelle: Einzelhandelskonzept für die Stadt Bitterfeld-Wolfen 2017, S. 53

Städtebauliche Situation

Die Innenstadt von Bitterfeld bildet das einzig urban gewachsene und zugleich kompakte Zentrum im gesamten Stadtgebiet von Bitterfeld-Wolfen und ist in ca. 13 km Entfernung zum Planstandort gelegen. Sie ist im Zentrenkonzept der Stadt Bitterfeld-Wolfen als übergeordnetes A-Zentrum ausgewiesen. Die Funktionen des traditionellen Geschäftszentrums waren zum einen an das unmittelbare Umfeld des Markts mit den abgehenden Straßenzügen als Fußgängerzone (besonders die Burgstraße) gekoppelt. Zum anderen übernahm in der Vergangenheit die Verkehrsachse Walther-Rathenau-Straße, als Verbindung von Markt mit dem Bahnhof die Funktion einer Geschäftsstraße.

Einzelhandelsstruktur

Die Innenstadt weist aber derzeit nur geringe Frequenzen und eine hohe Leerstandsquote auf, was sich auch durch fehlende Grundversorgungsanbieter als Frequenzbringer begründet. Dies zeigt sich in der Schließung der Rossmann-Filiale im Jahr 2024. Der ALDI-Markt sichert zwar die fußläufige Nahversorgung für das Wohnumfeld ab, liegt aber außerhalb der genannten Achsen. Er tritt als branchengleicher Anbieter mit dem Planvorhaben in leichten Wettbewerb.

Nahversorgungsrelevanter Magnetanbieter:

- ALDI, rd. 1.000 m² VKF

EDEKA in Pouch einziger Lebensmittelmarkt im Einzugsgebiet

Weitere Wettbewerbssituation in der Gemeinde Muldestausee



EDEKA, Pouch Alt Pouch 3

- marktkonformer Supermarkt mit Monopolstellung im südlichen Gemeindegebiet
- integriert in Wohngebiet gelegen
- profitiert von Verkehrsfrequenz der B 183 sowie vom Tourismus an der Goitzsche
- veritable Versorgungsfunktionen für die Ortsteile Pouch, Rösa und Brösa sowie Schlaitz und Plodda
- Wettbewerbsverflechtungen als einziger Lebensmittelmarkt im Einzugsgebiet, ca. 6,5 km entfernt



nah&gut, Muldenstein Neue Burgkennitzer Straße 20

- modernisierter Markt innerhalb der Wohnsiedlung von Muldenstein
- wird durch Getränkemarkt und kleinteiliges Gewerbe ergänzt
- vorrangig auf Muldenstein und Burgkennitz ausgerichtet, tritt jedoch durch Ausstrahlung ins östliche Gemeindegebiet auch mit dem 9,2 km entfernten Planvorhaben in Wettbewerb



nah&gut, Friedersdorf Bitterfelder Straße 15

- modernisierter Markt innerhalb der Wohnsiedlung
- Versorgungsfunktion vorrangig für Friedersdorf und Mühlbeck
- zwar verstärkt auf das direkte Umfeld ausgerichtet, tritt jedoch durch das unzureichende Angebot im Umfeld auch mit dem 9,3 km entfernten Projektstandort in Wettbewerb

In Bad Düben weiterhin Vorteilkauf wettbewerbsrelevant

Weitere Wettbewerbssituation in Bad Düben



Nahversorgungslage Windmühlenweg ALDI, Postweg 16

- moderner Discounter
- integriert in Wohngebiet und abseits von Verkehrsachsen gelegen
- veritable Versorgungsfunktionen für Bad Düben
- Wettbewerbsverflechtungen als einer der Discounter im Umfeld, jedoch bereits rd. 18,2 km entfernt



Standort Vorteilkauf Hammermühlenweg 11

- solitär gelegener Großer Supermarkt inkl. Bäckerei, fernab der Wohnsiedlungen
- veralteter Auftritt in sanierungsbedürftiger Immobilie, aber breites Angebot, viele Stammkunden
- umfangreiches Nonfood-Sortiment
- vorrangig auf Bad Düben und durch die Lage an der Stadtgrenze auf die nördlich bzw. westlich anschließenden Dörfer ausgerichtet
- tritt demnach auch mit dem 14,4 km entfernten Planvorhaben in Wettbewerb



Standort Netto Domnitzscher Straße 8-9

- modernisierter Discounter mit separat gelegenem Getränkemarkt am Rand der Innenstadt
- Versorgungsfunktion vorrangig für Bad Düben
- zwar betreibergleicher Anbieter, jedoch geringere Ausstrahlung als benachbarter Agglomerationsstandort



Standort Lidl Schmiedeberger Straße 56

- modernisierter Discounter am östlichen Stadtrand
- Versorgungsfunktion vorrangig für Bad Düben und östlich anschließende Dörfer
- zwar branchengleicher Anbieter, jedoch eher auf östliches Umland von Bad Düben ausgerichtet
- geringe Wettbewerbsverflechtungen wegen großer Entfernung von rd. 18,3 km

Standort ALDI/REWE in Gräfenhainichen besonderes relevant

Weitere Wettbewerbssituation in Gräfenhainichen



Standort ALDI/REWE Barbaraweg Barbaraweg 3-7

- moderne und großzügige Lebensmittelmärkte von ALDI und REWE, ergänzt durch KiK und RENO
- am Stadtrand direkt an Ortsumfahrung gelegen
- veritable Versorgungsfunktionen für Gräfenhainichen
- weite Ausstrahlung durch verkehrsorientierte Lage
- Wettbewerbsverflechtungen als nächstgelegene Versorgungsmöglichkeit in Richtung Norden
- geringe Entfernung von rd. 9,4 km



Standort Parkstraße (u.a. Netto, PENNY) Nachtigallenweg 2; Rosa-Luxemburg-Str. 68

- Agglomeration aus Netto sowie PENNY und Getränkemarkt
- insbesondere Netto ist modern und großzügig
- Versorgungsfunktion für Gräfenhainichen, jedoch direkt an Einfallstraße gelegen
- 10,3 km vom Projektstandort entfernt, besonders Wettbewerbsverflechtungen mit Netto



Standort Netto, Zschornewitz Straße des Friedens 100

- modernisierter Markt innerhalb der Wohnsiedlung
- einziger Lebensmittelmarkt im Ortsteil
- vorrangig auf Zschornewitz selbst ausgerichtet, begrenzte Ausstrahlung auf umliegende Dörfer (Burgkennitz, Möhlau)
- tritt mit dem 10,7 km entfernten Planvorhaben nur untergeordnet in Wettbewerb



Standort Lidl Neue Burgkennitzer Straße 20

- modernisierter Lidl-Markt nahe dem Stadtzentrum
- wird durch Rossmann ergänzt
- Ausstrahlung vorrangig auf Gräfenhainichen
- durch Drogeriemarkt mit dem rd. 11,3 km entfernten Projektstandort weniger vergleichbare Zielgruppe

Lebensmittelmärkte in Bitterfeld durch Pendelverkehr relevant

Weitere Wettbewerbssituation in Bitterfeld-Wolfen (Auswahl)



Ergänzungsstandort Bismarckstraße u.a. Kaufland, Bismarckstraße 39

- einzige Großbetriebsform (rd. 4.500 m² Verkaufsfläche) im Untersuchungsraum
- umfangreiches und attraktives Angebot, aber vorrangig auf den Wocheneinkauf ausgerichtet
- weitreichende Ausstrahlung, tritt dadurch auch mit dem rd. 14,5 km entfernten Projektstandort in Wettbewerb



Nahversorgungslage Wittenberger Str. u.a. PENNY, Wittenberger Straße 3

- modernisierter Markt innerhalb der Wohnsiedlung, ergänzt durch Bäckerei und Fleischerei
- Lage direkt an wichtiger Pendlerverbindung
- tritt mit dem 12,7 km entfernten Planvorhaben durch umfangreichen Pendlerverkehr nach Bitterfeld in Wettbewerb



Standort Netto Bernsteinring 88

- marktkonformer Discounter mit Bäckerei am östlichen Stadtrand von Bitterfeld
- Versorgungsfunktion für anschließendes Wohngebiet, aber auch deutliche Ausstrahlung nach Muldestausee als nächstgelegener Netto-Markt in Richtung Bitterfeld (11,3 km entfernt)
- durch Tourismus an der Goitzsche und Pendlerverkehr nach Bitterfeld hohe Umsatzleistung



Nahversorgungslage Friedensstraße Lidl, Friedensstraße 5-7

- modernisierter Lidl-Markt nahe dem Stadtzentrum, benachbarter Getränkemarkt wurde kürzlich geschlossen
- Lage direkt an wichtiger Pendlerverbindung
- tritt mit dem 13,2 km entfernten Planvorhaben durch umfangreichen Pendlerverkehr nach Bitterfeld in Wettbewerb

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	2
2	Makrostandort und Mikrostandort	7
3	Wettbewerbssituation	13
4	Einzugsgebiet und Marktpotenzial	26
5	Marktaberschöpfung und Umsatzleistung des Vorhabens	31
6	Umverteilungseffekte	35
7	Städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung	41
8	Fazit	44

Angebotsattraktivität und Distanzen bestimmen die Einkaufsorientierung

Einzugsgebiet des Vorhabens

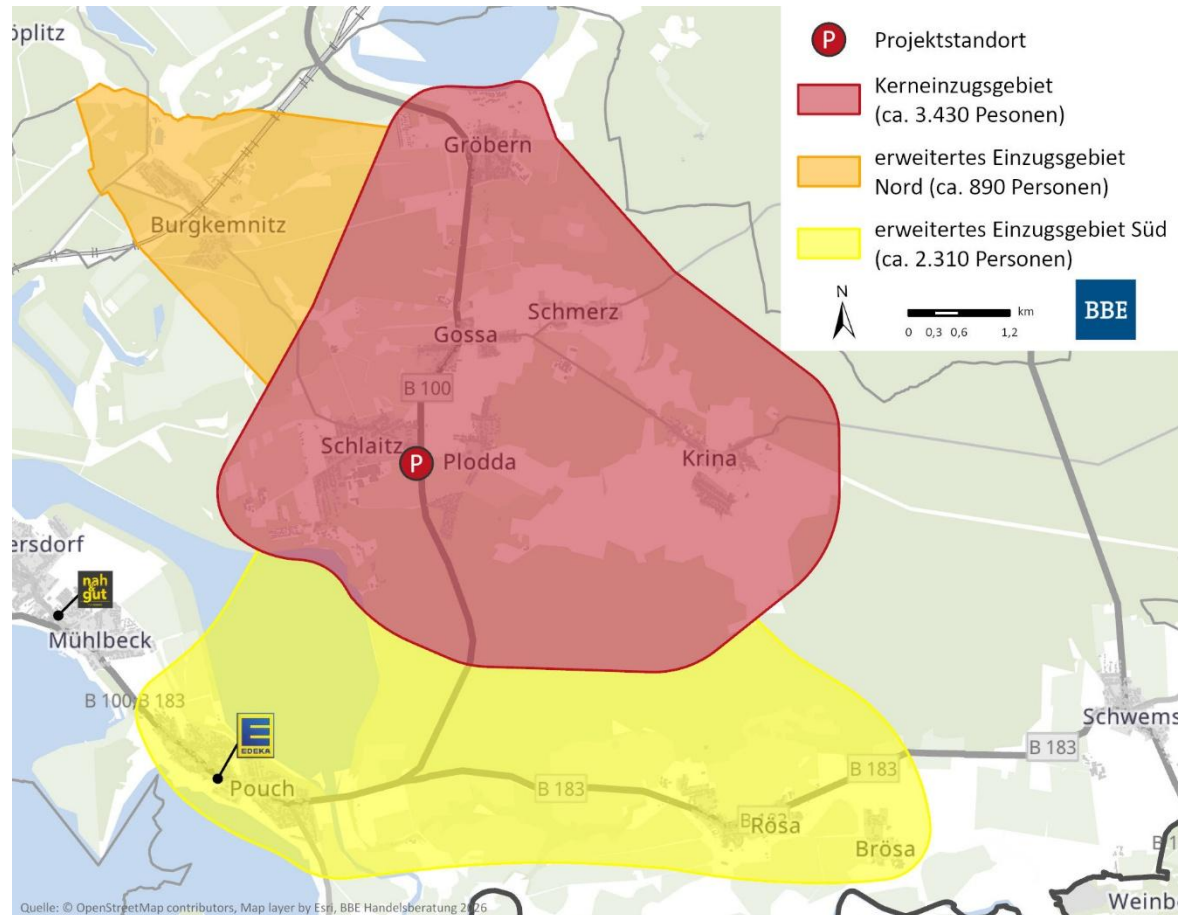
Das Einzugsgebiet umfasst den Raum, in dem die Verbraucherinnen und Verbraucher überwiegend bzw. zu großen Teilen das Vorhaben aufsuchen werden. Es stellt damit den gemeindlichen oder regionalen Teilraum dar, in dem das Vorhaben eine hohe Versorgungsbedeutung bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten übernimmt.

Für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung sind grundsätzlich folgende Faktoren von Bedeutung:

- 1 die Häufigkeit der Bedarfsdeckung in den geplanten Sortimentsbereichen,
- 2 der von Verbrauchenden in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand,
- 3 die projektrelevante Wettbewerbssituation, wie z. B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Anbieter im Standortumfeld,
- 4 die Attraktivität der Projektvorhaben, die u. a. durch die Dimensionierung, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad der Betreiber bestimmt wird,
- 5 die Qualität des Projektstandortes, die u. a. aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten sowie aus vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert.

Einzugsgebiet bleibt auf Gemeinde Muldestausee begrenzt

Einzugsgebiet des Vorhabens in Abhängigkeit der örtlichen und regionalen Kundschaftsorientierung



- Die Ausdehnung des Einzugsgebietes bestimmt sich von der künftigen Nahversorgungsfunktion des Projektstandorts in Abhängigkeit von der Ausstrahlung umliegender regionaler Nahversorger.
- Das **Kerneinzugsgebiet** (rd. 3.400 Personen)¹⁾ umfasst die Siedlungsbereiche der Ortsteile Plodda, Schlaitz, Gossa, Schmerz, Krina und Gröbern, in denen der Projektstandort als nächstgelegener Lebensmittelmarkt vorrangig wohnungsnahe Versorgungsfunktionen erfüllen kann.
- Im nordwestlich anschließenden **erweiterten Einzugsgebiet Nord** (rd. 900 Menschen¹⁾), welches den Siedlungsbereich des Ortsteils Burgkernitz umfasst, stellt der künftige Netto-Markt eine Alternative zum vergleichbar weit entfernten nah&gut in Muldenstein dar, eine Kundschaftsbindung ist demnach etwas geringer.
- Das **erweiterte Einzugsgebiet Süd** erstreckt sich über die Ortsteile Pouch, Rösa und Brösa, in denen ca. 2.300 Menschen¹⁾ leben. Im südlichen Einzugsgebiet ist im Ortsteil Pouch ein EDEKA-Markt vorhanden, sodass im Vergleich zum restlichen Einzugsgebiet tendenziell von einer geringeren Bindungsquote auszugehen ist.
- Generell wirken die umfangreichen Angebotsstrukturen in Bad Düben, Gräfenhainichen und Bitterfeld-Wolfen limitierend, sodass das Einzugsgebiet vollständig innerhalb des Gemeindegebiets Muldestausee liegt.

1) NIQ (Nielsen IQ, früher GfK): Einwohner auf Straßenabschnittsebene 2025

Nahversorgungsrelevantes Kaufkraftvolumen im Einzugsgebiet beträgt rd. 23,7 Mio. €

Nahversorgungsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet



- Die Höhe der Kaufkraftkennziffer wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer stellt unabhängig von der Gemeindegröße das Verhältnis des in den relevanten Kommunen verfügbaren Netto-Einkommens zum Gesamteinkommen in Deutschland dar, welches für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht.
- Das nahversorgungsrelevante Kaufkraftniveau liegt im Einzugsgebiet bei 100,4 und somit auf dem Niveau des Bundesdurchschnitts (= 100,0).



- Das vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag³⁾ von aktuell ca. 3.569 € für nahversorgungsrelevante Sortimente im Bundesdurchschnitt. Gewichtet mit der spezifischen Kaufkraftkennziffer im Einzugsgebiet ergibt sich ein Ausgabebetrag von 3.582 €.
- Hieraus errechnet sich bei einer bestehenden Bevölkerungszahl von rd. 6.630 im Einzugsgebiet ein Marktpotenzial von 23,7 Mio. €. Differenziert nach den Einzugsgebietszonen entfällt auf das Kerneinzugsgebiet ein Marktpotenzial von 12,3 Mio. €, auf das erweiterte Einzugsgebiet Nord von rd. 3,2 Mio. € und auf das erweiterte Einzugsgebiet Süd von 8,3 Mio. €.
- Im gesamten Gemeindegebiet Muldestausee beläuft sich das Marktpotenzial auf rd. 41,0 Mio. €.

	Bevölkerung abs. ¹⁾	Kaufkraftkennziffer Food und Nonfood I Index	Verbrauchsausgaben Food und Nonfood I ³⁾ in €	Nahversorgungsrel. Kaufkraftpotenzial in Mio. € ²⁾
Kerneinzugsgebiet	3.428	100,4	3.582	12,28
erweitertes Einzugsgebiet Nord	885	100,4	3.582	3,17
erweitertes Einzugsgebiet Süd	2.314	100,4	3.582	8,29
Einzugsgebiet gesamt	6.627	100,4	3.582	23,74
Gemeindegebiet gesamt	11.435²⁾	100,4	3.582	40,96

1) NIQ (Nielsen IQ, früher GfK): Einwohner auf Straßenabschnittsebene 2025

2) Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt (Stand: 31.12.2025)

3) BBE/ IfH-Verbrauchsausgaben

Insgesamt über 17,7 Mio. € Kaufkraftabfluss aus dem Einzugsgebiet

Bindungsquote der nahversorgungsrelevanten Nachfrage im Einzugsgebiet



- Die Gegenüberstellung der örtlichen Umsatzstruktur mit den Marktvolumina im abgegrenzten Einzugsgebiet führt zu Bindungsquoten der örtlichen Nachfrage. Diese stellt den entscheidenden Bewertungsmaßstab für die Leistungsfähigkeit des örtlichen Einzelhandels dar und sind ein Indikator für die Beurteilung weiterer Entwicklungsspielräume im Einzugsgebiet.



- Dem im Einzugsgebiet in den projektrelevanten Food- und Nonfood I-Sortimenten vorhandenen Nachfragepotenzial von insgesamt rd. 23,7 Mio. € steht ein Umsatz von ca. 6,0 Mio. € gegenüber. Die Bindungsquote von lediglich 25,4% repräsentiert einen saldierten, deutlichen Kaufkraftabfluss von rd. 17,7 Mio. €. Vorrangig ist dies auf die umliegenden Städte mit umfassenden Versorgungsstrukturen zurückzuführen, darunter Gräfenhainichen, Bad Dübener Heide und Bitterfeld-Wolfen. Diese binden aktuell große Teile der Kaufkraft des Einzugsgebiets.
- Im Kerneinzugsgebiet fließt aufgrund der kaum vorhandenen Angebotsstrukturen nahezu das gesamte Marktpotenzial ab.
- Einziger Lebensmittelmarkt im Einzugsgebiet ist EDEKA in Pouch im erweiterten Einzugsgebiet Süd. Dieser kann jedoch bei einer Bindungsquote von rd. 66% ebenfalls keine Bedarfsdeckung in dieser Zone erreichen.
- Selbst im gesamten Gemeindegebiet, wo zusätzlich zwei Nah- & Gut-Märkte vorhanden sind, wird mit einer Bindungsquote von lediglich 36% ebenfalls ein Versorgungsdefizit ersichtlich.

	Marktpotenzial Food + Nonfood I in Mio. €	relevanter EH-Umsatz in Mio. €	Kaufkraftbindung in %	Saldo in Mio. €
Kerneinzugsgebiet	12,28	0,15	1,2	-12,13
Erweitertes Einzugsgebiet Nord	3,17	0,40	12,6	-2,77
Erweitertes Einzugsgebiet Süd	8,29	5,47	66,0	-2,82
Einzugsgebiet gesamt	23,74	6,02	25,4	-17,72
Gemeindegebiet gesamt	40,96	14,80	36,1	-26,16

Quellen: BBE-Berechnung auf Basis von BBE/ IfH-Verbrauchsausgaben

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	2
2	Makrostandort und Mikrostandort	7
3	Wettbewerbssituation	13
4	Einzugsgebiet und Marktpotenzial	26
5	Marktabschöpfung und Umsatzleistung des Vorhabens	31
6	Umverteilungseffekte	35
7	Städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung	41
8	Fazit	44

Netto-Ansiedlung baut Nahversorgung in der Gemeinde aus

Umsatzleistung des Vorhabens

- Die Einschätzung des durch die Neuansiedlung zu erwartenden Umsatzes bildet die Voraussetzung für die Prognose der ausgelösten Umsatzumlenkungen und der damit verbundenen möglichen städtebaulichen Auswirkungen.
- Die Umsatzerwartung des Vorhabens hängt zunächst von der Verkaufsflächengröße und von der Sortimentsaufteilung ab. Hinzu kommen aber auch die Gesamtattraktivität des Standortes sowie die standortbezogene Wettbewerbsintensität.
- Für das Vorhaben sind diesbezüglich folgende Faktoren zu berücksichtigen:
 - Laut sekundärstatistischen Daten beträgt der durchschnittliche Umsatz einer Netto-Filiale in Deutschland rd. 4,4 Mio. €. ¹⁾ Damit erreicht Netto bei einer durchschnittlichen Filialgröße von rd. 821 m² Verkaufsfläche eine Flächenproduktivität von rd. 5.360 € je m² Verkaufsfläche.
 - Discounter der neuesten Generation verfügen in der Regel über eine Verkaufsfläche zwischen 1.000 und 1.200 m², in Einzelfällen auch darüber. Für den Netto-Markt ist im Rahmen der Neuansiedlung eine Verkaufsfläche von rd. 799 m² (zzgl. 85 m² Bäckerei) vorgesehen, damit liegt die geplante Verkaufsfläche im unteren Bereich des Durchschnitts von Lebensmitteldiscountern der neuesten Generation.
- Innerhalb des Einzugsgebiets sind momentan nur unzureichende Versorgungsstrukturen vorhanden. Infolge der avisierten Ansiedlung des Netto-Marktes mit einer Verkaufsfläche von rd. 799 m² (zzgl. Bäckerei-Café) und modernem Marktkonzept wird sich die Nahversorgung innerhalb der Gemeinde deutlich verbessern.
- Da der Filialist Netto bundesweit ein einheitliches Vertriebskonzept realisiert, ist auch für die Neuansiedlung in Muldestausee von einem betriebsartypischen Angebotskonzept auszugehen.
- Im Einzugsgebiet ist bislang kein Discounter ansässig. Auch der kleine Supermarkt EDEKA in Pouch kann bei weitem keine umfassende Nahversorgung sicherstellen. Es ist davon auszugehen, dass erhebliche Anteile der Nachfrage zu umliegenden Standorten abfließen.
- Umliegende Lebensmittelmärkte, welche relevante Wettbewerbsstandorte darstellen, sind in Muldenstein und Friedersdorf (ebenfalls Gemeinde Muldestausee) sowie in Bad Düben, Gräfenhainichen und Bitterfeld-Wolfen vorhanden.

1) Vgl. Hahn-Gruppe, Retail Real Estate Report – Germany 2025/2026

Knapp zwei Drittel des Umsatzes werden aus dem Kerneinzugsgebiet generiert

Marktanteile des Vorhabens (Worst Case-Ansatz)

	Kaufkraft- volumen Food & Nonfood I in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz- erwartung gesamt in Mio. €
Kerneinzugsgebiet	12,28	25%	3,10
erweitertes Einzugsgebiet Nord	3,17	19%	0,60
erweitertes Einzugsgebiet Süd	8,29	11%	0,90
Einzugsgebiet gesamt	23,74	19%	4,60
Umsatzerwartung Nonfood II-Sortimente			0,20
Umsatzerwartung Netto inkl. Bäckerei			4,80

Quelle: BBE-Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich, p.a.

- Netto spricht als Hybrid-Discounter sowohl preisorientierte Zielgruppen als auch Vollsortimenterkundschaft an, sodass insgesamt ein breites Nachfragespektrum und somit gute Marktanteile erreicht werden.
- Fast zwei Drittel des Umsatzes von Netto und der Bäckerei werden aufgrund der Kundschaftsorientierung mit geringem Zeit-Wege-Aufwand im **Kerneinzugsgebiet** gebunden. Das Vorhaben erreicht hier als einziger Lebensmittelmarkt einen Marktanteil von 25%.
- Im **erweiterten Einzugsgebiet Nord** nimmt der Marktanteil auf 19% ab, einerseits durch die zunehmende Entfernung, aber vor allem durch die bisherige Bindung an den alternativen und ebenfalls nahegelegenen nah&gut in Muldenstein sowie den Wettbewerber in Gräfenhainichen.
- Aus dem **erweiterten Einzugsgebiet Süd** ist der Projektstandort ähnlich schnell erreichbar wie alternative Anbieter in Bad Dübau, sodass auch hier ein Marktanteil von ca. 11% erreicht werden kann.
- Im **gesamten Einzugsgebiet** resultiert ein Marktanteil von ca. 19% für den Netto-Markt (inkl. Bäckerei), bei einem nahversorgungsrelevanten Umsatz in Höhe von rd. 4,8 Mio. €. Ein höherer Marktanteil ist in Anbetracht der umliegenden umfangreichen Einzelhandelsstandorte nicht erreichbar, da diese in das Einzugsgebiet einstrahlen und sich entsprechende Kundschaftsorientierungen über Jahre hinweg gefestigt haben.

Die Umsatzprognose des Netto-Planvorhabens von rd. 4,8 Mio. € steht für eine überdurchschnittliche Filialleistung

Umsatzleistung des Planvorhabens im betreiberspezifischen Vergleich

- Der Großteil des Umsatzes des Planvorhabens entfällt auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente. So liegt der Anteil **der Nonfood II-Sortimente** am Umsatz von Netto lediglich bei rd. 4% (ca. 0,2 Mio. €).
- In Summe ist für Netto und der Bäckerei ein **Gesamtumsatz von 4,8 Mio. €** zu erwarten, davon entfallen auf Netto ca. 4,4 Mio. €.
- Die Umsatzprognose für den geplanten Netto-Markt baut auf den begrenzten Nahversorgungsstrukturen im Einzugsgebiet auf und berücksichtigt die erzielbare Kundschaftsbindung im unmittelbaren Wettbewerb mit umliegenden Nahversorgern. Umlenkungen der Kaufkraftströme sowie deren Folgewirkungen sind in den nachfolgenden Abschnitten hinsichtlich der städtebaulich-funktionalen Einordnung zu bewerten.¹⁾
- Für den geplanten **Netto-Markt** (ca. 799 m² Verkaufsfläche) mit der Umsatzprognose von rd. 4,4 Mio. € errechnet sich eine zu erwartende Raumleistung von ca. 5.500 €/m². Dieser Umsatz liegt damit beim durchschnittlichen Umsatz einer Netto-Filiale-²⁾ Die Raumleistung liegt aber über dem betreiberspezifischen Durchschnittswert von Netto (5.360 €/m²), zurückzuführen auf das hohe Marktpotenzial bei gleichzeitig äußerst begrenztem Angebot sowie der Verkaufsfläche unterhalb der mittleren Filialgröße von 821 m² (vgl. S.32).
- Unter Berücksichtigung dieser standortspezifischen Situation mit einer überdurchschnittlichen Verkaufsfläche des Netto-Marktes und einer ländlich geprägten Gegend mit geringem Wettbewerbsbesatz, erzielt das Netto-Planvorhaben bei Ausschöpfung der realistischen Marktchancen im Sinne eines „**Worst-Case-Szenarios**“ somit letztlich somit einen überdurchschnittlichen Umsatz. Die resultierende Flächenproduktivität von 5.500 €/m² entspricht dabei einem maximal erzielbaren Wert für die Flächendimensionierung am Projektstandort.
- Die Umsatzerwartung der Bäckerei entspricht einer branchendurchschnittlichen Filialleistung.

	Verkaufsfläche	Umsatzerwartung	Flächenproduktivität
Netto	799 m ²	4,40 Mio. €	5.500 €/m ²
Bäckerei (inkl. Gastronomiefläche)	85 m ²	0,40 Mio. €	4.700 €/m ²
Standortentwicklung gesamt	+ 884 m²	4,80 Mio. €	

Quelle: BBE-Berechnungen und Prognosen; Rundungsdifferenzen möglich

1) Zur realitätsnahen Betrachtung des „worst case“ sind unter Berücksichtigung der konkreten örtlichen Verhältnisse geeignete Modelle wie z.B. die Marktanteilmethode oder die Kaufkraftstrom-Modellrechnung heranzuziehen und nicht nur Flächenproduktivitätszahlen anderer Regionen. vgl. gif-Richtlinie Qualitätskriterien für Einzelhandelsgutachten, Seiten 142 ff.

2) vgl. Hahn-Gruppe, Retail Real Estate Report – Germany 2025/2026

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	2
2	Makrostandort und Mikrostandort	7
3	Wettbewerbssituation	13
4	Einzugsgebiet und Marktpotenzial	26
5	Marktabschöpfung und Umsatzleistung des Vorhabens	31
6	Umverteilungseffekte	35
7	Städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung	41
8	Fazit	44

Umsatzumlenkung im örtlichen Wettbewerb als Grundlage für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen

Umverteilungseffekte - Methodik

- Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind die durch das Vorhaben induzierten Umverteilungseffekte für die ansässigen Betriebe relevant.
- Im Folgenden werden diese durch das Vorhaben induzierten „Kannibalisierungseffekte“ abgeschätzt: Anzunehmen ist dabei, dass der erwartete Umsatz, der mit dem Bau des Netto-Marktes gebunden wird, zwangsläufig Anbietern an anderer Stelle verloren geht. Der neu errichtete Lebensmittelmarkt vergrößert nicht den verfügbaren „Kaufkraftkuchen“, sondern sorgt lediglich für eine räumliche Umverteilung des Umsatzes. Dabei kommt es zu Umverteilungseffekten in den bestehenden Angebotsstrukturen.
- Die bisherige Bindungsquote von nur 25% durch die relevanten Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet verdeutlicht grundsätzlich einen Entwicklungsbedarf in der verbrauchernahen Grundversorgung. Aktuell ist der Abfluss nahversorgungsrelevanter Nachfrage aus dem Einzugsgebiet auf rd. 17,7 Mio. € zu beziffern, dies sind knapp 75% der örtlichen Nachfrage. Das Vorhaben baut auf diesem Versorgungsdefizit auf und zielt auf eine tragfähige eigenständige Versorgung im Einzugsgebiet. Diese angestrebte Eigenbindung vor Ort führt dann zu Wettbewerbseffekten im Umfeld an den Standorten, die bisher maßgebliches Ziel der Abflüsse sind.
- Im Mittelpunkt nachfolgender Modellrechnung stehen somit die absehbaren Wettbewerbsbeziehungen im Untersuchungsraum. Demnach baut die Umsatzherkunft des Projektvorhabens auf folgenden Faktoren auf:
 - Den Umverteilungen innerhalb des Einzugsgebiets,
 - Umverteilungen im restlichen Gemeindegebiet
 - Umverteilungen in den direkt anschließenden Kommunen Gräfenhainichen, Bad Dübau und Bitterfeld-Wolfen,
 - und den Umsätzen aus Nonfood II-Sortimenten.

Änderung des räumlichen Einkaufsverhaltens führt zu Umsatzverlusten bei den Wettbewerbern

Umverteilungseffekte - Kaufkraftstrom-Modellrechnung

- Wie bereits dargelegt, wird für die Neuansiedlung des Netto-Marktes inkl. Bäckerei-Café in Plodda ein Umsatz in Höhe von max. 4,8 Mio. € prognostiziert. Dieser Umsatz kann der Auslöser für Veränderungen von Kaufkraftströmen und in der Folge für Auswirkungen auf bestehende Angebotsstrukturen sein.
- Ausgehend vom Status quo werden diese Umlenkungen der Kaufkraftströme im Rahmen einer Kaufkraftstrom-Modellrechnung simuliert. In das Prognosemodell fließen folgende Faktoren ein:
 - Bevölkerungszahlen und einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsgebiet,
 - Zeitdistanzen im Einkaufsverkehr zwischen den Wohnorten der Kundschaft im Untersuchungsgebiet und den relevanten Wettbewerbern,
 - Standorte, Dimensionierung und Attraktivität der relevanten Wettbewerber,
 - Attraktivität des geplanten Netto-Marktes.
- Auf Basis dieses Simulationsmodells können Aussagen darüber getroffen werden, welche Standorte durch die Realisierung der geplanten Einzelhandelsentwicklung in welchem Umfang von Umsatzverlusten in den relevanten Sortimentsbereichen betroffen sein werden.
- Die Veränderungen in der Kundschaftsorientierung, die damit verbundene Umsatzzumverteilung steht grundsätzlich nicht im Widerspruch zu erwünschten und zulässigen Wettbewerbseffekten. Erst wenn die ausgelösten Umverteilungen Größenordnungen annehmen, die den Fortbestand von Betrieben an schützenswerten Standorten gefährden könnten, sind negative städtebauliche Auswirkungen nicht auszuschließen.

Marktpositionierung der Wettbewerber, Entfernung und Zeitdistanzempfindlichkeit beeinflussen die Höhe der Umsatzverluste

Umverteilungseffekte - Annahmen

Der Abschätzung der zu erwartenden Umsatzverlagerungseffekte liegen folgende Annahmen zugrunde:

- Die durch das Netto-Planvorhaben hervorgerufenen Umsatzverlagerungen gehen in erster Linie zu Lasten derjenigen Wettbewerber, die bisher als maßgebliche alternative Zielstandorte für Kundschaft aus dem betrachteten Einzugsgebiet fungierten. Dies bedeutet, dass als Hauptwettbewerber des Vorhabens die im Wettbewerbsumfeld ansässigen Lebensmittelmärkte anzusehen sind, im konkreten Fall also die Lebensmittelmärkte in Gräfenhainichen, Bitterfeld-Wolfen und Bad Dübau.
- Der kleinteilige Einzelhandel (z. B. Lebensmittel-Fachgeschäfte und -handwerk) sowie spezialisierte Anbieter stehen dagegen aufgrund der eingeschränkten Sortimentsüberschneidungen und der abweichenden Marktpositionierung nur in begrenztem Wettbewerb mit dem Planvorhaben.
- Mit zunehmender Entfernung zum Projektstandort nimmt die Stärke der Umsatzverlagerungseffekte ab. Dies bedeutet, dass Wettbewerber im näheren Umfeld der Vorhaben stärker von Umsatzverlagerungen betroffen sind als weiter entfernt liegende Einzelhandelsbetriebe.
- Dies resultiert aus der Tatsache, dass die Attraktivität von Einzelhandels-einrichtungen aus Sicht der Konsumentinnen und Konsumenten mit zunehmender Zeitdistanz und dem damit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand abnimmt.
- Die Zeitdistanzempfindlichkeit der einzelnen Sortimente ist jedoch unterschiedlich und wird wesentlich durch den Warenwert und die Häufigkeit der Nachfrage bestimmt. So weisen insbesondere Güter des täglichen Bedarfs - wie z. B. Lebensmittel und Drogeriewaren - aufgrund des relativ niedrigen Warenwertes sowie der vergleichsweise hohen Einkaufshäufigkeit eine hohe Zeitdistanzempfindlichkeit auf.
- Dies hat zur Folge, dass die Anbieterpräferenz im Lebensmittelhandel bei einer relativ geringen Zunahme der Zeitdistanzen deutlich zurückgeht. Im Umkehrschluss kann aber eine verbesserte verbrauchernahe Versorgung zur spürbaren Verringerung weitreichender Kaufkraftabflüsse beitragen.

Umliegende Lebensmittelmärkte als Hauptwettbewerber

Umverteilungseffekte verteilen sich größtenteils außerhalb des Einzugsgebiets

Lage	Umsatz Food & Nonfood I in Mio. €	Umsatz- umverteilung in Mio. €	in %
Muldestausee-Pouch, Standort EDEKA	5,03	0,45	8,9%
Muldestausee, sonstige Standorte im Einzugsgebiet	0,99	0,05	5,1%
Muldestausee-Friedersdorf, Standort nah&gut	3,87	0,30	7,8%
Muldestausee-Muldenstein, Standort nah&gut	4,07	0,35	8,6%
Muldestausee, sonstige	0,84		
Bad Düben, Hauptzentrum Innenstadt	0,95		
Bad Düben, NVZ Dommitzcher Straße (u.a. REWE, PENNY)	16,27	0,30	1,8%
Bad Düben, Nahversorgungslage Windmühlenweg (ALDI)	5,20	0,10	1,9%
Bad Düben, Standort Netto	5,46		
Bad Düben, Standort Vorteilkauf	7,85	0,30	3,8%
Bad Düben, Standort Lidl	5,50	0,05	0,9%
Bad Düben, sonstige	1,03		
Gräfenhainichen, Innenstadt	7,28		
Gräfenhainichen, Standort Lidl/Rossmann Bahnhofsstraße	9,12		
Gräfenhainichen, Standort ALDI/REWE Barbaraweg	14,29	1,00	7,0%
Gräfenhainichen, Standort Parkstraße (u.a. Netto, PENNY)	9,62	0,35	3,6%
Gräfenhainichen-Zschornewitz, Standort Netto	4,27	0,15	3,5%
Gräfenhainichen, sonstige	1,43		
Bitterfeld-Wolfen, Innenstadt (u.a. ALDI)	8,06	0,10	1,2%
Bitterfeld-Wolfen, NVL Friedensstraße (Lidl)	6,47	0,15	2,3%
Bitterfeld-Wolfen, NVL Wittenberger Straße (u.a. PENNY)	5,61	0,15	2,7%
Bitterfeld-Wolfen, NVL Auenstraße (Netto)	4,40		
Bitterfeld-Wolfen, Standort EDEKA, Wittenberger Straße	7,62	0,20	2,6%
Bitterfeld-Wolfen, Standort Netto, Bernsteinring	4,93	0,35	7,1%
Bitterfeld-Wolfen, Ergänzungsstandort Bismarckstraße	24,32	0,25	1,0%
Umsatzumverteilung durch die Planvorhaben		4,60	
Umsätze Nonfood II-Sortimente		0,20	
Umsatzerwartung Planvorhaben gesamt		4,80	

- Ein einzelner Hauptwettbewerber des Planvorhaben ist nicht auszumachen. Vielmehr verteilen sich die Wettbewerbseffekte auf eine Vielzahl der umliegenden Standorte, welche größtenteils außerhalb des Einzugsgebiets liegen.
- Innerhalb des Einzugsbereichs ist der **EDEKA-Markt in Pouch** mit einem Umsatzverlust von ca. 0,45 Mio. € am stärksten betroffen, jedoch ohne, dass existenzielle Auswirkungen für den leistungsstarken Markt zu erwarten sind.¹⁾
- Im Gemeindegebiet sind ebenfalls die nahegelegenen **nah&gut-Standorte in Muldenstein und Friedersdorf** mit einem Umsatzrückgang von rd. 0,35 bzw. 0,3 Mio. € betroffen, stellen sich jedoch aufgrund der jeweiligen „Monopolstellung“ innerhalb der Ortsteile als sehr resilient dar.
- In **Bad Düben** betrifft das Planvorhaben zuerst den Großen Supermarkt **Vorteilkauf** am nördlichen Stadtrand. Dieser zeigt sich, ungeachtet des veralteten Marktauftritts, mit einer hohen Kundschaftsakzeptanz. Einer langfristiger Weiterbetrieb ist durch einen Umsatzrückgang von rd. 0,3 Mio. € weniger gefährdet, eher stellt der Marktauftritt ein Problem der Zukunftsfähigkeit dar.
- Weiterhin verfügt das **Nahversorgungszentrum Dommitzcher Straße** aufgrund der Attraktivität der Anbieter über eine weitreichende Ausstrahlung bis in das Einzugsgebiet hinein. Der Umsatzrückgang von ca. 0,3 Mio. € verteilt sich auf mehrere, leistungsstarke Anbieter, sodass keine existenziellen Auswirkungen zu erwarten sind.

1) Für den leistungsstarken Supermarkt errechnet sich auch nach Umverteilung ein wirtschaftlich tragfähiger Umsatz.

Umsatzumverteilung erfolgt größtenteils außerhalb der Gemeinde

Zukünftiger Nahversorger führt zu stärkerer Nachfragebindung im Gemeindegebiet

- In **Gräfenhainichen** stellt der **Agglomerationsstandort Barbaraweg** mit ALDI und REWE einen der Hauptwettbewerbsstandorte dar, da dieser direkt an der Ortsumfahrung und damit an der gleichen Verkehrsachse wie der Projektstandort gelegen ist. Für das Einkaufszentrum ist ein Umsatzrückgang von rd. 1,0 Mio. € zu erwarten, der verstärkt auf ALDI als wettbewerbsrelevanten Discounter entfällt. Beide Anbieter zeigen sich jedoch als modern und resilient, eine Betriebsschließung ist bei einer Umverteilungsquote von ca. 7% nicht zu erwarten.
- Weiterhin ist an den beiden Standorten von **Netto** in Gräfenhainichen, also dem solitären Lebensmittelmarkt in **Zschornowitz** sowie der **Agglomeration an der Parkstraße** zusammen mit PENNY, ein geringer Umsatzrückgang von max. 3,6% zu erwarten, sodass für die betreibergleichen Anbieter ebenfalls keine Geschäftsaufgabe zu erwarten ist.
- Wie bereits erläutert, sind umfangreiche Pendlerverflechtungen mit der westlich gelegenen Stadt **Bitterfeld-Wolfen** gegeben.¹⁾ Dabei zeigt sich die B183 als Hauptverkehrsachse für diese Pendlerverflechtungen, sodass Lebensmittelmärkte in dieser Lage besonders vom Kaufkraftzustrom aus Muldestausee profitieren können. Im Gegenzug werden diese durch das Planvorhaben auch leicht tangiert.
- Den höchsten Umsatzrückgang von rd. 0,35 Mio. € weist die Modellrechnung für den **Netto-Standort am Bernsteinring** aus, da dieser den nächstgelegenen Netto-Markt in Richtung Bitterfeld darstellt. Zwar resultiert für den Standort eine Umverteilung von mehr als 7%, Netto stellt sich jedoch in Anbetracht der Lage an der vielbefahrenen B 183 sowie Streukundschaft durch den Tourismus am Goitzschensee als sehr leistungsstark dar, sodass keine existenziellen Auswirkungen abzuleiten sind.
- Die weiteren Lebensmittelmärkte entlang der B 183, darunter die **Nahversorgungslagen Friedensstraße** mit Lidl und **Wittenberger Straße** mit PENNY sowie **EDEKA in der Wittenberger Straße** und ALDI in der **Bitterfelder Innenstadt**, werden durch die Netto-Ansiedlung aufgrund eines anderen Betreibers bereits deutlich weniger tangiert. Die Lebensmittelmärkte müssen einen Umsatzrückgang von höchstens 0,2 Mio. € verkraften. Die Umverteilungsquote bleibt mit max. in allen Fällen 3% auf vertraglichem Niveau.
- Am **Ergänzungsstandort Bismarckstraße** ist Kaufland als nächstgelegene Großbetriebsform ansässig. Bei einer Umverteilung von ca. 1% sind schädliche Auswirkungen jedoch ausgeschlossen.
- Es wird die im Bestand breite Streuung der Kaufkraft der Gemeinde Muldestausee deutlich. Eine Umverteilung gegenüber Standorten in den umliegenden Städten stellt demnach eine **Rückgewinnung bisher abfließender, eigener Kaufkraft** dar.

1) Aus der Gemeinde Muldestausee pendeln täglich 1.719 Menschen nach Bitterfeld-Wolfen. (vgl. Pendleratlas Deutschland 2024)

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	2
2	Makrostandort und Mikrostandort	7
3	Wettbewerbssituation	13
4	Einzugsgebiet und Marktpotenzial	26
5	Marktabschöpfung und Umsatzleistung des Vorhabens	31
6	Umverteilungseffekte	35
7	Städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung	41
8	Fazit	44

Netto-Vorhaben vermindert Versorgungsdefizit im Einzugsgebiet

Städtebauliche Bewertung I - Stärkere, legitime Eigenbindung

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 Modellrechnung lassen sich zwar wettbewerbliche, aber keine schädlichen städtebaulichen Auswirkungen ableiten. Im Detail lassen sich die Ergebnisse wie folgt beschreiben:

Vorhaben stärkt die eigene Nahversorgung in der Verbandsgemeinde

- Jede Gemeinde, so auch Muldestausee, verfügt in erster Linie Versorgungsfunktionen für sich selbst. Aktuell bestehen insbesondere in den Heidedörfern im östlichen Gemeindegebiet keine eigenständigen Versorgungsmöglichkeiten, es besteht ein deutliches Versorgungsdefizit.
- Durch das Planvorhaben werden die Versorgungsstrukturen in Muldestausee deutlich ausgebaut. Erstmals wird für den Osten der Gemeinde eine Versorgungsmöglichkeit geschaffen. Darüber hinausgehende Versorgungseinkäufe jedoch werden auch weiterhin in umliegenden Standorten getätigt werden, darunter Gräfenhainichen, Bitterfeld-Wolfen und Bad Döbeln.

Planvorhaben führt zu einer notwendigen Steigerung der Nachfragebindung im Einzugsgebiet

- Aktuell fließen im Saldo aus Kaufkraftzuflüssen und -abflüssen in den Sortimenten Food und Nonfood I rd. 17,7 Mio. € Nachfragepotenzial aus dem Einzugsgebiet ab und werden von überregionalen Standorten gebunden. Die Bindungsquote innerhalb des Einzugsgebietes liegt insgesamt gerade einmal bei 25,4%.
- Anzustreben ist jedoch die Nahversorgung vor Ort. Dies dient der Verbesserung der Lebensbedingungen und der Reduzierung des Einkaufsverkehrs. Gerade in Regionen mit rückläufiger Bevölkerungsentwicklung fällt der Sicherung und Stärkung der Nahversorgung eine hohe Bedeutung zu.
- Diese Kaufkraft fließt aktuell in Richtung der Städte Gräfenhainichen, Bitterfeld-Wolfen und Bad Döbeln, vorrangig zu den Discounterstandorten sowie Angeboten mit weitreichender Ausstrahlung.
- Mit dem geplanten Neubau des Netto-Marktes ist es möglich, eine stärkere Eigenbindung der Kaufkraft vor Ort zu erzielen und somit abfließende Kaufkraftpotenziale anteilig zurückzugewinnen. So ist insgesamt mit einer **Kaufkraftrückholung von rd. 23% der aktuellen Abflüsse** zu rechnen.
- Die Bindungsquote der zukünftigen Nahversorgungsstrukturen im Einzugsgebiet erreicht einen Wert von ca. 43%, somit fließt auch künftig mehr als die Hälfte (rd. 13,6 Mio. €) der Nachfrage im Einzugsgebiet ab.

Ausbau der Nahversorgung induziert keine schädlichen Auswirkungen

Städtebauliche Bewertung II – Prüfung auf schädliche Auswirkungen

Planvorhaben ist auf die Gemeinde Muldestausee abgestimmt

- Anzustreben ist ein Versorgungsschwerpunkt an einem Standort, der aus dem gesamten Einzugsgebiet gut zu erreichen ist.
- Der Standort in der Gemarkung Plodda am Siedlungsrand von Schlaitz ist durch die Lage an der Bundesstraße zentral im Gemeindegebiet aus den umliegenden Ortsteilen gut erreichbar. Versorgungsfunktionen können sogar für die Ortsteile Burgkernitz, Pouch, Rösa und Brösa übernommen werden, welche selbst ebenfalls nur über unzureichende Versorgungsstrukturen verfügen. Das Einzugsgebiet bleibt jedoch durch die Wettbewerbssituation in den umliegenden Städten auf das Gemeindegebiet begrenzt.
- Alleine aus dem Kerneinzugsgebiet, welches die Ortsteile Plodda, Schlaitz, Krina, Gossa, Schmerz und Gröbern umfasst, kann das Vorhaben rd. 65% des Gesamtumsatzes decken.
- Streuumsätze sind am Standort zwar durch den Tourismus an umliegenden Seen sowie der Lage an der Bundesstraße nicht gänzlich auszuschließen, verbleiben jedoch auf geringem Niveau und werden in der Modellrechnung gemäß eines Wort-Case-Szenarios nicht weiter berücksichtigt.
- Das Angebotskonzept von Netto konzentriert sich auch fast ausschließlich auf nahversorgungsrelevante Sortimente, auf Food- und Nonfood I-Sortimente entfallen mehr als 90% der Verkaufsfläche. Damit fügt sich das Vorhaben in die eigenständige Versorgungsfunktion ein.

Umsatzverluste gegenüber den wettbewerblichen Angebotsstrukturen bleiben ohne städtebauliche Relevanz

- Aktuell besteht eine breite Streuung der Nachfrage. Auch die vorhabeninduzierten Umsatzverluste teilen sich auf eine Vielzahl an Wettbewerbsstandorten auf und verbleiben somit einzelbetrieblich auf geringem Niveau.
- Die Innenstädte von Gräfenhainichen und Bitterfeld verfügen je über einen Lebensmittelmarkt, werden durch das Planvorhaben aber kaum tangiert.
- Gegenüber dem Nahversorgungszentrum Dommitzscher Straße in Bad Dübener wird zwar ein Umsatzrückgang von ca. 0,3 Mio. € ausgewiesen, eine Schädigung des attraktiven Zentrums ist aber ausgeschlossen.
- Höhere Umverteilungen zwischen 7 und unter 9% betreffen leistungsstarke und resiliente Lebensmittelmärkte, welche auch nach der Umsetzung des Planvorhabens eine wirtschaftliche Umsatzleistung erreichen können.
- Einzig für den veralteten Vorteilkauft in Bad Dübener kann eine sukzessive Gefährdung nicht ausgeschlossen werden, allerdings eher dem veralteten Marktkonzept geschuldet. Eine Schließung des solitären Anbieters wäre jedoch durch die periphere Lage ohne städtebauliche Relevanz.
- Bei allen weiteren Wettbewerbsstandorten verbleibt der Umsatzrückgang bei max. 5% und somit fernab von einem existenzgefährdenden Niveau.
- In Summe sind somit keine schädlichen, städtebaulichen Auswirkungen durch das Planvorhaben zu erwarten. Vielmehr führt die Netto-Ansiedlung zur deutlichen Verbesserung der Nahversorgung in Muldestausee.

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	2
2	Makrostandort und Mikrostandort	7
3	Wettbewerbssituation	13
4	Einzugsgebiet und Marktpotenzial	26
5	Marktaberschöpfung und Umsatzleistung des Vorhabens	31
6	Umverteilungseffekte	35
7	Städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung	41
8	Fazit	44

Vorhaben führt zu keinen städtebaulich relevanten Auswirkungen

Fazit

Die vorstehenden Ausführungen und Darstellungen zeigen, dass sich infolge der geplanten Netto-Ansiedlung mit einer künftigen Verkaufsfläche von 799 m² (zzgl. 85 m² Bäckerei) gegenüber den vorhandenen Angebotsstrukturen wettbewerbliche, **jedoch keine schädlichen städtebaulich relevanten Auswirkungen** ableiten lassen, was im Wesentlichen auf folgenden Punkten beruht:

- Im östlichen Gemeindegebiet von Muldestausee ist aktuell kaum eine wohnortnahe Versorgungsmöglichkeit gegeben. Mit dem Planvorhaben wird jedoch erstmals ein grundlegendes Nahversorgungsangebot für die Heidedörfer geschaffen. Der Planstandort dabei liegt zentral in Muldestausee und ist aus dem gesamten Gemeindegebiet gut erreichbar.
- Aktuell führen die unzureichenden Versorgungsstrukturen im Einzugsgebiet zu einem deutlichen Kaufkraftabfluss von rd. 17,7 Mio. €. Durch das Planvorhaben kann zumindest ein Teil dieser Abflüsse (rd. 23%) als legitime Eigenbindung zurückgeholt werden.
- Ein Großteil dieser Kaufkraftrückholung entfällt auf die umliegenden Wettbewerbsstandorte in Gräfenhainichen, Bad Düben und Bitterfeld-Wolfen. Städtebaulich relevante Folgewirkungen sind aufgrund dieser sich abzeichnenden Wettbewerbseffekte gegenüber den i.d.R. sehr resilienten Anbietern aber nicht zu erwarten.

- Die Schaffung eines neuen Versorgungsschwerpunkts für die Gemeinde Muldestausee verbessert die Nahversorgungssituation im bisher unterversorgten Gemeindegebiet drastisch. Zugleich führt das Vorhaben durch die stärkere Nachfragebindung vor Ort zu einer Reduktion des Einkaufsverkehrs.
- Der Angebotsschwerpunkt des geplanten Netto-Markts liegt eindeutig auf nahversorgungsrelevanten Sortimenten, der Anteil der sonstigen Nonfood II-Sortimente liegt unter 10% der Verkaufsfläche.
- Netto und die Bäckerei sind als selbständige Einzelhandelsbetriebe geplant, die unabhängig von anderen Betrieben genutzt werden und baurechtlich auch als eigenständige Vorhaben genehmigungsfähig sind. Keiner der Anbieter ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, die Genehmigungsfähigkeit im aufzustellenden Bebauungsplan „Netto-Markt Heidedörfer“ ist gegeben.

» In Summe können **schädliche, städtebauliche Auswirkungen auf die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung in Muldestausee und in Nachbargemeinden ausgeschlossen werden. Durch das Vorhaben wird eine Nahversorgungsmöglichkeit in bisher kaum versorgtem Gebiet geschaffen.**

Leipzig, im September 2026
BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Dr. Ulrich Kollatz
Gesamtleitung



i. V. Johannes Missol
Projektleitung

The background of the slide is a close-up photograph of a hand holding a blue pushpin, about to pin it into a map. The map shows various colored lines representing roads or rivers. The lighting is soft, and the focus is on the hand and the pin.

Wissen schafft Zukunft.

BBE Handelsberatung GmbH

Uferstr. 21
04105 Leipzig

Tel +49 341 98 386 73
E-Mail kollatz@bbe.de / missol@bbe.de