



Auswirkungsanalyse Verlagerung Aldi-Lebensmittelmarkt Wolmirstedt, Samsweger Straße

AUFTRAGGEBER: Aldi Immobilienverwaltung GmbH & Co.KG
Hohewardstraße 345 -349, 45699 Herten
Ansprechpartner Hendrik Schaefer

PROJEKTLÉITUNG: Dr. Stefan Holl, Senior Berater

Dresden, den 23.04.2025

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.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird die Sprachform des generischen Maskulinums verwendet. Es wird an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass die ausschließliche Verwendung des Maskulinums geschlechtsunabhängig verstanden werden soll.



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

Niederlassung Dresden
Königsbrücker Straße 31-33
01099 Dresden

Geschäftsführung: Birgitt Wachs, Markus Wagner

Mobil 0171 7 22 43 69
stefan.holl@gma.biz / www.gma.biz

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	4
1. Ausgangslage und Aufgabenstellung	4
2. Rechtliche und planerische Grundlagen	5
2.1 Baunutzungsverordnung	5
2.2 Landes- und Regionalplanung	6
2.3 Einzelhandels- und Zentrenkonzept Wolmirstedt	8
3. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel	8
4. Definitionen und Einordnung der Projektplanung	10
II. Konzentrationsgebot	12
1. Makrostandort Wolmirstedt	12
2. Bewertung des Konzentrationsgebotes	14
III. Integrationsgebot	15
1. Mikrostandort Samsweger Straße	15
2. Bewertung des Integrationsgebotes	17
IV. Kongruenzgebot	19
1. Einzugsgebiet des Planstandortes und Bevölkerungspotenzial	19
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	21
3. Umsatzprognose für den geplanten Aldi-Discounter	22
4. Bewertung des Kongruenzgebotes	24
V. Beeinträchtigungsverbot	27
1. Projektrelevante Wettbewerbssituation	27
1.1 Wettbewerbssituation in Wolmirstedt	27
1.2 Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum in Zone II des Einzugsgebietes	29
1.3 Wettbewerb in Barleben, Burg, Haldensleben und Magdeburg	30
1.4 Zentrale Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum	31
1.5 Zusammenfassung der projektrelevanten Angebotssituation	32
2. Prognose und Bewertung der Umsatzumverteilung	32
2.1 Methodik	32
2.2 Umsatzumverteilungen	33
2.3 Versorgungsstrukturelle und städtebauliche Auswirkungen	34
3. Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes	36
VI. Zusammenfassung	37

I. Grundlagen

1. Ausgangslage und Aufgabenstellung

Bereits im Juni 2022 erteilte die Fa. Aldi Immobilienverwaltung GmbH & Co. KG (Herten) der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH (Dresden) den Auftrag zur **Erarbeitung einer Auswirkungsanalyse** für die geplante Umsiedlung einer in der Stadt Wolmirstedt bislang an der Rogätzer Straße 33 ansässigen Filiale an den Standort Samsweger Straße / Ecke Geschwister-Scholl-Straße. Aufgrund mehrerer Ergänzungswünsche seitens der Landesplanung war im April 2025 ein Update der Untersuchung vorzunehmen.¹

Aldi ist in Wolmirstedt bereits langjährig auf ca. 800 m² Verkaufsfläche (VK) ansässig, wobei an der Samsweger Straße nunmehr eine Vergrößerung der Verkaufsfläche zur Optimierung der Warenpräsentation, der Gangbreiten und der Regalhöhen angestrebt wird. Es soll im Folgenden überprüft werden, inwiefern eine **Verkausflächenverlagerung mit 800 m² VK (Variante 1) oder eine Größe von 1.050 m² VK (Variante 2)** am Standort städtebaulich verträglich ist.

Für den zu prüfenden Standort wird ein neuer **Bebauungsplan** erstellt, der eine **Sonderbaufläche** festsetzen soll. Im Rahmen der Auswirkungsanalyse ist damit die städtebauliche Verträglichkeit gemäß den **Regelungen des § 11 Abs. 3 BauNVO** zu untersuchen. Folgende Punkte sind zu bearbeiten:

- /// Darstellung der relevanten rechtlichen und planerischen Grundlagen sowie aktueller Marktentwicklungen und Definitionen
- /// Beschreibung des Makrostandortes Wolmirstedt und des Mikrostandortes an der Samsweger Straße
- /// Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes sowie Berechnung des sortimentspezifischen Kaufkraftpotenzials
- /// Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation in der Stadt Wolmirstedt, im Einzugsgebiet bzw. Darstellung der relevanten Wettbewerbssituation
- /// Darstellung und Bewertung wettbewerblicher Auswirkungen des Vorhabens
- /// Prüfung möglicher schädlicher städtebaulicher Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Versorgung
- /// Bewertung des Vorhabens gemäß den Zielen der Raumordnung
- /// Einordnung in die Einzelhandelsstruktur von Wolmirstedt (ein aktuelles EHK ist augenscheinlich nicht vorhanden) und des Umlandes (soweit von Belang)
- /// Fazit und Empfehlungen.

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse erfolgte im April 2025 eine Überprüfung der wesentlichen projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe in Wolmirstedt und im Um-

¹ U. a. hat die Fa. Edeka im Stadtzentrum eine Umfirmierung vorgenommen und wurden weiterhin planerische Grundlagen (Entwurf LEP Sachsen-Anhalt vom Dezember 2023) angepasst.

land. Zudem wurde eine Begehung des Planstandortes Samsweger Straße und weiterer relevanter Einzelhandelslagen in Wolmirstedt, Burg, Haldensleben, Loitsche-Heinrichsberg, Niedere Börde, Zielitz und Rogätz durchgeführt.²

2. Rechtliche und planerische Grundlagen

2.1 Baunutzungsverordnung

Für die Beurteilung der Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist § 11 Abs. 3 BauNVO zu beachten. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung 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,

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.“

Ob ein Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt einzustufen ist, hat in einer **zweistufigen Prüfung** getrennt voneinander zu erfolgen:

1. *Handelt es sich bei dem Vorhaben um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb bzw. wird die Großflächigkeit des Vorhabens erfüllt, was i. d. R. bei einer Überschreitung der Verkaufsfläche von 800 m² der Fall sein wird³.*

² Weiter wurde u. a. auf Informationen von MB Research, aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik, EHI Handelsdaten, Hahn Retail Report, Ergebnisse des Berichts der Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“ vom 30.04.2002 sowie den "Leitfaden zum Umgang mit § 11 Abs. 3 BauNVO in Bezug auf die Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels" der Bauministerkonferenz zurückgegriffen.

³ Vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04. In diesem Urteil hat das BVerwG die Grenze der Großflächigkeit von 700 auf 800 m² erhöht. Großflächig im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 1, Nr. 2 BauNVO sind demnach diejenigen Betriebe, die eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten. Zur Verkaufsfläche zählen, der Kassenvorraum (einschließlich eines Bereichs zum Einpacken der Waren und zur Entsorgung von Verpackungsmaterialien) und ein evtl. vorhandener Windfang. Ebenfalls der Verkaufsfläche zuzurechnen sind die Bedienbereiche (z. B. Fleisch- / Wursttheke).

2. *Die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen müssen zu erwarten sein, was regelmäßig ab einer Geschossfläche von 1.200 m² anzunehmen ist (= Regelvermutung).*

Die **Regelvermutung** ist jedoch gem. § 11 Abs. 3, Satz 4 BauNVO **widerlegbar**. Der Nachweis kann im Zuge einer Einzelfallprüfung erbracht werden, wenn im konkreten Einzelfall keine Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 3 BauNVO zu erwarten sind. Mit Bezug auf die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen sind dabei insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihre Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und des Warenangebot des Betriebes zu berücksichtigen.

2.2 Landes- und Regionalplanung

Neben den Instrumentarien der BauNVO erfolgt eine Steuerung der Einzelhandelsentwicklung auch durch **landes- und regionalplanerische Regelungen**. Im Dezember 2023 hat die Landesregierung von Sachsen-Anhalt den ersten Entwurf zur Neuaufstellung des LEP Sachsen-Anhalt beschlossen und in die Beteiligung gegeben. Demnach gelten für großflächige Einzelhandelsvorhaben grundsätzlich folgende wesentliche Maßgaben:

„Z 3.3-1 Konzentrationsgebot

Die Errichtung, Erweiterung und Nutzungsänderung von Einzelhandelsgroßprojekten für Endverbraucher im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO sind nur in Ober- und Mittelzentrum zulässig.

Hersteller-Direktverkaufszentren (Factory-Outlet-Center) als besondere Form des großflächigen Einzelhandels sind nur in Oberzentren zulässig.

Z 3.3-2 Integrationsgebot

Die Errichtung, Erweiterung und Nutzungsänderung von Einzelhandelsgroßprojekten mit zentrenrelevanten Kernsortimenten hat in städtebaulicher integrierter Lage zu erfolgen. Die zentrenrelevanten Kernsortimente sind in der Abbildung 3 festgelegt.

Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind auch in städtebaulichen Randlagen zulässig, wenn nachweislich keine geeigneten städtebaulich integrierten Standorte vorhanden sind.

Z 3.3-3 Kongruenzgebot

Die Errichtung, Erweiterung und Nutzungsänderung von Einzelhandelsgroßprojekten ist nur dann zulässig, wenn die Art, Größe und die Zweckbestimmung des Vorhabens der Versorgungsfunktion und dem Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes entsprechen.

Z 3.3-4 Beeinträchtigerungsverbot

Die Errichtung, Erweiterung und Nutzungsänderung von Einzelhandelsgroßprojekten dürfen durch ihre Art, Größe oder Lage weder die Versorgungsfunktion des jeweiligen Zentralen Ortes noch die verbrauchernahe Versorgung des jeweiligen Zentralen Ortes sowie der benachbarten Zentralen Orte beeinträchtigen.

Z 3.3-5 Agglomerationen

Agglomerationen von nicht großflächigen Einzelhandelsbetrieben, deren Verkaufsfläche in der Summe die Großflächigkeit erreicht, sind raumordnerisch wie großflächige Einzelhandelsbetriebe zu behandeln.

G 3.3-1 ÖPNV-Anbindung

Bei Einzelhandelsgroßprojekten soll eine Anbindung an den ÖPNV gewährleistet sein.

G 3.3-2 Einzelhandelskonzepte

Zur Steuerung von Einzelhandelsgroßprojekten sowie zur Sicherung der Innenstädte und Stadtteilzentren als Einzelhandelsstandorte sollen Einzelhandelskonzepte aufgestellt werden.

Z 3.3-6 Grundversorgung in Grundzentren und nicht-zentralen Orten

Für die Errichtung, Erweiterung und Nutzungsänderung von Einzelhandelsgroßprojekten maximal bis zu 1.600 Quadratmeter Verkaufsfläche kommen abweichend von Z 3.3-1 unter Beachtung der Festlegungen Z 3.3-2 bis / 3.3-5 und aller in Abbildung 4 genannten Kriterien und Anforderungen auch Standorte in Grundzentren in Betracht, wenn dies zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs erforderlich ist.

Sofern darüber hinaus weitere Versorgungsdefizite bestehen, ist entsprechend den Kriterien nach der Abbildung 4 auch die Errichtung, Erweiterung und Nutzungsänderung von Einzelhandelsgroßprojekten maximal bis zu 1.600 Quadratmetern Verkaufsfläche in nicht-zentralen Orten zulässig.

G 3.3-3 Spezifische Lösungen für den Handel

Zur Stabilisierung der Nahversorgung und Vermeidung von Versorgungsschwächen insbesondere im ländlichen Raum sollen Modell zur Nahversorgung auch in Verbindung mit den Komponenten Gesundheit und Bildung erprobt und bei erfolgreichem Einsatz fortgesetzt werden.“⁴

Mit Blick auf die Bestimmung lokaler zentrenrelevanter Sortimente gibt der Entwurf des LEP eine Arbeitshilfe (S. 83):

„Nahversorgungsrelevante und zugleich zentrenrelevante Kernsortimente:

- Nahrungs- und Genussmittel und
- Drogeriewaren

Weitere zentrenrelevante Kernsortimente:

- medizinische, orthopädische und pharmazeutische Artikel, Augenoptik, Hörgeräte
- Parfümeriewaren
- Schnittblumen
- Bücher, Bürobedarf, Papier-, Schreibwaren
- Spielwaren
- Bekleidung
- Schuhe, Lederwaren
- Sportartikel
- Elektronikartikel (Unterhaltungselektronik, Haushaltselektronik, Computer und Zubehör, Foto, Film)
- Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltswaren
- Haus- und Heimtextilien, Bettwaren und
- Uhren und Schmuck.“

⁴

Entwurf LEP Sachsen-Anhalt, S. 80 ff.

Der derzeit verbindliche **Regionale Entwicklungsplan für die Planungsregion Magdeburg** wurde ebenfalls mit dem Sachlichen Teilplan „Ziele und Grundsätze der Siedlungsstruktur – Zentrale Orte / Sicherung und Entwicklung der Daseinsvorsorge / Großflächiger Einzelhandel in der Planungsregion Magdeburg (kurz: STP ZO“ am 28.06.2023 von der Regionalversammlung beschlossen. Nach dem Sachlichen Teilplan ist Wolmirstedt als Grundzentrum ausgewiesen, die benachbarten Orte Rogätz und Colbitz als kooperierende Grundzentren. Als umliegende Zentrale Orte sind das Oberzentrum Magdeburg sowie die Mittelzentren Burg und Haldensleben zu beachten.

2.3 Einzelhandels- und Zentrenkonzept Wolmirstedt

Neben den Regelungen im Rahmen der Bauleitplanung sind bei Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben im Einzelhandel auch die **Festlegungen städtischer Einzelhandels- bzw. Zentrenkonzepte** zu berücksichtigen. Für Wolmirstedt liegt aktuell kein Einzelhandelskonzept als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 (6) Nr. 11 BauGB vor. Demzufolge waren die tatsächlichen Verhältnisse als Bewertungsgrundlage für das Vorhaben von Aldi heranzuziehen.

3. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel

Bei Lebensmittelmärkten ist bezüglich der **Sortimente** zwischen dem Kernsortiment (= Nahrungs- und Genussmittel) und ergänzenden Randsortimenten 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 nicht zum Verzehr bestimmt sind. Nach der GS1-Warengruppenklassifizierung wird zwischen Nonfood I (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung, auch „Nearfood“ genannt) und Nonfood II (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.) unterschieden.⁵
- / Im deutschen Lebensmitteleinzelhandel nehmen Discounter seit Langem den größten Marktanteil ein (ca. 46 % im Jahr 2023, gemessen am Umsatz). Auf Supermärkte entfallen 31 %, auf Große Supermärkte ca. 11 %, auf SB-Warenhäuser ca. 9 % und auf übrige Betriebsformen (u. a. kleine Lebensmittelgeschäfte) ca. 2 %.⁶

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

- / Bestandsobjekte mit ungünstigen Standort- oder Immobilienbedingungen durch bessere Standorte zu ersetzen
- / interne Prozesse, wie Warenlogistik, Auffüllen der Regale, zu optimieren
- / Waren übersichtlicher und ansprechender zu präsentieren

⁵ Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2024, S. 76; GMA-Berechnungen.

⁶ Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2024, S. 77/78; GMA-Berechnungen.

- /// ein bequemerer Einkauf u. a. für gehandicappte 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 **demografische 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, auch zur Verbesserung der energetischen Verhältnisse (green building-Standard, Senkung laufender Betriebskosten) und die Erweiterung der Verkaufsfläche. In Abhängigkeit vom Betriebstyp und vom jeweiligen Betreiber werden unterschiedliche Größen als zukunftsfähig angesehen.
- /// Die Themen **Bio**, **regionale Produkte**, **internationale Produkte** und **fair gehandelte Produkte** verändern Sortimente und Bild der gesamten Branche. War es lange eine Nische für die „Kleinen“, haben inzwischen alle Betreiber diese Sortimente entdeckt.
- /// Der Einzelhandel erfährt durch den **Onlinehandel** gravierende Veränderungen. 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, mit Lieferversprechen innerhalb von zehn Minuten. Im ländlichen Raum bzw. einwohnerschwächeren Räumen hingegen, wo der Onlinelebensmittelhandel einen tatsächlichen Mehrwert für die Versorgungssicherheit darstellen könnte, wurde bislang noch kein nachhaltiges Geschäftsmodell entwickelt. Aktuell stagniert der Onlinevertriebskanal über den gesamten Lebensmittel- und Drogeriewarenhandel bei einem Umsatzanteil von ca. 2 %. Dennoch haben sich alle relevanten Händler des Themas angenommen.⁷

7

Inbesondere 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).

4. Definitionen und Einordnung der Projektplanung

Zur Einordnung des Aldi-Marktes in Wolmirstedt und zur Abgrenzung gegenüber anderen im Untersuchungsgebiet vertretenen Konzepten werden nachfolgend zunächst die wichtigsten Charakteristika kurz dargestellt:

-  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 (= Netto-Verkaufsfläche) im Inneren und im Außenbereich des Gebäudes sowie zur Erweiterung anstehende Bäckerei, 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, Leergutannahmen und Windfang.⁸
-  Nicht zur Verkaufsfläche zählen Flächen, die dem Kunden nicht zugänglich sind, reine Lagerflächen (außerdem Sozialräume, WC-Anlagen, Serviceflächen; bei Aldi nicht vorhanden bzw. dem Kunden nicht zugänglich)
-  Für die Einordnung der verschiedenen **Betriebstypen** wird in der Untersuchung auf die Definitionen des Europäischen Handelsinstitutes Köln (EHI) zurückgegriffen:⁹

„Kleines Lebensmittelgeschäft

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

Lebensmitteldiscounter

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-Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt.

Supermarkt

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood-I- und Nonfood-II-Artikel führt.

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-Artikel führt.“

-  Die **Betriebstypen** unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer **Sortimentsstruktur**. Während ein Supermarkt im Mittel ca. 11.800 Artikel offeriert, bieten große Supermärkte im Durchschnitt sogar rd. 25.000 Artikeln an.
-  Lebensmitteldiscounter halten dagegen im Schnitt lediglich rd. 2.300 Artikel vor. Der Angebotsschwerpunkt liegt bei allen Betriebstypen klar auf Waren des kurzfristigen Bedarfs (vgl. Tabelle 1).

⁸ Vgl. EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2020): Handelsdaten aktuell 2020, S. 363.

⁹ Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2020): Handelsdaten aktuell 2020, S. 361 f.

Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten

Hauptwarengruppen	Lebensmitteldiscounter (Ø 843 m² VK)		Supermarkt (Ø 1.126 m² VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.333 m² VK)	
	Durchschnittliche Artikelzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Food	1.755	76	11.285	76	15.730	63
Nonfood I	265	12	1.998	13	4.825	19
Nonfood II	275	12	1.594	11	4.450	18
Nonfood insgesamt	540	24	3.592	24	9.275	37
Insgesamt	2.295	100	14.876	100	25.005	100

Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2025, S. 77/78

Als **durchschnittliche Verkaufsfläche** weisen Discounter mit ihrem gestrafften Angebot derzeit rd. 843 m² auf. Vollsortimenter benötigen dagegen wegen ihres tieferen Sortiments größere Flächen (Supermärkte durchschnittlich 1.126 m² VK, Große Supermärkte durchschnittlich ca. 3.333 m² VK).¹⁰ Mittlerweile werden allerdings von den Discount-Betreibern Größen zwischen 1.000 und 1.500 m² VK als marktgerecht angestrebt.

Bei Discountern werden wöchentlich wechselnde Aktionswaren angeboten, die zum einen aus dem Foodbereich stammen (z. B. Lebensmittelspezialitäten, sog. Länderwochen) und zum anderen aus dem Nonfood II-Segment (z. B. Textilien, Schuhe, Heimwerker-/Gartenbedarf, Haushaltswaren, Elektrokleingeräte mit Anpassung an den Jahreszyklus). 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 begrenzte **räumliche Absatzreichweiten**. Hierbei ist das in Deutschland flächendeckende Netz der Lebensmitteldiscounter zu berücksichtigen. Die Absatzradien, insbesondere von kleineren Einheiten, bewegen sich in verdichteten Räumen nur im Bereich weniger Kilometer bzw. innerhalb von höchstens 5 – 8 Minuten Pkw-Fahrzeit. In eher ländliche Teilräumen wird die Reichweite einzelner Filialen durch die „Konkurrenz“ eigener Filialen sowie weiterer Wettbewerber begrenzt; bei standardisierten Angeboten ist der Anreiz weiter entfernte Filialen anzufahren, kaum vorhanden.

¹⁰ Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2024, S. 77 f.; GMA-Berechnungen.

II. Konzentrationsgebot

1. Makrostandort Wolmirstedt

Die **Stadt Wolmirstedt** liegt im nördlichen Teil des Bundeslandes Sachsen-Anhalt und zählt gegenwärtig ca. 12.300 Einwohner¹¹. Seitens der Regionalplanung ist Wolmirstedt als Grundzentrum eingestuft.¹² Vor diesem Hintergrund kommt der Stadt im Hinblick auf kulturelle, soziale und wirtschaftliche Einrichtungen sowohl eine gesamtstädtische als auch eine überörtliche Versorgungsfunktion zu. Das nächstgelegene Oberzentrum ist die Landeshauptstadt Magdeburg (ca. 16 km südlich); die nächstgelegenen Mittelzentren sind die Städte Haldensleben (ca. 17 km westlich) und Burg (bei Magdeburg/ca. 23 km östlich; s. Karte 1). Ergänzt wird die zentralörtliche Struktur durch die kooperierenden Grundzentren Rogätz – Colbitz.

Die **Siedlungsstruktur** von Wolmirstedt ist durch eine kompakte, zusammenhängende Kernstadt und vier z. T. räumlich abgesetzte Ortsteile geprägt: Elbeu, Farsleben, Glindenberg und Mose. Das Stadtgebiet wird vielfach noch landwirtschaftlich genutzt; südlich verläuft der Mittellandkanal und östlich die Elbe durch das Stadtgebiet bzw. begrenzt dieses.

Die **Einwohnerentwicklung** von Wolmirstedt verlief in den vergangenen Jahren rechnerisch positiv. So hatte die Stadt nicht nur durch Eingemeindung von umliegenden Orten einen Einwohnerzuwachs zu verzeichnen¹³, sondern auch durch die Lage im Speckgürtel von Magdeburg profitiert (Volksstimme vom 15.02.2024).

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** der Stadt Wolmirstedt für den Individualverkehr ist als sehr gut zu bezeichnen. So ist die Stadt über die kreuzungsfrei ausgebaute Bundesstraße B 189 an die Bundesautobahn A 2 (Entfernung ca. 9 km) und weiter an das Stadtzentrum von Magdeburg angebunden. Mit der Fertigstellung der Autobahn A 14 (Magdeburg – Schwerin) wird sich die verkehrliche Erreichbarkeit von Wolmirstedt weiter verbessern. An die umliegenden Gemeinden ist Wolmirstedt über mehrere Landes- und Kreisstraßen angebunden.

Im **ÖPNV** ist Wolmirstedt über den städtischen Bahnhof an den Regionalverkehr u. a. nach Magdeburg angebunden. Weiterhin verkehren mehrere regionale Buslinien in die umliegenden Gemeinden bzw. in die innerstädtische Erschließung und die Anbindung der Ortsteile an die Kernstadt.

Die **Einzelhandelsstrukturen in Wolmirstedt** können im Wesentlichen in drei Lage- bzw. Standortkategorien eingeteilt werden:

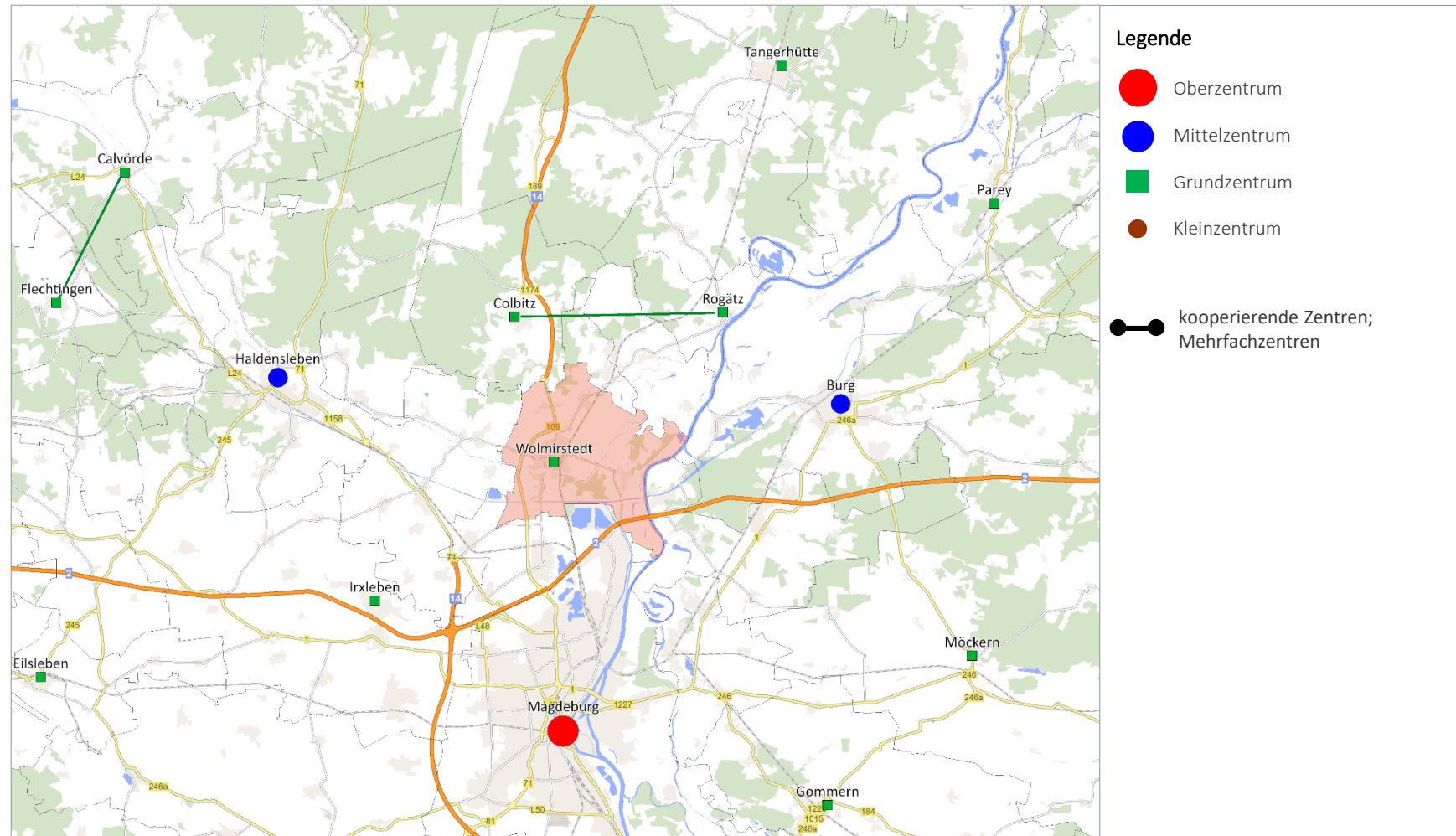
- / Die **Innenstadt Wolmirstedt** (faktischer zentraler Versorgungsbereich) befindet sich in der Stadtmitte und umfasst die Fußgängerzone August-Bebel-Straße sowie angrenzende Bereiche und wird durch vielfältige Fachgeschäfte aller Branchen geprägt. Als größere Anbieter im täglichen Bedarf sind der Edeka-Nahversorger sowie der Rossmann-Drogeriemarkt zu nennen. Innerhalb der Innenstadt sind auch Lebensmittelhandwerker mit punktueller Nahversorgungsfunktion vertreten.

¹¹ Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Stand 31.12.2023.

¹² Vgl. Zentrale-Orte Konzept der Planungsregion Magdeburg.

¹³ 31.12.2007: ca. 12.490 Einwohner inkl. ehemals selbständige Gemeinden Farsleben und Glindenberg, nur Wolmirstedt: 10.230 Einwohner. Dies entspricht einem Zugewinn zwischen 2007 und 2022 von ca. 1.156 Einwohnern.

Karte 1: Die Stadt Wolmirstedt im System der Zentrale Orte



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing, GMA-Bearbeitung 2025

-  Am nördlichen Siedlungsrand der Kernstadt von Wolmirstedt befindet sich eine **Fachmarktagglomeration** mit den Magnetbetrieben E-Center, Hagebaumarkt und dem zur Verlagerung beantragten Bestandsmarkt von Aldi an der Grenze zur Großflächigkeit. Zudem sind hier Fachmärkte u. a. für Schuhe, Bekleidung, Baubedarf oder Sonderposten ansässig.
-  Weiterhin sind im Kernstadtbereich **solitär gelegene Lebensmittelmärkte** mit Nahversorgungsfunktion verortet (u. a. Netto, Lidl, Penny, Norma).

2. Bewertung des Konzentrationsgebotes

Zunächst ist in einem ersten Schritt zu bewerten, ob in Wolmirstedt unter landesplanerischen Gesichtspunkten die Ansiedlung bzw. Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe zulässig ist (Konzentrationsgebot). Maßgeblich hierfür ist Ziel 3.3-1 des Landesentwicklungsplanes Sachsen-Anhalt 2023:

„Z 3.3-1 Konzentrationsgebot

Die Errichtung, Erweiterung und Nutzungsänderung von Einzelhandelsgroßprojekten für Endverbraucher im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO sind nur in Ober- und Mittelzentrum zulässig.

Hersteller-Direktverkaufszentren (Factory-Outlet-Center) als besondere Form des großflächigen Einzelhandels sind nur in Oberzentren zulässig.“

Ziel 3.3-6 erlaubt großflächige Einzelhandelsvorhaben, die ausschließlich der Grundversorgung dienen, unter Berücksichtigung ihres Einzugsbereiches auch in Grundzentren:

„Z 3.3-6 Grundversorgung in Grundzentren und nicht-zentralen Orten

Für die Errichtung, Erweiterung und Nutzungsänderung von Einzelhandelsgroßprojekten maximal bis zu 1.600 Quadratmeter Verkaufsfläche kommen abweichend von Z 3.3-1 unter Beachtung der Festlegungen Z 3.3-2 bis / 3.3-5 und aller in Abbildung 4 genannten Kriterien und Anforderungen auch Standorte in Grundzentren in Betracht, wenn dies zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs erforderlich ist.

Sofern darüber hinaus weitere Versorgungsdefizite bestehen, ist entsprechend den Kriterien nach der Abbildung 4 auch die Errichtung, Erweiterung und Nutzungsänderung von Einzelhandelsgroßprojekten maximal bis zu 1.600 Quadratmetern Verkaufsfläche in nicht-zentralen Orten zulässig.“

Bereits heute hat der Bestandsmarkt von Aldi Grundversorgungsfunktion für das Grundzentrum. Auch durch die Erweiterung wird die Versorgungsfunktion grundsätzlich nicht verändert.

Da der Planstandort von Aldi an der Samsweger Straße im Grundzentrum Wolmirstedt liegt, **wird das Konzentrationsgebot erfüllt, sofern auch das Kongruenzgebot und das Beeinträchtigungsverbot eingehalten werden.** Der nach dem Entwurf des LEP mögliche Flächenrahmen von 1.600 m² Verkaufsfläche wird nicht ansatzweise ausgeschöpft. Bei einem Verkaufsflächenanteil von unter 20 % für Nonfoodsortimente entfallen regelmäßig mindestens 10 % davon auf Angebote, die – wie Drogeriewaren – auch den Grundversorgungssortimenten zuzuordnen sind.

III. Integrationsgebot

Für die **Prüfung des Integrationsgebotes** ist die detaillierte Darstellung und Bewertung des Projektstandortes unter Berücksichtigung verschiedener Kriterien wie verkehrliche Erreichbarkeit, städtebauliches Gefüge, Lage zu den Wohngebieten etc. vorzunehmen.

1. Mikrostandort Samsweger Straße

Der **geplante Standort** für den verlagerten Aldi-Lebensmittelmarkt liegt in der Kernstadt Wolmirstedt im Kreuzungsbereich bzw. Kreisverkehr von Samsweger Straße und Geschwister-Scholl-Straße, ca. 300 m westlich der Innenstadt (August-Bebel-Straße). Mit der Entwicklung der Liegenschaft geht eine Verlagerung des aktuellen Aldi-Marktes, der sich ca. 2 km¹⁴ nördlich an der Rogätzer Straße 33 in Standortgemeinschaft mit dem Edeka-Center Wolmirstedt befindet, einher. Geplant ist die Errichtung einer zeitgemäßen Marktimmoblie von Aldi nach aktuellem Marktlayout, wobei das Objekt im südlichen Grundstücksbereich positioniert werden soll. Die zugehörigen Kundenparkplätze befinden sich nördlich zur Samsweger Straße bzw. in Richtung Kreisverkehr Geschwister-Scholl-Straße. Die Zufahrt zur Liegenschaft soll sowohl über die Geschwister-Scholl-Straße als auch die westlich verlaufende Heinrich-Heine-Straße aus eingerichtet werden. Insgesamt ist die Anlage von ca. 80 Kundenstellplätzen geplant.

Das **direkte Standortumfeld** ist überwiegend durch verdichtete Wohnnutzungen geprägt (vgl. Karte 2). So befinden sich unmittelbar südlich, östlich und nördlich des Lidl-Standortes drei- bis zehngeschossige Mehrfamilien- bzw. Blockwohnhäuser.

Das **weitere Standortumfeld** wird durch gemischte Nutzung geprägt. Nördlich der Samsweger Straße schließt sich ein kleinteiliges Wohngebiet nördlich des Lindhorster Weges an. Nordöstlich sowie nordwestlich sind jeweils beidseitig der Geschwister-Scholl-Straße bzw. der Samsweger Straße verdichtete Wohnbereiche ausgebildet. In diesem Zusammenhang befindet sich ca. 150 m nordwestlich des Planstandortes der Discounter und Wettbewerber Lidl (Samsweger Straße 16), ca. 150 m westlich eine Filiale von Netto Marken-Discount (Samsweger Straße 15), weiterhin sind hier Schulstandorte vorhanden. Östlich, jenseits des Kreisverkehrs Geschwister-Scholl-Straße, sind der Samsweger Straße in Richtung Innenstadt folgend gemischte Wohn- und gewerbliche Nutzungen etabliert. Südlich des geplanten Aldi-Standortes sind diffuse Nutzungsmischungen aus u. a. Wohnen, Gewerbe und Bildung vorhanden.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Planstandortes wird über Zufahrten von der Geschwister-Scholl-Straße sowie von der Anliegerstraße Heinrich-Heine-Straße aus hergestellt. Während die Geschwister-Scholl-Straße als wichtige Nord-Süd-Erschließungsstraße ringförmig um die Innenstadt führt, dient die Heinrich-Heine-Straße der Erschließung der angrenzenden Grundstücke. Insgesamt ist die verkehrliche Erreichbarkeit des Planstandortes durch die Lage am Kreuzungspunkt der Verkehrsachsen Samsweger Straße (Verbindung zur Ortsumgehung B 189 und nach Samswegen / Haldensleben) sowie an der wichtigen innerstädtischen Verkehrsachse Geschwister-Scholl-Straße als sehr gut einzustufen. Die **ÖPNV-Erreichbarkeit** des Standortes ist über die Bushaltestelle „Wolmirstedt, Geschwister-Scholl-Straße“ ca. 250 m nordöstlich des Planstandortes gewährleistet. Hier verkehren die Buslinien 601, 610 und 622 u. a. zum Bahnhof Wolmirstedt, nach Haldensleben und Barleben.

¹⁴ Distanz zwischen den Marktimmobilien gem. Lageplanentwurf.

Karte 2: Lage des Planstandortes und Umfeldnutzungen


Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende, Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing, © Microsoft, Nokia
 GMA-Bearbeitung 2025

Die **fußläufige Erreichbarkeit** des Standortes ist durch straßenbegleitende Gehwege entlang der umliegenden Straßenzüge gewährleistet. In diesem Zusammenhang ist der Planstandort aus weiten Teilen des westlichen und zentralen Kernstadtgebietes von Wolmirstedt auch fußläufig zu erreichen. In diesem Zusammenhang ist die fußläufige Erreichbarkeit des Planstandortes Aldi aus der Hauptgeschäftszone August-Bebel-Straße gewährleistet (ca. 300 m), Aldi wechselt demzufolge von eine Außenlage in eine „Scharnierlage“ zur Innenstadt.

Für den Planstandort ist eine **Nahversorgungsfunktion** im Sinne einer unmittelbar fußläufigen Erreichbarkeit zu konstatieren. Eine fußläufig akzeptierte Gehwegedistanz kann i. d. R. noch in einer Gehzeit von ca. 10 bis 15 Minuten angesetzt werden. Dies entspricht in etwa einer fußläufigen Entfernung von ca. 700 m bis 1.000 m.¹⁵ Hier ist im Einzelfall auf die speziellen Rahmenbedingungen vor Ort Rücksicht zu nehmen. So sind im verdichteten städtischen Bereich z. T. nur 500 m Fußwegedistanz als akzeptabler Nahversorgungsradius u. a. in Einzelhandelskonzepten definiert. In aufgelockerten Siedlungsbereichen sind dagegen i. d. R. bis zu 700 bis 800 m Fußwegedistanz anzusetzen. Im ländlichen Bereich sind auch größere Entfernungen möglich.

In Anbetracht der überwiegend verdichteten Wohngebiets- und Siedlungsstrukturen im Standortumfeld und der Lage weiterer Lebensmittelmärkte kann für den Planstandort eine **Gehdistanz von ca. 10 Minuten** als fußläufig akzeptable Entfernung/ Nahversorgungsdistanz

¹⁵ Vgl. Leitfaden zum Umgang mit § 11 Abs. 3 BauNVO in Bezug auf Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels, beschlossen durch die Fachkommission Städtebau am 28. September 2017, S. 10. (<https://www.bauministerkonferenz.de/verzeichnis.aspx?id=20579&o=993020579>)

angesetzt werden; hier wohnen ca. 3.350 Einwohner (vgl. Karte 3). Zusammengefasst kann der Planstandort als städtebaulich integriert eingestuft werden. Er liegt nicht nur innerhalb des Siedlungsbereiches der Kernstadt von Wolmirstedt als Siedlungsschwerpunkt, er ist auch im direkten Standortumfeld von Wohnnutzungen umgeben und mit allen Verkehrsträgern gut erreichbar. Der Standort wird Nahversorgungsfunktionen für die angrenzenden Wohnbereiche übernehmen.

2. Bewertung des Integrationsgebotes

Dem Integrationsgebot gemäß Landesentwicklungsplan 2023 Sachsen-Anhalt (Entwurf) liegen Ausführungen im Ziel Z 3.3-2 zugrunde:

„Z 3.3-2 Integrationsgebot

Die Errichtung, Erweiterung und Nutzungsänderung von Einzelhandelsgroßprojekten mit zentrenrelevanten Kernsortimenten hat in städtebaulicher integrierter Lage zu erfolgen. Die zentrenrelevanten Kernsortimente sind in der Abbildung 3 festgelegt.

Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind auch in städtebaulichen Randlagen zulässig, wenn nachweislich keine geeigneten städtebaulich integrierten Standorte vorhanden sind.“

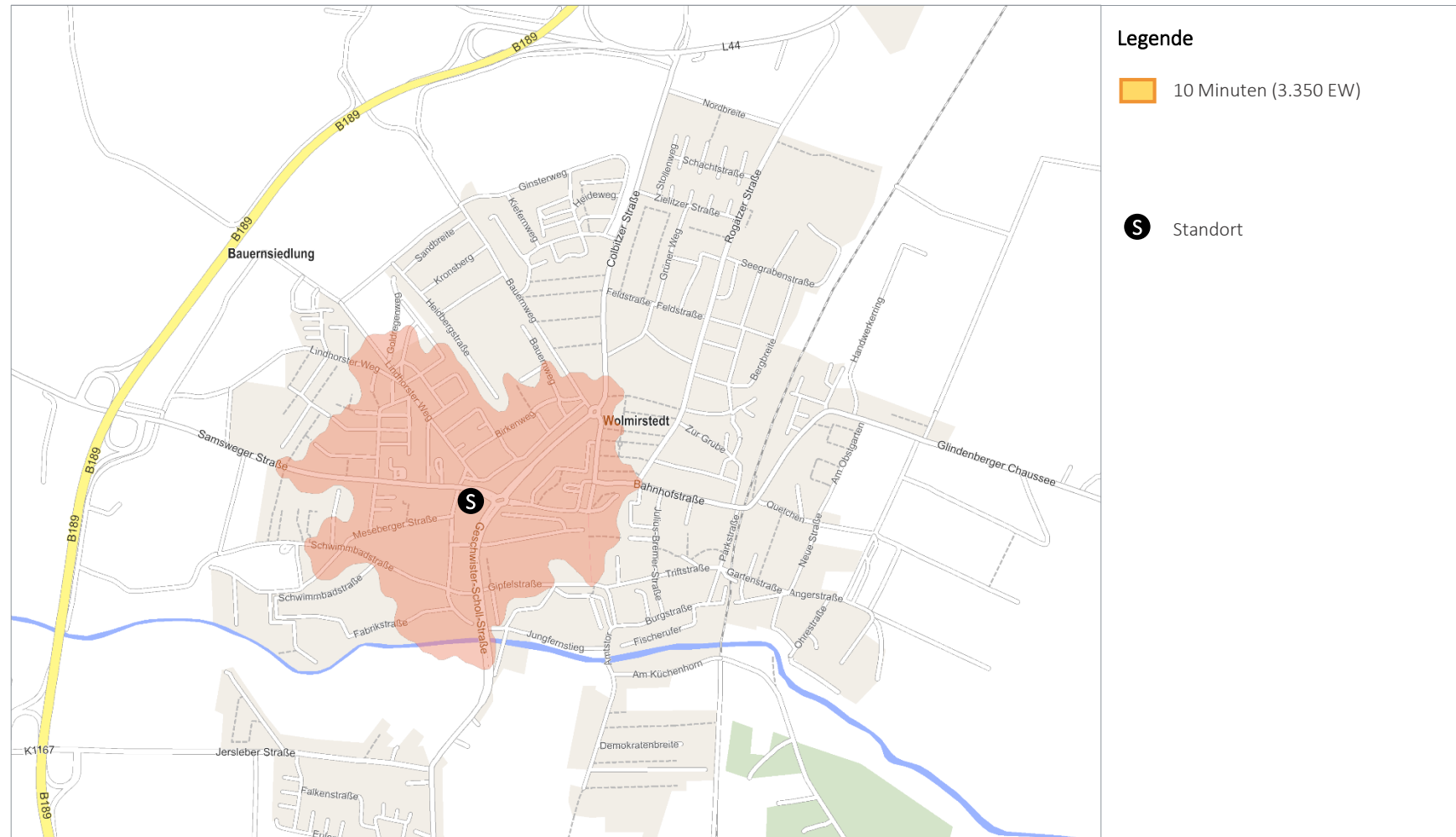
Basierend auf der Bewertung des Standortes sowie den landesplanerischen Vorgaben ist der Standort wie folgt zu bewerten:

- /// Aus **räumlich-städtebaulicher Sicht** handelt es sich bei dem Standort um einen integriert gelegenen Standort, der auch Nahversorgungsfunktion für die umliegenden Wohngebiete übernimmt.
- /// Es handelt sich lt. Landesliste um einen Betrieb mit zentrenrelevantem Kernsortiment. Ausgehend von der Angebotssituation und der standörtlichen Verteilung der Betriebe wird hier ein Nahversorgungsangebot näher ans Zentrum in Scharnierlage realisiert, das Grundversorgungsfunktion wahrnimmt.
- /// Nicht-zentrenrelevante Sortimente werden allenfalls als Randsortiment angeboten.¹⁶
- /// Zudem verfügt der Standort über eine sehr gute **Anbindung für PKW** sowie einen Anschluss an das bestehende Fußwege- und Radwegenetz sowie einen angemessenen Anschluss an das ÖPNV-Netz.

Zusammenfassend ist das Integrationsgebot nach LEP Sachsen-Anhalt in allen Punkten erfüllt.

¹⁶ Ein weiterreichendes Nonfoodangebot wäre auch für die Genehmigung nicht hinderlich.

Karte 3: Fußläufige Entfernung um den geplanten Aldi-Discounter am Standort Samsweger Straße



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende, Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing, © Microsoft, Nokia
GMA-Bearbeitung 2025

IV. Kongruenzgebot

Für die **Prüfung des Kongruenzgebotes** ist zunächst eine Abgrenzung des erschließbaren Einzugsgebietes mit Ermittlung der in diesem Gebiet vorhandenen Bevölkerung und Kaufkraft vorzunehmen. Basierend darauf erfolgt eine Umsatzprognose, die auch eine Abschätzung der Herkunft des Umsatzes und damit eine Bewertung des Kongruenzgebotes ermöglicht.

1. Einzugsgebiet des Planstandortes und Bevölkerungspotenzial

Der **Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes** für den geplanten Aldi-Markt kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung des Vorhabens zu. So bildet das ermittelte Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials sowie des Vorhabenumsatzes bzw. der Umsatzherkunft.

Als **Einzugsgebiet** wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Planstandort gerechnet werden kann.

Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus weiterhin untergliedern und strukturieren, aus denen eine abgestufte Kundeneinkaufsorientierung an den Planstandort zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen. Zur Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes werden in vorliegender Untersuchung **folgende Kriterien** herangezogen:

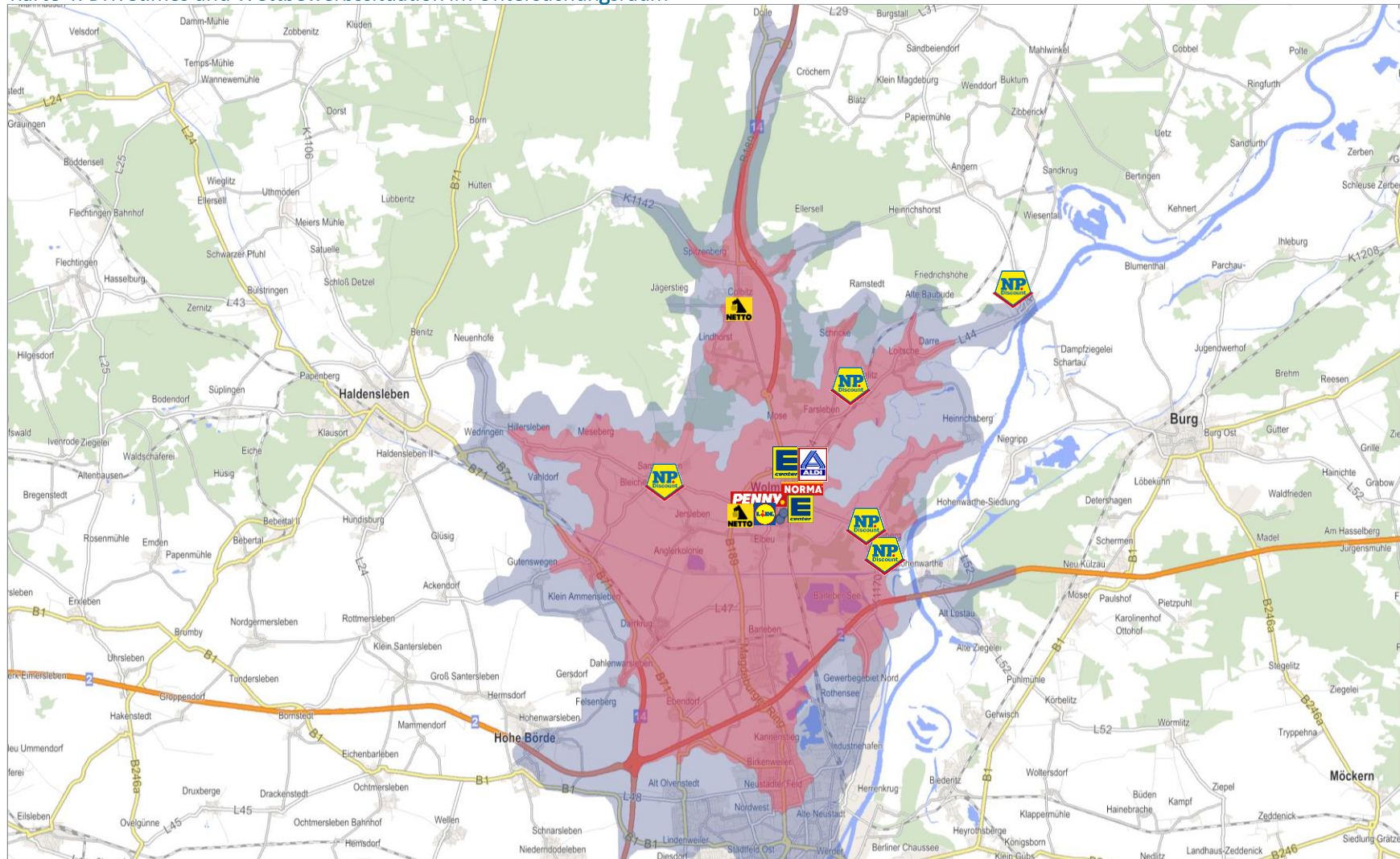
- /// **Projektkonzeption** (Sortimentsstruktur, Verkaufsflächendimensionierung, Leistungsfähigkeit, Bekanntheit des Betreibers usw.) und daraus zu erwartende Wirkungen auf die Einkaufsorientierung der Bevölkerung
- /// bestehende **Einkaufsorientierung** der Bevölkerung im Untersuchungsraum
- /// **Erreichbarkeit** des Standorts für potenzielle Kunden, unter Berücksichtigung verkehrlicher, topografischer und siedlungsstruktureller Bedingungen (vgl. Karte 3)
- /// **projektrelevante Wettbewerbssituation** im Untersuchungsraum (v. a. Lage und Erreichbarkeit anderer leistungsstarker Lebensmittelmärkte) und **Filialnetz** des Betreibers
- /// **Zeit- / Distanzwerte** des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte).¹⁷
- /// Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für das Planvorhaben am Standort „Samsweger Straße“ folgendes Einzugsgebiet (vgl. Karte 5) abgrenzen:

Gebiet	Bereich	Einwohner
Standortgemeinde	Wolmirstedt	12.300
Umlandgemeinden	Colbitz, Zielitz, Loitsche-Heinrichsberg, Rogätz und Niedere Börde	15.250
Untersuchungsraum insgesamt		27.550

Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt; Berechnung der Einwohner auf Ortsteilebene mit WiGeo-WebGIS auf Basis von GfK-Daten nach Geomarkets; GMA-Berechnungen 2025

¹⁷ Die GMA hat in Deutschland bereits viele hundert Verbraucherbefragungen durchgeführt, so dass zum Verbraucherverhalten aussagefähige Erkenntnisse vorliegen.

Karte 4: Drivetimes und Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende, Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing, © Microsoft, Nokia
GMA-Bearbeitung 2025

Das **Einzugsgebiet** für den Aldi-Markt ist wie folgt zu skizzieren:

- / Das **Kerneinzugsgebiet** umfasst das Gebiet der Stadt. Hier stellt der Gesamtstandort Samsweger Straße für die Einwohner der Kernstadt (die den Standort noch fußläufig oder mit dem Fahrrad erreichen können) den zentralen bzw. am schnellsten zu erreichenden Einkaufsort dar, so dass eine ausgeprägte Einkaufsorientierung zu erwarten sein wird. Zudem wird es Aldi gelingen, seinen Marktanteil innerhalb des Stadtgebiets auch in den außen liegenden Ortsteilen vom alten zum neuen Standort „mitzunehmen“, und im Falle einer Erweiterung leicht auszubauen.
- / Der projektierte Standort am Verkehrsknoten Samsweger Straße / Geschwister-Scholl-Straße ist verkehrlich günstig zu erreichen. Die umliegenden Gemeinden Colbitz, Zielitz, Loitsche-Heinrichsberg und Rogätz sowie die Gemeinde Niedere Börde (vorrangig Ortsteile Samswegen, Bleiche, Jersleben) tendieren bereits heute abgeschwächt nach Wolmirstedt; dies wurde später durch entsprechend niedrigere Marktanteile des Bestandsmarktes zzgl. Planung berücksichtigt. Die genannten Gemeinden bzw. Grundzentren¹⁸ verfügen über eigene und leistungsfähige Nahversorgungsmärkte (z.B. NP-Märkte), bei anderen Angeboten (z.B. Aldi) besteht eine gewisse Einkaufsorientierung auf das Grundzentrum Wolmirstedt. Insgesamt ist diese Einkaufsorientierung bereits deutlich abgeschwächt, eine stärkere Kundenbindung ist perspektivisch durch das Vorhaben nicht zu erwarten. Neben der größeren räumlichen Distanz sei ergänzend auch auf die Mehrfachorientierung der Kunden auf andere Einzelhandelsstandorte (u. a. Burg, auch Haldensleben) hingewiesen.
- / Darüber hinaus sind in geringem Maße u. a. durch Pendler Kundenzuführungseffekte von außerhalb des Einzugsgebietes anzunehmen. Diese werden im Rahmen von **Streuumsätzen** abgebildet.

2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen beträgt die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft aktuell einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung

ca. € 6.864.¹⁹

Bezogen auf das Vorhaben, dessen Sortimentsschwerpunkt im Lebensmittelbereich liegt, betragen die Pro-Kopf-Ausgaben

ca. 2.930 €.²⁰

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau²¹ zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in

¹⁸ Colbitz und Rogätz sind als funktionsteiliges Grundzentrum ausgewiesen und verfügen über eigene Lebensmittelmärkte. Großflächige Lebensmittelmärkte i. S. einer umfassenden Grundversorgung werden hier aber nicht vorgehalten, woraus die Versorgungsbedeutung von Wolmirstedt zur Geltung kommt.

¹⁹ Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

²⁰ Ohne Randsortimente (Nonfood I und II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung.

²¹ Quelle: MB Research, 2022. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet. Zu berücksichtigen ist, dass ein über- bzw. unterdurchschnittlicher Kaufkraftkoeffizient v. a. bei Luxusgütern

Wolmirstedt bei 95,8 und im Umland zwischen 97,1 und 99,1 und damit auf einem etwa durchschnittlichen Niveau (Bundesdurchschnitt = 100,0). Für das Einzugsgebiet beläuft sich das **Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel** damit auf ca. **77,3 Mio. €**. Davon entfallen auf

/// Wolmirstedt: ca. 33,0 Mio. €

/// Umlandgemeinden: ca. 44,3 Mio. €

Zusätzlich werden bei Discountmärkten Anteile des Umsatzes mit **Randsortimenten** aus dem Nichtlebensmittelbereich generiert. Diese liegen bei Aldi bei ca. 15 – 20 %; mehr als 10 % davon entfallen auf Grundversorgungsangebote.

3. Umsatzprognose für den geplanten Aldi-Discounter

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des an der Samsweger Straße geplanten und ggf. zu erweiternden Discounters Aldi wird das **Marktanteilkonzept** verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden im Einzugsgebiet.²² Somit beschreibt das Modell, in welchem Ausmaß das Planvorhaben in der Lage ist, einen Teil des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich an sich zu binden. Der erzielbare Umsatz ist dabei neben der Höhe des Kaufkraftniveaus und des damit relevanten Kaufkraftvolumens im Einzugsgebiet v. a. auch von der Wettbewerbsdichte abhängig. Eine weitere Grundlage bilden die durchschnittlichen Marktanteile der unterschiedlichen Betriebstypen, die vor dem Hintergrund der lokalen und regionalen Rahmenbedingungen (Kaufkraft, Standortbedingungen, Angebotssituation etc.) zu gewichten sind.

Neben der Berechnung der zu erwartenden Gesamtumsatzleistung lässt sich anhand des Marktanteilkonzepts ebenfalls die perspektivische Umsatzherkunft des geplanten Aldi-Marktes ableiten. Diese ergibt sich aus der Relation zwischen den in den jeweiligen Gebieten des Einzugsgebiets generierten Umsätzen und dem Gesamtumsatz des geplanten Marktes. Hingegen lässt das Marktanteilkonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen zu. So gibt das Marktanteilkonzept keine Auskunft darüber, wo die durch den geplanten Markt generierten Umsätze bisher gebunden sind und wie sich diese nach dessen Markteintritt neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzumverteilungen für das Vorhaben wird an späterer Stelle noch ausführlich behandelt.

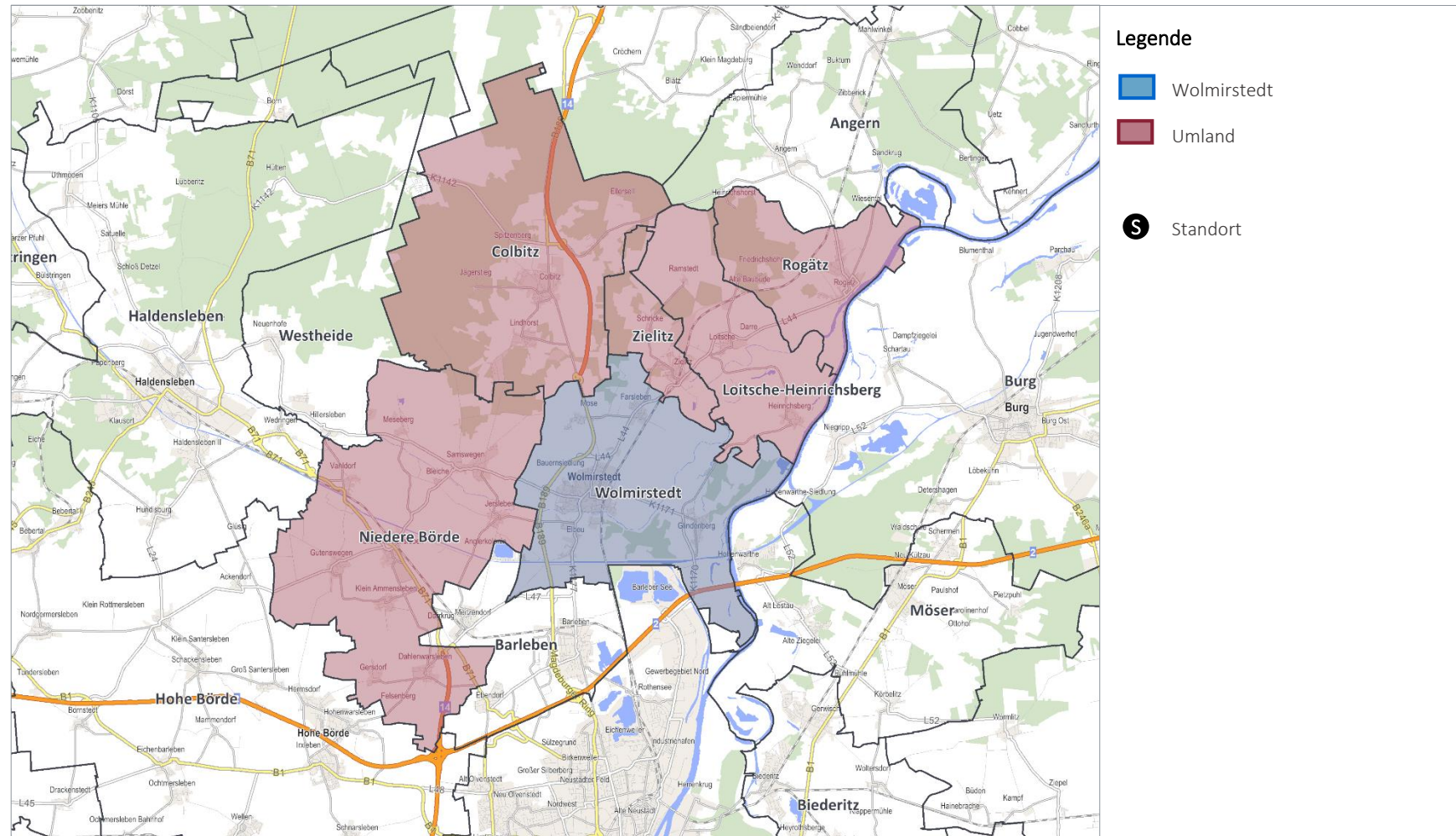
Folgende **Umsatzprognose** lässt sich vor diesem Hintergrund für den geplanten Aldi-Markt mit rd. 1.050 m² VK anhand des Marktanteilkonzeptes ableiten:²³

zum Tragen kommt, bei den Ausgaben für Ausgaben des täglichen Bedarfs (Grundversorgung) hingegen weniger stark ins Gewicht fällt.

²² In die Ermittlung der Marktanteile fließen zahlreiche Faktoren ein. U. a. sind dies die Rahmenbedingungen am Vorhabenstandort, die verkehrliche Erreichbarkeit, die Wettbewerbssituation im selben Marktsegment sowie Kopplungs- und Agglomerationseffekte.

²³ Rechenvorgang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens. Für das Vorhaben wurde zunächst die maximale Attraktivität der Variante 2 zu Grunde gelegt. An späterer Stelle wird dann ein Abschlag bei der Attraktivität bei der kleineren Variante 1 (800 m² VK) vorgenommen.

Karte 5: Die Kundenherkunft des Vorhabens Aldi



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende, Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing, © Microsoft, Nokia
GMA-Bearbeitung 2025

Tabelle 2: Umsatzerwartung anhand des Marktanteilkonzeptes

Einzugsgebiet	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood* in Mio. €	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Wolmirstedt	33,0	10	3,3	0,7	4,0	61 – 62
Umlandgemeinden	44,3	4	1,7 – 1,8	0,3 - 0,4	2,2	34
Untersuchungsraum	77,3	8	5,0-5,1	1,0 – 1,1	6,2	95 – 96
Streuumsätze			0,2-0,3	0,0 - 0,1	0,3	4 – 5
Insgesamt			5,3 – 5,4	1,1 – 1,2	6,5	100

* Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich (Nonfood I und II) beträgt bei Aldi ca. 15-20 %, in vorliegendem Fall wurden ca. 18 % angesetzt. Hinsichtlich der Kundenherkunft wurde von mit dem Foodbereich vergleichbaren Werten ausgegangen.

GMA-Berechnungen 2025 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Somit lässt sich für den geplanten Aldi-Markt mit ca. 1.050 m² VK aus Gutachtersicht eine maximale **Gesamtumsatzleistung von ca. 6,5 Mio. €** ermitteln. Hiervon entfallen ca. 5,3 – 5,4 Mio. € auf den Foodbereich und ca. 1,2 – 1,2 Mio. € auf den Nonfoodbereich (Nonfood I und II). Mit einem Marktanteil von ca. 10 % in Wolmirstedt hält der Aldi-Markt nach möglicher Erweiterung zwar eine etwas über die heutige Marktposition hinausgehende Versorgungsfunktion. Schon durch die weiteren Discounter Lidl, Norma und Penny sowie den Softdiscounter Netto kann keine stärkere Marktposition erreicht werden. Im Umland ist bereits ein deutlich geringerer Marktanteil von ca. 4 % zu erwarten, dieser Marktanteil wird wie später noch aufzuzeigen ist, bereits heute im Wesentlichen erzielt. Hier begrenzen die umliegenden Grundversorgungsangebote, weitere Standorte von Lebensmittelanbietern (etwa in Burg oder Haldensleben), aber auch die Angebote der Landeshauptstadt Magdeburg, die als wichtiger Arbeitsplatzschwerpunkt viele Berufspendler anzieht, den Kundenzulauf zum Planvorhaben.

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. Höhere Umsatzleistungen sind aufgrund des begrenzten Einwohner- und Kaufkraftpotenzials im Einzugsgebiet sowie den im Umland bestehenden Wettbewerbsstandorten nicht zu erwarten. Die **prognostizierte Umsatzleistung** stellt somit einen Maximalwert im Sinne möglicher Auswirkungen des Vorhabens auf der maximalen Verkaufsfläche dar (**worst case-Ansatz**).

4. Bewertung des Kongruenzgebotes

Das Kongruenzgebot führt in Ziffer Z 3.3-3 aus:

„Z 3.3-3 Kongruenzgebot

Die Errichtung, Erweiterung und Nutzungsänderung von Einzelhandelsgroßprojekten ist nur dann zulässig, wenn die Art, Größe und die Zweckbestimmung des Vorhabens der Versorgungsfunktion und dem Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes entsprechen.“

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. Der Standort mit max. ca. 1.050 m² Verkaufsfläche wird eine Flächenleistung von ca. € 6.200 / m² erreichen und damit auf dem Durchschnitt vergleichbarer Aldi-Filialen liegt. Höhere Umsatzleistungen sind aufgrund des begrenzten Einwohner- und Kaufkraftpotenzials im Einzugsgebiet sowie den im Umland bestehenden Wettbewerbsstandorten nicht zu erwarten. Die **prognostizierte Umsatzleistung** stellt somit einen Maximalwert im Sinne möglicher Auswirkungen des Vorhabens auf der maximalen Verkaufsfläche dar (**worst case-Ansatz**).

Die Stadt Wolmirstedt ist gemäß Regionalplanung als Grundzentrum ausgewiesen. Damit hat Wolmirstedt eine wichtige **Grundversorgungsfunktion für die eigene Bevölkerung** zu erfüllen.

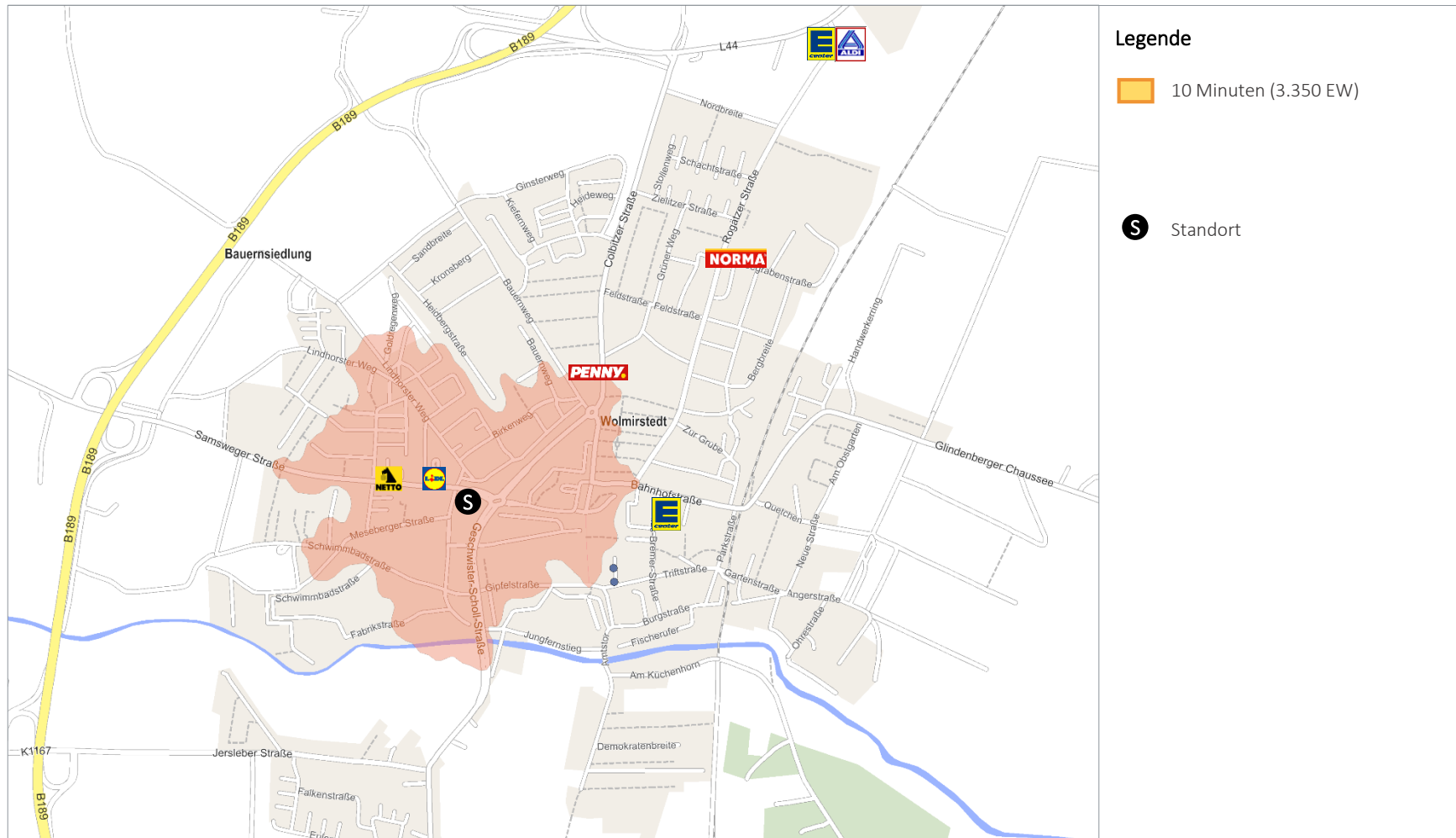
Der Schwerpunkt des **Einzugsgebietes** für den zur Umsiedlung und Erweiterung geplanten Aldi-Markt umfasst zunächst das Stadtgebiet. Mit den knapp 12.300 Einwohnern wird der am Standort Samsweger Straße neu zu errichtende Aldi-Markt ca. 4,0 Mio. € bzw. **61 – 62 % und damit den deutlich überwiegenden Teil des Projektumsatzes mit Kaufkraft aus dem Stadtgebiet Wolmirstedts** erwirtschaften.

Bereits aktuell werden rund 80 % der restlichen 2,2 Mio. € des Vorhabenumsatzes aus den Umlandgemeinden am Bestandsstandort Aldi gebunden; diese Kunden orientieren bereits heute aufgrund des Fehlens eigener Diskontangebote auch auf die Stadt Wolmirstedt. Die über die diesbezüglichen Umsätze im Bestandsmarkt hinausgehende **zusätzliche Kaufkraftzuführung durch die Erweiterung** in Höhe von 0,4- 0,5 Mio. € **liegt bei rund einem Prozent der in den Umlandgemeinden vorhandenen Kaufkraft**, und damit nahe der empirischen Nachweisgrenze. Angesichts der Geringfügigkeit dieses erwartbaren Eingriffs ist sicher keine Verschiebung der regionalplanerisch angelegten Funktionsteilung der Grundzentren anzunehmen.

Weitere 4 – 5 % des Umsatzvolumens (ca. 0,2 – 0,3 Mio. €) fließen in Form von **Streuumsätzen** von außerhalb des Einzugsgebietes an den Standort zu, wobei Pendler, Touristen, Zufallskunden (die ebenfalls nicht benachbarten grund- oder mittelpzentralen Standorten verloren gehen) auf Grund der Standortlage keine größere Rolle spielen werden.

Das Kongruenzgebot wird somit sicher eingehalten.

Karte 6: Fußläufige Entfernung um den geplanten Aldi-Discounter am Standort Samsweger Straße, Wettbewerb in Wolmirstedt



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende, Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing, © Microsoft, Nokia
GMA-Bearbeitung 2025

V. Beeinträchtigerungsverbot

Zur **Bewertung des Beeinträchtigerungsverbotes** ist zunächst die Angebots- und Wettbewerbssituation in Wolmirstedt und im Einzugsgebiet sowie im weiteren Untersuchungsraum darzustellen und zu bewerten. Ausgehend davon lassen sich die durch das Vorhaben zu erwartenden wirtschaftlichen Auswirkungen bestimmen, aus denen mögliche städtebauliche Folgen abzuleiten sind.

1. Projektrelevante Wettbewerbssituation

Die **Einzelhandelssituation** im Einzugsgebiet und im Untersuchungsraum wurde von der GMA im April 2025 durch eine **Erhebung der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe** untersucht. Als Wettbewerber für Aldi 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 betriebstypengleiche oder -ähnliche Betriebe (u. a. Lebensmitteldiscounter, Supermärkte, SB-Warenhäuser / große Supermärkte) als Hauptwettbewerber zu identifizieren sind.

1.1 Wettbewerbssituation in Wolmirstedt

Die projektrelevante Angebotssituation innerhalb des Einzugsgebietes wird im Wesentlichen durch die hier ansässigen Lebensmittelmärkte geprägt. **Innerhalb von Wolmirstedt** sind aktuell folgende strukturprägende Anbieter (Lebensmittelmärkte > 400 m² VK) zu nennen (vgl. auch Karte 6):

/// **Edeka Center Jeschke**, Rogätzer Straße 22, inhaberbetriebenes Vollsortimentsangebot mit Bäckerei im Vorkassenbereich und guter Kundenakzeptanz. Ausreichend Stellplätze, leichter Renovierungsstau im Bereich der Immobilie; Überschneidungen beim fußläufigen Einzugsgebiet mit dem aktuellen Bestandsmarkt, ca. 2 Km von der Planung entfernt, mittlere Wettbewerbsrelevanz. Im Standortumfeld weitere Fachmärkte wie Deichmann, KiK, SB-Living, TEDI, Baustoffe und Einrichtungsmarkt sowie Bestandsmarkt Aldi mit ca. 800 m² VK; etwas abgesetzt kleinflächiger Landmarkt, JYSK und Repo



- Norma, Seegrabenstraße 1a**, großflächiger Discounter mit modernem Bestandsgebäude und Bäckerei Beims im Vorkassenbereich, zufriedenstellende Kundenakzeptanz ausreichend Stellplätze, Distanz zum Planstandort: ca.1,5 km, durch fehlende Überschneidungen beim fußläufigen Einzugsgebiet mittlere Wettbewerbsrelevanz



- Penny, Colbitzer Straße 7a**, Discounter an der Grenze zur Großflächigkeit mit zeitgemäßen Bestandsgebäude, zufriedenstellende Kundenakzeptanz ausreichend Stellplätze, Distanz zum Planstandort: ca. 700 m, dadurch teilweise Überschneidungen beim fußläufigen Einzugsgebiet, mittlere Wettbewerbsrelevanz



- Lidl, Samsweger Straße 16**, großflächiger Hauptwettbewerber im Discountsegment, Gebäude mit leichtem Renovierungsstau, der Wettbewerber wollte in der Vergangenheit den Standort verändern und sich auf ca. 1.200 m² erweitern. Ausreichend Stellplätze, hohe Mantelbevölkerung, gute Kundenakzeptanz. Der Standort befindet sich ca. 200 m vom Planvorhaben entfernt, und hat demzufolge die höchste Wettbewerbsrelevanz.



- Netto, Samsweger Straße 15**, Softdiscounter mit Bäckerei im Vorkassenbereich, im Standortverbund mit dem Lidl-Markt, gute Kundenakzeptanz. Der Standort insgesamt profitiert von einer eher starken Mantelbevölkerung, Netto hat ein im Vergleich zu Lidl ein abgestuftes Kundenaufkommen. Distanz zum Planstandort: ca. 200 m fußläufig, mittlere bis höhere Wettbewerbsrelevanz



- Edeka-Nahversorger**, Standort an der Julius-Bremer-Straße 11 im zentralen Versorgungsbereich in Nachbarschaft zu Rossmann, an der Grenze zu Großflächigkeit. Standort mit Bäckerei Schäfer und Fleischerei Gerlach, wurde unlängst renoviert. Ausreichende Mantelbevölkerung, gute Kundenakzeptanz, integrierte Lage, Kundenzuführungseffekte durch Rossmann. Aufgrund der Standortnähe mittlere Wettbewerbsrelevanz.



Außerhalb der Kernstadt sind in den Stadtteilen keine strukturprägen Anbieter im Lebensmittelsektor festzuhalten.

Insgesamt trifft der geplante Supermarkt innerhalb der Stadt auf einen ausgeprägten, discountlastigen Wettbewerb:

- / Hier sind zunächst der fußläufig entfernte **Lidl-Markt und Netto** zu nennen, die wie das Vorhaben im Wesentlichen eine gesamtstädtisch ausgerichtete Versorgungsfunktion ausüben.
- / Deutlich abgestuft in ihrer Bedeutung sind die Anbieter **Norma, Penny** sowie **Edeka-Center** und **Edeka-Nahversorger**.
- / Im Vollsortimentsbereich ist vorrangig auf das **Edeka-Center** hinzuweisen, das einen noch modernen Marktauftritt in verkehrsgünstiger Lage aufweist. Der Markt dürfte durch den Umzug von Aldi einerseits profitieren, da er dann als einziger Vollsortimenter in einem leistungsfähigen Standortverbund dann ein Alleinstellungsmerkmal aufweist. Auf der anderen Seite werden die Kundenzuführungseffekte durch Aldi wegfallen. Edeka weist aufgrund der Verkehrslage und des Umfeldes deutlich höhere Streukundenanteile als der beabsichtigte Aldi auf.

Insgesamt gelingt es ansässigen Lebensmittelmärkten, die in Wolmirstedt vorhandene Kaufkraft zu 80- 85 % zu binden. Im Lebensmittelvollsortiment-Bereich existiert aktuell mit dem Edeka-Center ein attraktives Angebot im Grundzentrum, ergänzt um ein ausgeprägtes Diskontangebot, mit zum Teil mehr oder weniger deutlichem Renovierungsbedarf. Der geplante Aldi wird den Standortbereich Samsweger Straße stärken somit die Lebensmittelversorgung dort etwas attraktiver machen. Aus gewerbeplanerischer Sicht sind Ansätze, diese Achse mit dem zVB Innenstadt zu vernetzen, beachtlich.

1.2 Wettbewerbssituation in den Umlandgemeinden

Neben den Betrieben im unmittelbaren Standortumfeld sind auch wettbewerbliche Wirkungen auf Anbietern in Umlandgemeinden möglich. Der Untersuchungsraum berücksichtigt weiter aufgrund der wettbewerblichen Verflechtungen umliegende Einkaufsorte, deren Betrieben mögliche Überschneidungen mit dem Einzugsgebiet des Planvorhabens in Wolmirstedt aufweisen. Hier ist zunächst auf folgende strukturprägende Lebensmittelmarktstandorte hinzuweisen, wobei dem Bestandsmarkt Aldi vergleichbare Angebote im Diskontbereich dort nicht vorhanden sind.

- / **Ortsteil Samsweden nah & gut Müller:** Breite Straße 36, Nahversorger unter der Grenze der Großflächigkeit mit Bäckereifiliale, klarer Umfeldorientierung und nur geringer Wettbewerbsüberschneidung zum Vorhaben. Fahrdistanz zum Planstandort: ca. 5 km



- / **Colbitz: Netto (dansk),** Wolmirstedter Straße 5, Discounter an der Grenze zur Großflächigkeit im Standortverbund mit NP und eher verhaltener Kundenakzeptanz, ca. 9 km vom Standort entfernt, als Lebensmitteldiscounter grundsätzlich höhere Wettbewerbsrelevanz, die aber aufgrund der Entfernung geringer ausfällt



- **Colbitz: NP NiedrigPreis**, Wolmirstedter Straße 7: dort wird im Standortverbund mit Netto das Vollsortiment und die Bäckerei abgebildet, geringe Wettbewerbsüberschneidung



- **Zielitz, NP-Markt** mit ca. 700 m² VK in der Schrickter Straße 3. Nahversorger. Nicht integrierter Nahversorgungsstandort, ergänzt durch Lebensmittelhandwerk, Fahrdistanz zum Planstandort: ca. 7 km, als Lebensmittelnahversorger geringe Wettbewerbsrelevanz.



- **Rogätz: NP NiedrigPreis**, Cröchernsche Straße 12. Markt mit ca. 700 m² VK. noch integrierter Nahversorger, wird aber durch die Ausrichtung des Vorhabens in Wolmirstedt nicht wesentlich tangiert. Fahrdistanz zum Planstandort: ca. 14 km, als Lebensmittelnahversorger sehr geringe Wettbewerbsrelevanz.



1.3 Wettbewerb in Barleben, Burg, Haldensleben und Magdeburg

Barleben, Burg, Haldensleben und Magdeburg weisen ein Vollbild des Lebensmitteleinzelhandels auf. So ist in Barleben aktuell mit Aldi, Edeka, Lidl, Norma und weiteren Anbietern aus dem Lebensmitteleinzelhandel und -handwerk ein mit Wolmirstedt vergleichbares Angebot vorhanden, welches in Burg, Haldensleben und Magdeburg noch durch weitere leistungsfähige Großflächenanbieter (z. B. Kaufland²⁴, Marktkauf²⁵) ergänzt wird.

Die o.g. genannten **Wettbewerbsstandorte** liegen bereits außerhalb des Einzugsgebietes. Sie weisen zum einen partiell Einzugsgebietsüberschneidungen mit dem Planvorhaben auf, zum anderen begrenzen sie die Ausdehnung des betrieblichen Einzugsgebietes des Planstandortes und sind damit potenziell von Wettbewerbswirkungen betroffen.

²⁴ Im Ohre-Park, ca. 3.500 m² VK, weiterer Handel im Standortumfeld.

²⁵ ≥ 5.000 m² VK mit umfassendem Nonfoodangebot, Aldi und weiteren Fachmärkten im Standortumfeld.

Im Sinne des **worst case-Ansatzes** werden keine Wettbewerber außerhalb des Einzugsgebietes bei Umsatzumverteilungen einbezogen, auch keine sonstigen kleinteiligen Fachanbieter (z. B. Lebensmittelhandwerker, Spezialgeschäfte), da diese keine wesentlichen Konzept- bzw. Einzugsgebietsüberschneidungen mit dem geplanten Aldi-Markt aufweisen.²⁶



Burg, Marktkauf



Haldensleben, Kaufland

GMA-Aufnahmen 2025

1.4 Zentrale Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum

Bei einer Ansiedlung oder Erweiterung eines Einzelhandelsbetriebes ist zu prüfen, ob schädliche **Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche** in der Standortgemeinde bzw. im Umland auftreten. Insofern ist zunächst zu ermitteln, inwiefern zentrale Versorgungsbereiche vorliegen. Als Grundlage hierfür sind – falls vorliegend – Einzelhandels- und Zentrenkonzepte heranzuziehen.

Wolmirstedt verfügt über kein derartiges Konzept. Daher ist hier anhand der Verhältnisse vor Ort zu prüfen, inwiefern ein faktischer zentraler Versorgungsbereich vorliegt.

Wolmirstedt verfügt über keine historisch gewachsene Stadtmitte. Aufgrund der faktischen Situation konnte die Innenstadt entlang der Fußgängerzone August-Bebel-Straße sowie angrenzender Bereiche als funktionales Zentrum der Stadt identifiziert und abgegrenzt werden. Demnach umfasst der zentrale Versorgungsbereich Teile der Stadtmitte zwischen Bahnhofstraße im Norden, Julius-Bremer-Straße im Osten, Triftstraße / Damaschkestraße im Süden und August-Bebel-Straße inkl. angrenzender Nebenstraßen im Westen. Als Magnetbetrieb im Lebensmittelbereich übernimmt der Anbieter Edeka in Ergänzung zu Rossmann Ankerfunktion. Ergänzend sind Lebensmittelhandwerker und Spezialanbieter vorhanden. Der zentrale Versorgungsbereich lebt durch seine Multifunktionalität, die neben der Handelsfunktion auch maßgeblich durch Dienstleistungs- und Verwaltungsnutzungen geprägt wird. Der frühere Nah- und Gut in der Triftstraße hat hingegen den Standort geschlossen.



früherer nah & gut



ZVB Wolmirstedt

²⁶

Ausnahme bilden die projektrelevanten zentralen Versorgungsbereiche. Hier werden alle Lebensmittelanbieter einbezogen, um eine ganzheitliche Betrachtung einer möglichen Betroffenheit ableiten zu können (vgl. Kapitel V. 1.3).



FGZ Wolmirstedt



Wolmirstedt, Edeka und Rossmann

GMA-Aufnahmen 2025

Der zentrale Ortsteil der Gemeinde **Colbitz** verfügt an der Wolmirstedter Straße im Abschnitt zwischen Lindenstraße im Norden und Lange Straße im Süden über mehrere Einzelhandels- und Komplementärbetriebe mit Schwerpunkt bei der Nahversorgung, wobei Ansätze eines funktionalen Nahversorgungszentrums zu erkennen sind. Im Wesentlichen wird der Bereich durch die zwei Lebensmittelmärkte NP NiedrigPreis und Netto (dansk) geprägt, die jeweils durch Lebensmittelhandwerker ergänzt werden. Ferner sind im Umfeld auch ein Blumengeschäft, ein Hotel mit Gaststätte, ein Imbiss, eine Physiotherapie und eine Brauerei etabliert. Insgesamt übernimmt die Standortlage durch die Konzentration der Nahversorgungsanbieter wesentliche Nahversorgungsfunktion für das Gemeindegebiet. Aufgrund von Ausstattungsdefiziten (z. B. Fehlen von Bankfiliale, Ärzten oder einer Apotheke), aber auch dem fehlenden über den Nahbereich hinausgehenden Einzugsgebiet kann eine Einstufung des Standortbereiches als schützenswerter zentraler Versorgungsbereich diskutiert werden. Für die finale Bewertung möglicher Umverteilungswirkungen ist diese Einordnung von nachrangigem Belang.

1.5 Zusammenfassung der projektrelevanten Angebotssituation

In der Gesamtbetrachtung stellt sich die Wettbewerbssituation für den geplanten Aldi-Markt differenziert dar. So ist **innerhalb des Untersuchungsraumes** lediglich in Wolmirstedt ein leistungsfähiges Angebot im Diskontsektor vorhanden. Hier wird sich die Wettbewerbssituation, da Aldi bereits am Standort vertreten ist, kaum merklich verschärfen.

Die umliegenden Grundzentren sind durch kleinere Supermärkte/Nahversorger ausgestattet, welche nicht im direkten Wettbewerb zu Aldi stehen. Die Mittelzentren verfügen ebenfalls über Aldi-Discounter, so dass dort weder aktuell noch perspektivisch ein höherer Anteil der in Burg, Haldensleben bzw. in deren Einzugsgebieten vorhandenen Kaufkraft für Lebensmittel an den Standort des Vorhabens abfließt.

Mit der geplanten Umsiedlung von Aldi geht daher weder eine gravierende Verschärfung der Wettbewerbssituation einher, noch ist damit eine Umkehrung von Kundenströmen zu erwarten.

2. Prognose und Bewertung der Umsatzumverteilung

2.1 Methodik

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen bzw. Wettbewerbssituationen kommt ein Rechenmodell zum Einsatz, welches auf dem **Prinzip des Gravitationsmodells** basiert.

Im Wesentlichen fließen dabei zwei Parameter ein, welche durch weitere Kriterien ergänzt und kalibriert werden. Als Berechnungsfaktoren sind hierbei zu nennen:

- /// die **Attraktivität der jeweiligen Wettbewerbsstandorte**, die durch den jeweiligen Betriebsbesatz (Betriebsform, Betreiber, Erscheinungsbild etc.), die Verkaufsflächengröße bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und
- /// der **Distanzwiderstand**, der sich aus der Entfernung (Distanz) zwischen den einzelnen Standorten ergibt.

2.2 Umsatzumverteilungen

Für die Bewertung des geplanten Aldi-Marktes am Standort Samsweger Straße werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumverteilungen folgende Annahmen getroffen:

- /// Der Aldi-Lebensmittelmarkt wird an seinem Standort auf einer geplanten Verkaufsfläche von insgesamt ca. 1.050 m² nach gutachterlicher Einschätzung eine **Umsatzleistung von ca. 6,5 Mio. €** erzielen. Davon entfallen ca. 5,3 – 5,4 Mio. € auf den Lebensmittel- und ca. 1-1 – 1,2 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- /// Zu berücksichtigen ist, dass Aldi bereits seit Jahren am Standort **gegenüber Edeka** auf einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 800 m² ansässig ist. Dieser Markt erwirtschaftet derzeit eine Umsatzleistung von insgesamt ca. 5,0 Mio. €. Davon entfallen rd. 4,0 – 4,1 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und 0,9 – 1,0 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. Diese Umsätze werden bereits heute erzielt und auch weiterhin gebunden werden, da sich an der Wettbewerbssituation oder dem Kundeneinzugsgebiet keine Veränderungen ergeben werden.
- /// Der zusätzlich generierte Umsatz von ca. 1,2 – 1,3 Mio. € im Lebensmittelsektor wird in Form von Umsatzumverteilungen **hauptsächlich Wettbewerber mit gleichartigen Angebotsformaten betreffen**. Dies sind im Lebensmittelbereich v. a. andere Lebensmitteldiscounter, mit Abstrichen Lebensmittelvollsortimenter, die eine deutlich untergeordnete Rolle spielen, sonstige Lebensmittelanbieter (z. B. Fachgeschäfte, Getränkemärkte, Lebensmittelhandwerker).
- /// Bezüglich den **Randsortimenten** (Nonfood I und II) von Aldi stammt der zusätzliche Umsatz von 0,2 – 0,3 Mio. € p.a. aus unterschiedlichen Sortimentsbereichen und stellt einen verhältnismäßig kleinen Umsatzanteil am Gesamtumsatz. Aufgrund der Sortimentsstreuung verteilen sich mögliche Umsatzumverteilungen auf eine Vielzahl von Anbietern. Allerdings ist davon auszugehen, dass insbesondere wiederum die Randsortimente betriebstypenähnlicher Anbieter des Lebensmitteleinzelhandels stärker betroffen sein werden und weniger betriebstypenfremde Anbieter wie Fachgeschäfte.

Im Detail sind **folgende Umsatzumverteilungen** durch das Vorhaben zu erwarten:

Tabelle 3: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben Aldi

		in Mio. €	in %
Lebensmittelbereich	▪ Umsatzleistung des bestehenden Aldi-Marktes	4,0-4,1	---
	▪ Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern in Wolmirstedt	1,0-1,1	2 – 3
	▪ davon Umsatzumverteilungen ggü. ZVB Innenstadt	< 0,05	≤ 2
	▪ Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern in Umlandgemeinden	0,1-0,2	n. n.
	▪ Umsatzumverteilungen außerhalb des Einzugsgebietes	≤ 0,1	n. n.
	▪ Umsatz erweiterter Markt im Lebensmittelbereich	5,3	
Nichtlebensmittelbereich	▪ Umsatzleistung des bestehenden Marktes	0,9 – 1,0	---
	▪ Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum	0,2	n. n.
	▪ Umsatz erweiterter Markt im Nonfoodbereich	1,1 – 1,2	
	▪ Umsatz insgesamt	6,5	

GMA-Berechnungen 2025, n. n. = nicht nachweisbar

2.3 Versorgungsstrukturelle und städtebauliche Auswirkungen

Auf Basis der zuvor getätigten Annahmen zu möglichen Umsatzumverteilungen sind folgende Auswirkungen durch das Vorhaben zu erwarten:

-  Im **zentralen Versorgungsbereich** von Wolmirstedt (Innenstadt) befinden sich neben dem Edeka derzeit lediglich kleinteilige Betriebe des Lebensmittelhandwerks. Diese Betriebe werden bei Umverteilungseffekten von 2 – 3 % und vom Betreiber Aldi deutlich abweichender Sortimentsstruktur nur geringe Auswirkungen zu erwarten haben. In diesem Zusammenhang wird es zu keiner Beeinträchtigung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt kommen. Unter gewerbeplanerischen Gesichtspunkten halten wir es zudem für eine Option, den Standort in den zentralen Versorgungsbereich zu integrieren.
-  Die höchsten absoluten wie relativen Umsatzumverteilungseffekte i. H. von 1,0 – 1,1 Mio. € haben die discounterorientierte Wettbewerber in der **Kernstadt** zu erwarten. Dort sind Umsatzumverteilungswirkungen möglich, welche insbesondere den Wettbewerber Lidl treffen werden. Selbst wenn die Umsatzverlagerung ausschließlich Lidl betrafte, wäre im vorliegenden Falle einer Betriebsschließung auszuschließen. Aufgrund der Lage von Lidl genießt dieser (wie auch Netto, Norma oder Penny sowie Edeka-Center) keinen städtebaulich begründeten Schutzbedarf.
-  Im Umland fallen aufgrund des fehlenden systembezogenen Angebotes keine wesentlichen Umsatzumverteilungseffekte an, die hier prognostizierten zusätzlichen 0,1 - 0,2 Mio. € liegen hier bezogen auf die jeweiligen Einzelstandorte unterhalb der empirischen Nachweisgrenze.
-  Auswirkungen bzw. eine Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung sind angesichts der niedrigen Effekte auszuschließen.

- 
 Außerhalb des Einzugsgebietes sind durch das Vorhaben keine Umsatzumverteilungseffekte messbar. Die dortigen Anbieter oder die städtebaulichen Strukturen werden nicht tangiert.
- 
 Bei einer Einordnung der im Untersuchungsraum ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte lässt sich somit festhalten, dass Umsatzverluste insbesondere bei dem bestehenden Lebensmitteldiscountern (besonders Lidl, Netto und Norma) zu erwarten sind, diese sind jedoch leistungsfähig aufgestellt, so dass nicht mit Marktaustritten zu rechnen ist.
- 
 Bei einer städtebaulichen Bewertung der Situation lässt sich festhalten, dass keine Beeinträchtigung i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO im zentralen Versorgungsbereich von Wolmirstedt ausgelöst wird. Der leistungsfähige Edeka wird in keiner Weise gefährdet.
- 
 Auch wird die verbrauchernahe Versorgung mit dem kundenfreundlicheren Markt insgesamt verbessert, keinesfalls beeinträchtigt. Die wirtschaftlichen Wirkungen auf die umliegenden Grundzentren liegen im Einzelfall unterhalb der empirischen Nachweisgrenze.
- 
 Im **Nonfoodbereich** (Nonfood I und II) werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte in Höhe von 0,3 Mio. € v. a. gegenüber den anderen Lebensmittelmärkten und in untergeordneter Form ebenfalls gegenüber den sonstigen Anbietern in Wolmirstedt und im Umland wirksam werden. Diese sind jedoch bei einer Einzelbetrachtung als minimal einzustufen und verteilen sich zudem auf eine Vielzahl von Betrieben unterschiedlichster Sortimente. Nennenswerte Umsatzverluste bei bestehenden Anbietern sind im Einzelfalle nicht nachweisbar.
- 
 Darüber hinaus ist zu bewerten, ob der modernisierte Aldi-Markt auf Basis der größeren Verkaufsfläche so aufgewertet wird, dass die vorhandene städtebauliche Situation „kippen“ kann und heute noch ausgewogene Strukturen beeinträchtigt werden. Dies ist im vorliegenden Fall schon grundsätzlich zu verneinen. Zunächst werden sich sowohl hinsichtlich des Kundeneinzugsgebietes, der Standortlage des Marktes und der zu erwartenden Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum keine nennenswerten Änderungen ergeben. Weiter wird durch die neue Standortwahl die Stadtmitte gestärkt.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte zu keinen städtebaulich relevanten Auswirkungen i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO führen werden. Das Vorhaben dient v. a. der Modernisierung und Anpassung des Marktes an aktuelle und künftige Kunden- und Logistikanforderungen. Selbst bei einem (nicht prognostizierten) Marktaustritt eines der Anbieter Lidl, Netto oder Norma oder Penny wäre die Versorgungslage „Innenstadt“ intakt. Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder die verbrauchernahe Versorgung können bei der vorgesehenen Verkaufsflächenenerweiterung (Variante 2) sicher ausgeschlossen werden.

Für die flächenkleinere Variante 1 (ca. 800 m² VK) ist zu konstatieren, dass die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte zu keinen messbaren Wettbewerbswirkungen führen werden. Diese Prognose hat aber nur unter der Prämisse Gültigkeit, dass (wie vom Vorhabenträger zugesichert) eine Weiterverwendung des Bestandsstandortes durch einen zusätzlichen Lebensmittelmarkt nicht vorgenommen wird.

Insgesamt kann mit der geplanten Umsetzung von Aldi in einer auf die Größe und Einwohnerzahl der Stadt angepasste Dimensionierung von ca. 1.050 m² VK die Versorgungssituation im Grundzentrum Wolmirstedt leicht verbessert werden.

3. Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes

Das Beeinträchtigungsverbot geht aus § 11 Abs. 3 BauNVO hervor und besagt, dass das Vorhaben das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungskernes (Stadt- und Ortskernes) sowie die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich des Vorhabens nicht beeinträchtigen darf. In Bezug auf die Landesplanung ist hier v. a. Ziel 3.3-4 zu beachten (LEP Sachsen-Anhalt 2023, Entwurf):

„Z 3.3-4 Beeinträchtigungsverbot

Die Errichtung, Erweiterung und Nutzungsänderung von Einzelhandelsgroßprojekten dürfen durch ihre Art, Größe oder Lage weder die Versorgungsfunktion des jeweiligen Zentralen Ortes noch die verbrauchernahe Versorgung des jeweiligen Zentralen Ortes sowie der benachbarten Zentralen Orte beeinträchtigen.“

Basierend auf der wettbewerblichen Situation im Einzugsgebiet und den dargestellten Umsatzumverteilungen bzw. wettbewerblichen Wirkungen lässt sich das Vorhaben hinsichtlich des Beeinträchtigungsverbotes wie folgt bewerten:

- / Das **Planvorhaben dient der Nahversorgung**, da das Sortiment des Aldi-Marktes schwerpunktmäßig Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Getränke und Drogerieartikel umfasst. Die Nahversorgungsangebote sind bereits heute in Wolmirstedt konzentriert.
- / **Innerhalb des Untersuchungsraums** treten auch bei Vergrößerung nur sehr begrenzte wettbewerbliche Effekte auf. Eine Schädigung des Stadtkerns mit dem zentralen Versorgungsbereichs ist ebenfalls im Rahmen der Erweiterung vollständig auszuschließen.
- / Außerhalb von Wolmirstedt bewegen sich mögliche Umverteilungseffekte/Umsatzrückgänge der Wettbewerber durch die Erweiterung im Untersuchungsraum nahe der empirischen Nachweisgrenze. Konkret bedeutet dies, dass kaum messbare Effekte zu verzeichnen sein werden. Betriebsschließungen strukturprägender Nahversorger in den genannten Umlandgemeinden/Grundzentren sind vollständig auszuschließen. Weiterhin ist eine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche vollständig zu verneinen.
- / Im **Nichtlebensmittelbereich** werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte in Höhe von ca. 0,2 – 0,3 Mio. € nicht zu Beeinträchtigungen bei der Nahversorgung oder der Funktion von zentralen Versorgungsbereichen führen.

Das Beeinträchtigungsverbot wird eingehalten.

VI. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens	
Planvorhaben / Planstandort	- Verlagerung und Erweiterung des Aldi-Discounters in Wolmirstedt (Kernstadt) an den Standort Samsweger Straße mit ca. ca. 1.050 m² VK (+ 250 m² VK) - Städtebaulich integrierte Lage im westlichen Siedlungsbereich der Kernstadt, Anschluss an Wohnbebauung, auch fußläufige Nahversorgungsfunktion für umliegende Wohngebiete sowie Nahversorgungsfunktion für die Gesamtstadt
Rechtsrahmen	- Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO - Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt 2023 (Entwurf)
Standortrahmenbedingungen	- Makrostandort: Grundzentrum - Einzelhandelsstrukturen: aktuell nur ein größerer Vollsortimenter (Edeka-Center), vier weitere Discounter (Lidl, Netto, Norma, Penny) sowie ein kleinflächiger Lebensmittelanbieter, ergänzend kleinteiliges Lebensmittelhandwerk
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	- Einzugsgebiet: Vorrangig Stadtgebiet sowie in geringem Umfang umliegende Gemeinden. Einwohnerpotenzial im Stadtgebiet: ca. 12.300, Umland: ca. 15.250 Einwohner - Kaufkraftpotenzial für Lebensmittel: ca. 77,3 Mio. €
Umsatzerwartung	- Gesamtumsatzleistung bei ca. 1.050 m² VK: ca. 6,5 Mio. €, davon ca. 5,3 – 5,4 Mio. € Food und ca. 1,1 – 1,2 Mio. € Nonfood - Rund 80 % der Umsatzleistung der Planung werden nicht "neu" erzielt, sondern vom Bestandsstandort wettbewerbsneutral "übernommen"
Umsatzumverteilungseffekte in %	- innerhalb von Wolmirstedt (Netto, Norma, Penny): max. 2 – 3 % - im Umland (kein relevanter Wettbewerb): n.n.
Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen	- Durch die Verlagerung von Aldi wird sich die Versorgungssituation in Wolmirstedt leicht verbessern und rückt der Standort von Aldi aus einer Randlage ins Zentrum - Darüber hinaus werden weder strukturprägenden Einzelhandelsbetriebe in Wolmirstedt noch im Umland gefährdet. Negative Auswirkungen auf die Nahversorgung oder die grundzentrale Versorgungsfunktion der Umlandgemeinden sind auszuschließen - Damit werden auch keine zentralen Versorgungsbereiche in den umliegenden Städten in ihrer Entwicklung beeinträchtigt - Insgesamt sind keine schädlichen städtebaulichen Auswirkungen i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO durch das Planvorhaben zu erwarten
Raumordnerische Bewertung	Das Vorhaben erfüllt vollinhaltlich die Vorgaben des LEP Sachsen-Anhalt 2023 (Entwurf)
Schlussbemerkung	Neben einer Neuaufstellung des B-Plans ist auch eine Genehmigung durch Befreiung denkbar

GMA-Zusammenstellung 2025

Verzeichnisse

Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Die Stadt Wolmirstedt im System der Zentralen Orte	13
Karte 2:	Lage des Planstandortes und Umfeldnutzungen	16
Karte 3:	Der Standort des Planvorhabens Aldi, der zentrale Versorgungsbereich in Wolmirstedt	18
Karte 4:	Drivetimes und Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum	20
Karte 5:	Das Einzugsgebiet des Vorhabens Aldi	23
Karte 6:	Fußläufige Entfernung um den geplanten Aldi-Discounter am Standort Samsweiger Straße, Wettbewerb in Wolmirstedt	26

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten	11
Tabelle 2:	Umsatzerwartung anhand des Marktanteilkonzeptes	24
Tabelle 3:	Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben Aldi	34