

per E-Mail: bauverwaltung@schmoelln.de



**Gesellschaft für Markt- und  
Absatzforschung mbH**

Ludwigsburg  
Dresden, Hamburg, Köln, München

Königsbrücker Straße 31-33  
01099 Dresden

Telefon: +49 (0) 351 / 21 67 273  
Telefax: +49 (0) 351 / 80 23 895

E-Mail info@gma.biz  
Internet: www.gma.biz

GMA · Königsbrücker Straße 31 – 33 01099 Dresden

Stadtverwaltung Schmölln  
Bauamt  
Markt 1  
04626 Schmölln

Unser Zeichen	Durchwahl	E-Mail	Datum
SFL wym	+49 (0) 351 / 563 55 501	florian.schaeffer@gma.biz	06.08.2019

## **Ergänzende Stellungnahme zur geplanten Verlagerung des Werkverkaufs der Fa. Wolf Wurstwaren in Schmölln, Am Kemnitzgrund**

Sehr geehrte Damen und Herren,

bereits im August 2018 erstellte die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Dresden, eine Auswirkungsanalyse bezüglich der geplanten Verlagerung und Erweiterung eines Aldi-Marktes am Standort „Am Kemnitzgrund“ in Schmölln.<sup>1</sup> Das Gutachten kam zu dem Ergebnis, dass von der geplanten Aldi-Verlagerung und Verkaufsflächenerweiterung keine schädlichen städtebaulichen Effekte ausgehen. Neben dem Aldi-Vorhaben ist auch die **Etablierung eines Werksverkaufs der Fa. Wolf Wurstspezialitäten GmbH** vorgesehen, wobei dieser bereits in Schmölln ansässig ist und zum Planstandort verlagert. Da dieses Vorhaben zum Zeitpunkt der Erarbeitung der Auswirkungsanalyse noch in Planungsstadium war, wurde es darin noch nicht behandelt.

Aufgrund der nunmehr aktualisierten Projektplanung, ist mit vorliegender ergänzender Stellungnahme zu untersuchen, inwiefern von diesem Vorhaben mögliche Auswirkungen auf die Einzelhandelsstrukturen in Schmölln bzw. im Umland ausgehen. Für den Standortbereich ist die Ausweisung eines Sondergebietes geplant, so dass grundsätzlich § 11 Abs. 3 BauNVO für die Bewertung heranzuziehen ist. Damit sind neben den bauplanungsrechtlichen Vorgaben auch die Ziele der Raumordnung und Landesplanung in Thüringen sowie die Festsetzungen des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Schmölln zu berücksichtigen.

<sup>1</sup> Vgl. GMA-Auswirkungsanalyse zur geplanten Verlagerung und Erweiterung eines Aldi-Marktes in Schmölln, Stand: 09.08.2018.

## 1. Ausgangslage und Aufgabenstellung

Die vorliegende **Projektplanung**<sup>2</sup> für den verlagerten Werksverkauf von Wolf Wurstwaren kann im Wesentlichen in drei objektseitige bzw. funktionale Einheiten eingeteilt werden:

- /// **Verkaufseinrichtung von Wurst- und Fleischwaren an den Endverbraucher:** Vorgesehen ist die Einrichtung eines Verkaufsraumes mit Bedientheke, SB-Regalen und Gefriertruhen sowie ein Verkaufskühlhaus für Großpackungen und Aktionswaren. Auch die zwei Kassen sowie vom Kunden begehbare Ladenflächen zählen zum Verkaufsraum. Insgesamt sind hier **rd. 230 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche** vorgesehen.
- /// **Gastronomie- und Imbissbereich:** Warm- und Kalttheken sowie Kassenzone, Einrichtung eines Gastraumes mit rd. 50 – 60 Sitzplätzen sowie Wartewegeflächen und Kundentoiletten, zugehörige Nebenräume für die Gastronomie (u. a. Lager, Vorbereitung, Spülküche), **insg. 255 m<sup>2</sup>** (keine Verkaufsfläche).
- /// **Lager / Logistik / Personal / Technik:** Einrichtung der notwendigen Lager- und Logistikflächen sowie Vorbereitungsräume und Personalräume; auch Trocken-, Kühl- und Tiefkühlager, **insg. 340 m<sup>2</sup>** (keine Verkaufsfläche).

Aufgrund der Größenordnung des Vorhabens, des geplanten Betriebskonzeptes des Werksverkaufs, der standortseitigen Besonderheiten in Agglomeration mit dem Lebensmittelmarkt Aldi und den allgemeinen Rahmenbedingungen im Wurst- und Fleischwarenfachhandel in Schmölln bzw. im Umland, wurde die GMA mit der gutachterlichen Untersuchung des geplanten Werksverkaufs beauftragt. Hier ist darauf hinzuweisen, dass sich die **bauplanungsrechtliche Steuerung allein auf die Verkaufseinrichtungen** bezieht, nicht aber auf die Einrichtungen der Gastronomie und die sonstigen Flächen für Lager, Logistik, Personal etc.. Hier ist zwischen dem Einzelhandelsumsatz sowie den auf den Imbiss- und Gastronomiebereich entfallenden Umsatz zu trennen.

Insgesamt ist davon auszugehen, dass der Verkaufsschwerpunkt auf dem Thekenverkauf (Einzel- bzw. abgewogene Ware) sowie Großmengen und Aktionsware besteht.

Vorliegende Stellungnahme dient als Ergänzung des GMA-Gutachtens vom 08.09.2018 und untersucht alleinig das **Ansiedlungsvorhaben von Wolf Wurstwaren und hier nur auf den geplanten Werksverkauf**. Alle Aspekte der Auswirkungsanalyse bzgl. des Aldi-Vorhabens bleiben dessen ungeachtet gültig.

## 2. Entwicklungstrends im Fleisch- und Wurstwarenfachhandel

Das **Fleischerhandwerk in Deutschland** zählte 2017 rd. 20.550 stationäre Einzelhandelsverkaufsstellen, die sich aus ca. 12.360 Meisterbetrieben und rd. 8.190 Filialen zusammensetzten. Hinzu kommen noch rd. 5.000 mobile Verkaufseinrichtungen.<sup>3</sup> Insgesamt ist in den vergangenen Jahren ein Rückgang der Betriebsstellen zu verzeichnen. Hier sind gewisse Konsolidierungsprozesse zu vermerken, wobei der Trend zu umsatzstärkeren und leistungsfähigeren Betriebseinheiten geht. So ist die Zahl der Einzelhandelsfilialen, also Zweigstellen der Unternehmen, wachsend, wobei der Umsatz je Betrieb zu-

<sup>2</sup> Angaben gem. vom Auftraggeber übermittelten Planunterlagen, Stand 02.06.2019.

<sup>3</sup> Quelle: Deutscher Fleischer-Verband e. V. (DFV) 2018, Jahrbuch 2018.

nimmt. Ursächlich sind u. a. eine insgesamt sinkende Fleischnachfrage und der Ausbau der entsprechenden Fachabteilungen in Lebensmittelmärkten. Dagegen profitiert das Handwerk vom Trend zu Qualität und Regionalität. Der Umsatz je Betrieb lag im Jahr 2017 bei rd. 1,3 Mio. €.

**Tabelle 1: Fleischerhandwerkliche Verkaufsstellen je 100.000 Einwohner 2017**

Land	Betriebe	Filialen	Filialen je 100 Betriebe	Verkaufsstellen	Verkaufsstellen je 100.000 EW	
					Anzahl	im Bundesvergleich (Index 100)
Baden-Württemberg	2.054	1.247	61	3.301	30	+ 20
Bayern	3.277	1.883	57	5.160	40	+ 60
Berlin	108	68	63	176	5	-20
Brandenburg	314	331	105	645	26	+ 4
Bremen	38	33	87	71	10	+ 40
Hamburg	82	24	29	106	6	+ 24
Hessen	1.164	520	45	1.684	27	+ 8
Mecklenburg-Vorpommern	120	175	146	295	18	-38
Niedersachsen	955	580	61	1.535	19	-24
Nordrhein-Westfalen	1.714	883	52	2.597	15	-40
Rheinland-Pfalz	748	417	56	1.165	29	+ 16
Saarland	152	85	56	237	24	-4
Sachsen	608	834	137	1.442	35	+ 40
Sachsen-Anhalt	332	468	141	800	36	+ 44
Schleswig-Holstein	300	94	31	394	14	-44
<b>Thüringen</b>	<b>394</b>	<b>550</b>	<b>140</b>	<b>944</b>	<b>44</b>	<b>+76</b>
<b>Bundesrepublik</b>	<b>12.360</b>	<b>8.192</b>	<b>66</b>	<b>20.552</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

Quelle: Deutscher Fleischer-Verband; Jahrbuch 2018, S. 73

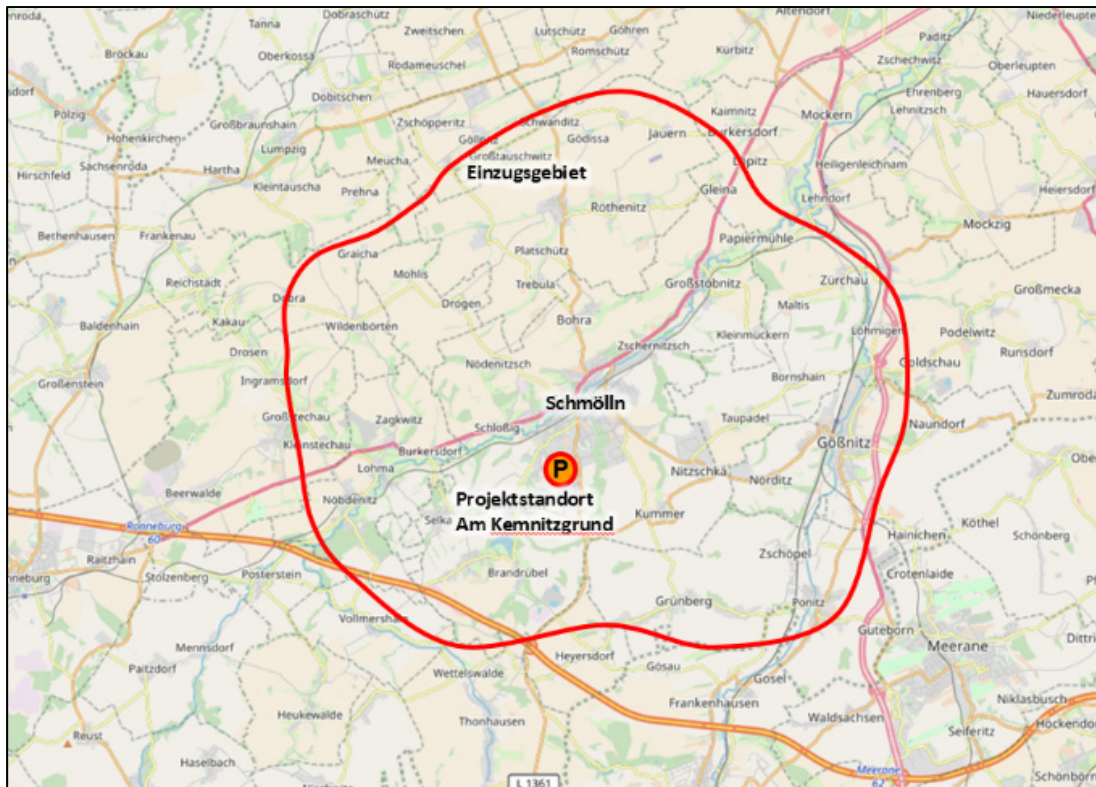
Durchschnittlich entfallen in Deutschland rd. 25 Verkaufsstellen im Fleischereifachhandel auf 100.000 Einwohner (Verkaufsstellendichte). Hierbei fallen starke regionale Unterschiede hinsichtlich Zahl der Verkaufsstellen je Einwohner und der Filialisierung der Betriebe auf. **Im Ländervergleich liegt der Freistaat Thüringen mit 44 Verkaufsstellen je 100.000 Einwohner dabei an vorderster Stelle.** Weiterhin ist hier die Zahl der Filialen je 100 Betriebe mit ca. 140 auf einem deutlich überdurchschnittlichen Niveau (Durchschnitt Bundesrepublik: ca. 66 Filialen je 100 Betriebe), wobei Thüringen damit im Vergleichsdurchschnitt der ostdeutschen Bundesländer liegt.

### 3. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft

Die **Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes** für das Planvorhaben bildet die Grundlage für die Ermittlung der Marktbedeutung, der Nachfragepotenziale sowie der möglichen Auswirkungen des Vorhabens. Das Einzugsgebiet des Werksverkaufs der Fa. Wolf wird dabei neben seiner eigenen Ausstrahlungskraft bzw. den Besonderheiten des Betriebskonzeptes auch durch die Agglomeration mit Aldi bestimmt.

Diesbezüglich ist davon auszugehen, dass sich das Kerneinzugsgebiet im Wesentlichen auf den Bereich von **Schmölln und Umland** erstreckt, der bereits durch den Aldi-Markt abgegrenzt wird. Dieses umfasst neben dem Stadtgebiet Schmölln auch die Einheitsgemeinde Gößnitz, Teile der Verwaltungsgemeinschaftes Oberes Sprottental und Teile der Verwaltungsgemeinschaft Altenburger Land (vgl. Abbildung 1). Es wird im Wesentlichen durch die zunehmende räumliche Distanz vom Projektstandort „Am Kemnitzgrund“ sowie die Überlagerung mit den Einzugsbereichen umliegender größerer Städte mit dem jeweiligen Einzelhandelsangebot bestimmt.

**Abbildung 1: Einzugsgebiet der Standortes Am Kemnitzgrund**



Kartengrundlage: OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA, GMA-Bearbeitung 2019

Dennoch ist darüber hinaus von **Kundenzuführungseffekten von außerhalb des Einzugsgebietes** auszugehen, da durch die betrieblichen Besonderheiten des Werksverkaufs auch Kundengruppen aus einem größeren Einzugsbereich angesprochen werden. Diese sind räumlich nicht genau zu verorten und werden daher in Form von **Streukundeneffekten i. H. von ca. 30 % des Vorhabenumsatzes** abgebildet. Hier kommt die Lagegunst des Standortes an der Landesstraße L 136 zum Tragen, welche als Autobahnzubringer nach Schmölln fungiert bzw. die Anschlussstelle Schmölln an die Autobahn A 4 bereits nach rd. 4 – 5 km erreichbar ist.

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen beträgt die **laden-einzelhandelsrelevante Kaufkraft** aktuell einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung ca. 6.035€.<sup>4</sup> Bezogen auf das konkrete Vorhaben von

<sup>4</sup> Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

Wolf Wurstwaren betragen die **Pro-Kopf-Ausgaben aktuell im Bereich des Fleischerhandwerks ca. 192 €**.


Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau zu beachten. Dieses liegt im Einzugsgebiet bei rd. 91,9 – 92,8 und damit unter dem Bundesdurchschnitt.<sup>5</sup> Für das Einzugsgebiet beläuft sich das verfügbare **Kaufkraftpotenzial für das Fleischerhandwerk damit auf ca. 3,7 Mio. €**. Bereits an dieser Stelle ist anzuführen, dass das Fleischerhandwerk zusätzliche Umsätze aus dem Nichteinzelhandelsbereich insbesondere durch gastronomische Angebote (z. B. Heiße Theke / Imbiss, Catering, Partyservice) erwirtschaftet.

#### 4. Einzelhandelsstrukturen im Fleischereihandwerk im Untersuchungsraum

Zur Bewertung des Planvorhabens der Verlagerung und Modernisierung des Wolf Werksverkaufs ist die relevante **Angebots- und Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet bzw. im Umland** darzustellen und zu bewerten. Ausgehend davon lassen sich die durch das Vorhaben möglicherweise zu erwartenden Auswirkungen ermitteln.

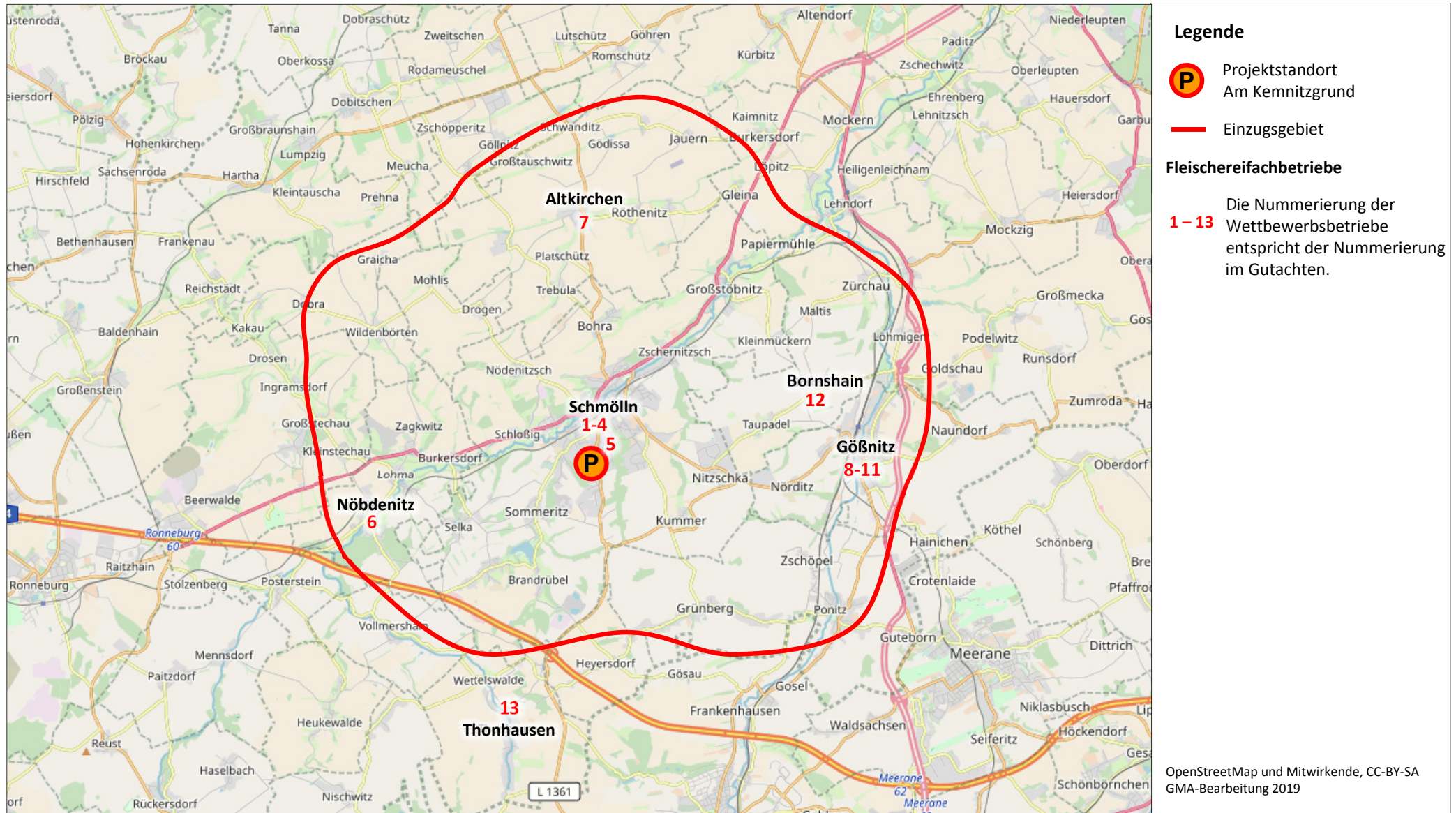
Zur Bewertung der Wettbewerbssituation wurde von der GMA im Juli 2019 eine **aktuelle Begehung und Erhebung der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe** durchgeführt. Als Wettbewerber für den Werksverkauf gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, die Sortimentsüberschneidungen bei Fleisch- und Wurstwaren aufweisen. Hier ist allerdings zu differenzieren zwischen dem Fleischereifachhandel bzw. Bedientheken und den zumeist als abgepackte Ware erhältlichen Angeboten in Lebensmittelmärkten. Mit Blick auf das Betriebskonzept, das Sortimentsspektrum und die Zielgruppe des Vorhabens ist davon auszugehen, dass v. a. andere **Fleischereimeisterbetriebe bzw. deren Filialen als wettbewerbsrelevant** anzusehen sind. In geringerem Maße sind dies die Fleisch- und Wurstwarenangebote sonstiger Einzelhandelsbetriebe (u. a. Supermärkte, SB-Warenhäuser).



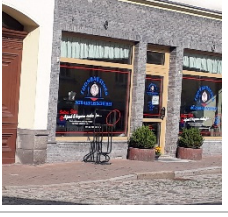


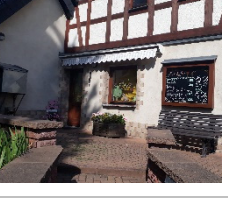
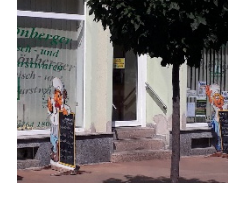
Innerhalb des Einzugsgebietes bzw. im direkten Umland sind demnach neben dem zu verlagernden bestehenden Werksverkauf der Fa. Wolf, Am Lindenhof, folgende Fachanbieter anzuführen (vgl. Karte 1):






Nr.	Foto	Daten	Bemerkung
1		<b>Fleischerei Gretenkord</b> Markt 12, Schmölln VK: 20 m <sup>2</sup>	hochfrequentierte Lage, im Vorkassenbereich Kaufland SB-Warenhaus, profitiert stark von Laufkundschaft

<sup>5</sup> Quelle: Kaufkraftkennziffer von MB Research 2018.

## Karte 1: Projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum



2		<p><b>Feinkost / Fleischerei Winkler</b> Markt 16, Schmölln VK: 50 m<sup>2</sup></p>	<p>gut frequentierte Lage am Schmöllner Markt, ergänzendes Feinkost- und Weinsortiment, Filialbetrieb des in Gößnitz ansässigen Fleischers</p>
3		<p><b>Fleischerei Heilmann</b> Markt 6, Schmölln VK: 35 m<sup>2</sup></p>	<p>Innenstadtlage am Markt in Schmölln, Ladengeschäft über Treppen erreichbar, Mittagstisch und Imbiss mit Außensitzgelegenheiten</p>
4		<p><b>Thonhausener Agrarfleischerei</b> Zur Farbe 1, Schmölln VK: 30 m<sup>2</sup></p>	<p>Fachbetrieb der Agrargenossenschaft in Randlage zur Innenstadt Schmölln, Ladenlokal in Unterlagerung des Wohnhauses Zur Farbe, mit Onlineshop und Mittagstisch / Imbiss</p>
5		<p><b>Fleischerei Hüpfert</b> Lohsenstraße 36, Schmölln VK: 25 m<sup>2</sup></p>	<p>Wohngebietslage im Schmöllner Süden, kleineres Fachgeschäft, zum Zeitpunkt der Erhebung wegen Urlaub geschlossen</p>
6		<p><b>Fleischerei Heilmann</b> Nöbdenitzer Straße 3a, Schmölln, OT Nöbdenitz VK: 25 m<sup>2</sup></p>	<p>Hauptgeschäft der Fleischerei Heilmann im Schmöllner Ortsteil Nöbdenitz / Lohma, auch Mittagstisch und Imbiss</p>
7		<p><b>Hausschlachtereier Stamm</b> Schmöllner Straße 7, Schmölln, OT Altkirchen VK: 15 m<sup>2</sup></p>	<p>Fachgeschäft im Schmöllner Ortsteil Altkirchen, eingeschränkte Öffnungszeiten (Sommerpause), auch Hausschlachtung</p>
8		<p>Fleisch- und Wurstwaren Schönberger Neumarkt 10, Gößnitz VK: 25 m<sup>2</sup></p>	<p>Fachfleischerei im Stadtkern Gößnitz, umliegend auch Bistro / Café sowie Leerstände, Mittag auf Vorbestellung</p>

9		<p><b>Fleischerei Winkler,</b> Zwickauer Straße 17, Gößnitz VK: 25 m<sup>2</sup></p>	<p>Fachgeschäft in Nahlage zu Netto, auch Party-service und Kochschule</p>
10		<p><b>Fleischerei Junghardt / Lang</b> Altenburger Straße 5, Gößnitz VK: 20 m<sup>2</sup></p>	<p>Fachbetrieb östlich der Gößnitzer Innenstadt, Donnerstag geschlossen, auch Partyservice und mobile Angebote</p>
11		<p><b>Fleischerei Stötzner</b> Bahnhofstraße 18, Gößnitz VK: 20 m<sup>2</sup></p>	<p>Traditionsfleischerei ohne Filialen, auch Party- service</p>
12		<p><b>Landfleischerei Petzhold</b> Bornshain 55, Nobitz VK: 25 m<sup>2</sup></p>	<p>kleine Fachfleischerei mit eingeschränkten Öff- nungszeiten</p>
13		<p><b>Fleischerei Rohn</b> Dorfstraße 55, Thonhau- sen VK: 25 m<sup>2</sup></p>	<p>Fachfleischerei mit eigener Herstellung in Un- terlagerung des Wohnhauses, auch Partyser- vice und Onlineshop</p>

**Zusammenfassend** ist eine vielfältige und vergleichsweise stark ausgeprägte Angebotssituation im Fleischereifachhandel im Einzugsgebiet vorhanden, wobei v. a. in Schmölln und in Gößnitz mehrere Fachfleischereien, z. T. als Filialbetriebe, ansässig sind. Diese verfügen neben ihrem Ladenkerngeschäft oft auch über gastronomische Angebote (Heiße Theke, Imbiss) bzw. bieten Lieferservices (Partyservice, Onlineshop). Der überwiegende Teil der Anbieter ist dabei als marktfähig einzustufen, wenngleich einige Betriebe standort- oder immobilienrechtliche Defizite aufweisen. V. A. in den Innenstadt- bzw. Kernstadtbereichen von Schmölln (drei Fleischereien am Markt, zwei weitere in der Kernstadt) und Gößnitz (vier Fleischereien) sind Angebotskonzentrationen vorhanden.

Insgesamt sind vergleichsweise viele Fleischereiverkaufsstellen im Einzugsgebiet etabliert, was mit Blick auf Ausstattungsgrad an Verkaufsstellen für Fleischwaren im Freistaat Thüringen keine Besonderheit darstellt.



## 5. Verträglichkeitsprüfung des verlagerten Werksverkaufs

Zur Einschätzung der Marktbedeutung und des erzielbaren Umsatzes des Planvorhabens sowie zur Herleitung der Umsatzsituation der Wettbewerbsbetriebe im Untersuchungsraum können statistische **Angaben des Branchenverbandes des Fleischereihandwerks** herangezogen werden. Nach Angaben des DFV e. V. lag der Umsatz des Fleischerhandwerks im Jahr 2017 bei ca. 17,9 Mrd. € brutto. Dieser verteilte sich auf ca. 20.550 stationäre Verkaufsstellen (inkl. Filialen) und ca. 5.000 mobile Verkaufswagen.<sup>6</sup> Daraus berechnet sich ein Umsatz von ca. 0,66 Mio. € je Verkaufsstelle. Wird davon ausgegangen, dass im Mittel ungefähr ein Drittel der Umsätze auf gastronomische Angebote entfallen (heiße Theke, Imbiss, Partyservice und Catering), verbleiben zunächst noch rd. 0,4 – 0,5 Mio. € je Verkaufsstelle in Bezug auf den Ladeneinzelhandel.

Für den **Freistaat Thüringen** bzw. auch für das projektierte Einzugsgebiet des Wolf Werksverkaufs in Schmölln ist ferner auf die überdurchschnittlich hohe Zahl an Verkaufsstellen des Fleischereihandwerks je Einwohner (+ 76 % über Bundesdurchschnitt; vgl. Tabelle 1) hinzuweisen.<sup>7</sup> Wird das nur unterdurchschnittliche Kaufkraftniveau im Einzugsgebiet (Kennziffer 91,9 – 92,8) hinzugezogen, liegt der Umsatz je Verkaufsstelle um ca. 35 – 40 % niedriger liegt als im Bundesdurchschnitt.<sup>8</sup> Demnach ist davon auszugehen, dass in Schmölln bzw. im Untersuchungsraum nur **rd. 0,2 – 0,3 Mio. € Einzelhandelsumsatz je Verkaufsstelle** zu konstatieren sind.

Mit Blick auf die analysierte Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum (vgl. Kapitel 4.) sind derzeit 14 Verkaufsstellen des Fachhandels etabliert (inkl. bestehendem Werksverkauf Wolf, Am Lindenhof). Summiert ergibt sich für diese Betriebe eine **Umsatzleistung von ca. 3,8 – 4,1 Mio. € im Ladeneinzelhandel**. Im Abgleich mit dem im Einzugsgebiet vorhandenen Kaufkraftpotenzial von ca. 3,9 Mio. € für das Fleischereihandwerk ist somit von einer **Marktdeckung** auszugehen.

Für den verlagerten und erweiterten Werksverkauf der Fa. Wolf ist eine Sondersituation im Vergleich zu regulären Handwerksbetrieben zu konstatieren. So ist im Hinblick auf die Größe der geplanten Verkaufseinrichtung, den Sortimentsbesonderheiten (u. a. Großmengenverpackungen, Aktionswaren) und dem überörtlichen Einzugsbereich davon auszugehen, dass neben dem Thekenverkauf zusätzliche Umsätze im Einzelhandel generiert werden. Im Sinne eines Worst-Case Ansatzes wird hier ein **Umsatz von rd. 0,7 – 0,9 Mio. € im Ladeneinzelhandel** (ohne sonstige Umsätze z. B. Gastronomie) für das Vorhaben angesetzt, womit die dreifache Leistung einer regulären Fleischereiverkaufsstelle im Untersuchungsraum unterstellt wird.<sup>9</sup>

Darüber hinaus ist zu konstatieren, dass der **bestehende Werksverkauf** bereits am **Standort Am Lindenhof in Schmölln** marktwirksam ist und diese Umsätze vollständig an den neuen Standort Am Kemnitzgrund „mitgenommen“ werden können. Für den bestehenden Werksverkauf ist ein Umsatz von rd. 0,4 – 0,6 Mio. € anzusetzen, so dass sich per Saldo ein rechnerischer Umsatzzuwachs von max. 0,3

<sup>6</sup> Vgl. Jahrbuch des Deutschen Fleischer-Verbandes 2018, S. 71 ff.

<sup>7</sup> Vgl. Kapitel 2: In Thüringen sind pro 100.000 Einwohner ca. 44 Verkaufsstellen zu konstatieren, während der Bundesdurchschnitt bei lediglich 25 Verkaufsstellen je 100.000 Einwohner liegt.

<sup>8</sup> Dies stellt keine Sondersituation für das Fleischerhandwerk dar, da die Umsatzprognose für das Lebensmittelhandwerk in den neuen Bundesländern i. d. R. unterhalb des Bundesdurchschnitts anzusiedeln ist.

<sup>9</sup> Die Umsatzprognose stellt den gutachterlich hergeleiteten maximal durch das Vorhaben zu erwartenden Jahresbruttoumsatz dar und entspricht dem Ansatz eines „realitätsnahen worst-case Szenarios“.

Mio. € ergibt.<sup>10</sup> Im Hinblick auf die Besonderheiten des Werksverkaufs ist davon auszugehen, dass nur ein Teil des Umsatzes aus dem abgegrenzten Einzugsgebiet erwirtschaftet wird, was auch auf die verkehrsgünstige Lage am Autobahnzubringer zurückzuführen ist. Die GMA geht davon aus, dass rd. 70 % des Umsatzes innerhalb des Einzugsgebietes erwirtschaftet werden können, wohingegen rd. 30 % von außerhalb des Einzugsgebietes zufließen. Entsprechend werden noch **rd. 0,2 Mio. € innerhalb des Einzugsgebietes umverteilungswirksam**, die sich primär gegen die etablierten Verkaufsstellen des Fleischereihandwerks richten, weniger hingegen gegen die entsprechenden Angebote in Lebensmittelmärkten.

Insgesamt ergibt sich damit eine rechnerische Umsatzumverteilung von ca. 0,2 Mio. € gegenüber dem Bestandsumsatz (ca. 3,3 – 3,6 Mio. €) der etablierten Lebensmittelhandwerker, was einer **Umsatzumverteilungsquote von ca. 5 – 6 %** entspricht. Aufgrund der geringen Höhe der Umverteilungseffekte wird der Orientierungswert von 10 %, ab dem rein wettbewerbliche in strukturelle Auswirkungen (z. B. Betriebsabschmelzungen) umschlagen können und damit ggf. städtebauliche Effekte auftreten, deutlich unterschritten. Eine Gefährdung von Fleischerei-Verkaufsstellen in Schmölln bzw. im Einzugsgebiet ist daraus nicht abzuleiten.

Weiterhin ist darauf hinzuweisen, dass aufgrund des nur kleinen Marktsegmentes **individuelle einzelbetriebliche Entwicklungen stark ins Gewicht** fallen und eventuelle Betriebsveränderungen nicht zwingend ursächlich auf Veränderungen im Wettbewerb zurückzuführen sind. So ist das Fleischereihandwerk ebenso wie der inhabergeführte Ladeneinzelhandel von strukturellen Veränderungen betroffen. Hier sind u. a. Personalprobleme und Nachfolgeregelungen zu nennen, genauso wie unternehmerische Risiken und zunehmende Bürokratie.

Mit Blick auf die einzelbetriebliche Situation der Wettbewerber ist zu konstatieren, dass der überwiegende Teil der Anbieter marktfähig aufgestellt ist und neben dem Ladeneinzelhandel auch Umsatzanteile aus dem Gastronomie- und Cateringbereich erwirtschaftet. Insofern einzelne Betriebe standort- bzw. immobilienseitige Defizite auf (u. a. Ladengestaltung, Sichtbarkeit, Marktantritt, Öffnungszeiten), was i. d. R. einzelbetriebliche Ursachen hat. Eventuelle Geschäftsfluktuationen sind hier nicht auszuschließen, wobei diese nicht dem Planvorhaben von Wolf Wurstwaren anzulasten sind. **Auch aufgrund der geringen Höhe der Umsatzumverteilung sind das Abschmelzen einiger Anbieter bzw. existenzbedrohende Wechselwirkungen aufgrund des Planvorhabens auszuschließen.**

---

## 6. Fazit

**Zusammenfassend** ist festzuhalten, dass der verlagerte und modernisierte Werksverkauf von Wolf Wurstwaren die bestehenden Umsätze vom Standort Am Lindenhof übertragen kann, so dass lediglich der zusätzlich erwirtschaftete Umsatz im Hinblick auf mögliche wettbewerbliche Effekte und ggf. städtebauliche Auswirkungen prüfungsrelevant ist. Hier ist auf die Sondersituation bzw. die Zielgruppe des Vorhabens hinzuweisen, das auf ein größeres Einzugsgebiet bzw. auf regionale Nachfragestrukturen trifft. Hingegen ist der Facheinzelhandel i. d. R. innerhalb der Siedlungskerne etabliert und übernimmt hier ergänzende, auch fußläufige Nahversorgungsfunktionen für die jeweilige Stammkundschaft. Es ist

---

<sup>10</sup> Auch hier wurde mit einem Umsatzzuwachs um ca. 75 % ein Maximalszenario unterstellt, womit dem realitätsnahen worst-case Ansatz der Untersuchung entsprochen wird.

daher nur in geringem Maße davon auszugehen, dass sich bestehende Kundenverflechtungen nachhaltig verschieben, da der Werksverkauf weiterhin in Stadtrandlage im Gewerbegebiet etabliert ist.

Im Hinblick auf die **baurechtlichen Steuerungsinstrumente sind negative versorgungsstrukturelle bzw. städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO auszuschließen**. Dies trifft insbesondere auf die Innenstadt von Schmölln zu, wo alle kartierten Anbieter als marktfähig einzustufen sind. Weiterhin sind hier mehrere Fleischerhandwerker ansässig, so dass auch im Fall des Abgangs eines Anbieters die Angebotsvielfalt und die Ausstrahlungskraft der Innenstadt von Schmölln in jedem Fall erhalten bleiben. Mit Blick auf Gößnitz und die Ortsmitte weist diese nur eingeschränkt den Status eines zentralen Versorgungsbereiches auf, wobei die etablierten Fleischereibetriebe nicht als Anker- und Magnetbetriebe fungieren. Negative städtebauliche Auswirkungen sind auch hier zu verneinen.

Weiterhin sind aufgrund der Kleinteiligkeit des Vorhabens (geplante Verkaufsraumfläche ca. 230 m<sup>2</sup>), der Lage am definierten „Potenzialstandort Crimmitschauer Straße“, des primär auf das Umland von Schmölln begrenzten Einzugsgebietes (=Verflechtungsbereich), den geringen wettbewerblichen Auswirkungen (Umsatzumverteilungen max. 5 – 6 %) und der Lage im Mittelzentrum Schmölln keine Verletzung der raumordnerischen **Vorgaben gemäß LEP Thüringen 2025** zu erwarten. So werden sowohl das Integrations-, das Kongruenz-, das Beeinträchtigungs- und das Konzentrationsgebot eingehalten. Ferner wurde das Vorhaben in Agglomeration mit dem geplanten Aldi-Markt Untersuchung.

Für die Stadt Schmölln ist des Weiteren auf die Steuerungsgrundsätze zur räumlichen Entwicklung des Einzelhandels gemäß **Einzelhandels- und Zentrenkonzept Schmölln 2016** hinzuweisen.<sup>11</sup> Für Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollen diese vorrangig im zentralen Versorgungsbereich Altstadt sowie nachgeordnet zur Gewährleistung der Nahversorgung an integrierten Versorgungsstandorten (u. a. auch definierte „Potenzialstandorte“) etabliert werden. Diesbezüglich ist zunächst darauf hinzuweisen, dass für den verlagerten Werksverkauf der Fa. Wolf eine atypische Situation vorliegt. So ist es Wesensmerkmal, dass Werksverkäufe i. d. R. in der Nähe der Produktionsstätte etabliert werden, was u. a. auf die Logistik, die Lagermöglichkeiten und die Synergien beim Personal zurückzuführen ist. Weiterhin ist mit einem höheren Kundenanteil von außerhalb der Stadt zu rechnen, weshalb die verkehrsgünstige bzw. verkehrsverträgliche Erreichbarkeit im Vordergrund steht. Für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sind diese Standortgegebenheiten nach gutachterlicher Einschätzung nicht vorhanden. Mit der Etablierung des Werksverkaufs der Fa. Wolf am definierten „**Potenzialstandort Crimmitschauer Straße**“<sup>12</sup> wird die zweite Priorität hinsichtlich der Standortwahl von Nahversorgern eingehalten. So weist der Standort eine hohe Mantelbevölkerung im fußläufigen Umfeld aus, so dass der Werksverkauf auch z. T. der Grundversorgung der ansässigen Wohnbevölkerung dienen kann. Weiterhin sind negative Auswirkungen auf die wohnortnahe Versorgung und den zentralen Versorgungsbereich Altstadt nachweislich auszuschließen. Im Hinblick auf die Besonderheiten des Werksverkaufs ist nochmals darauf hinzuweisen, dass dieser auf einen größeren Einzugsbereich abzielt und auch der gesamtstädtischen bzw. überörtlichen Versorgung mit spezialisiertem Warenangebot dient (Sonderaktionen, Großmengen).

<sup>11</sup> Vgl. Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Schmölln 2016, S. 121.

<sup>12</sup> Vgl. Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Schmölln 2016, S. 111.

Insgesamt ist für das Vorhaben der Fa. Wolf Wurstwaren ebenso wie für den geplanten Aldi-Markt eine Konformität mit den Steuerungsgrundsätzen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes gegeben.

Mit freundlichen Grüßen

GMA Gesellschaft für  
Markt- und Absatzforschung mbH



Florian Schaeffer  
Dipl.-Geogr.