



Dr. Lademann & Partner
Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Die Rudolf-Tarnow-Straße in Hagenow als Nahversorgungszentrum

Verträglichkeitsanalyse zu den Auswirkungen
von Erweiterungs- und Umstrukturierungsvorhaben



im Auftrag der Stadt Hagenow
Hamburg, September/Oktober 2017



Dr. Lademann & Partner

Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Die Rudolf-Tarnow-Straße in Hagenow als Nahversorgungszentrum

Verträglichkeitsanalyse zu den Auswirkungen
von Erweiterungs- und Umstrukturierungsvorhaben

Projektnummer: 17DLP2241

Exemplarnummer: 01

Projektleitung und -bearbeitung: Sandra Emmerling
Bearbeitet unter Mitarbeit von: Sascha Denneng

im Auftrag der
Stadt Hagenow
Lange Straße 28-32 • 19230 Hagenow

erarbeitet durch
Dr. Lademann & Partner
Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH
Friedrich-Ebert-Damm 311 • 22159 Hamburg

Altmarkt 10d • 01067 Dresden
Prinzenallee 7 • 40549 Düsseldorf
Königstraße 10c • 70173 Stuttgart

Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt und unter der Projektnummer registriert. Die im Gutachten enthaltenen Karten und Daten sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht aus dem Gutachten separiert oder einer anderen Nutzung zugeführt werden. Ausschließlich der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten im Rahmen der Zwecksetzung an Dritte außer an Mitbewerber der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH weiterzugeben. Ansonsten sind Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe von Texten oder Grafiken - auch auszugsweise - sowie die EDV-seitige oder optische Speicherung nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH erlaubt.



Inhalt

	Abbildungsverzeichnis	III
	Tabellenverzeichnis	IV
1	Einführung	1
1.1	Ausgangslage und Aufgabenstellung	1
1.2	Vorgehensweise	1
2	Analyse von Mikrostandort und Vorhaben	4
2.1	Mikrostandort	4
2.2	Vorhabenkonzeption	8
3	Rahmendaten des Makrostandorts	10
3.1	Lage im Raum	10
3.2	Sozioökonomische Rahmendaten	11
3.3	Zentrensystem und Verflechtungsbereich	13
4	Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial	14
4.1	Methodische Vorbemerkungen	14
4.2	Wettbewerb im Raum	14
4.3	Herleitung des Einzugsgebiets	16
4.4	Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial	18
5	Analyse der Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet	19
5.1	Nahversorgungsrelevante Verkaufsflächenstruktur	19
5.2	Nahversorgungsrelevante Umsatzstruktur	24



5.3	Analyse der städtebaulichen Ausgangslage im Einzugsgebiet des Vorhabens	25
6	Vorhaben- und Wirkungsprognosen	29
6.1	Marktanteils- und Umsatzprognose	29
6.1.1	Erweiterung von Aldi und Rewe	29
6.1.2	Erweiterung des Kik-Bekleidungsfachmarkts	33
6.2	Wirkungsprognose – Aldi und Rewe	37
6.2.1	Vorbemerkungen	37
6.2.2	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im periodischen Bedarf	39
7	Bewertung des Vorhabens	41
7.1	Zu den Bewertungskriterien	41
7.2	Zur Bewertung gemäß dem Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern	41
7.3	Zu den Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Versorgung	44
7.4	Zur Kompatibilität mit dem Einzelhandelsentwicklungskonzept der Stadt Hagenow	48
8	Flankierende Empfehlungen für die Bauleitplanung	50
9	Fazit	52



Abbildungsverzeichnis

■ Abbildung 1: Lage des Mikrostandorts	4
■ Abbildung 2: Rewe-Markt an der Rudolf-Tarnow-Straße	5
■ Abbildung 3: Zufahrt der Vorhabenstandorte von der Rudolf-Tarnow-Straße	6
■ Abbildung 4: Vorhabenstandort Aldi nördlich der Rudolf-Tarnow-Straße	7
■ Abbildung 5: Aldi-Bestandsmarkt an der Rudolf-Tarnow-Straße	7
■ Abbildung 6: Lage im Raum	10
■ Abbildung 7: Nahversorgungsrelevante Wettbewerbsstruktur im Raum	15
■ Abbildung 8: Einzugsgebiet des Vorhabens	16
■ Abbildung 9: Nahversorgungsrelevante Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet	20
■ Abbildung 10: Norma-Discounter, Sonstige Lagen, Zone 1	22
■ Abbildung 11: Netto-Discounter, Sonstige Lagen, Zone 1	22
■ Abbildung 12: Netto-Discounter, Sonstige Lagen, Zone 1	23
■ Abbildung 13: Markant-Verbrauchermarkt, ZVB Innenstadt, Zone 1	23
■ Abbildung 14: Lange Straße, ZVB Innenstadt Hagenow	25
■ Abbildung 15: Paderborner Straße, Nahversorgungszentrum Rudolf-Tarnow-Straße	26
■ Abbildung 16: Konsum-Supermarkt, Nahversorgungszentrum Kietz (in Planung)	27



Tabellenverzeichnis

■ Tabelle 1: Sortimentsstruktur des Vorhabens	9
■ Tabelle 2: Einwohnerentwicklung im Vergleich	12
■ Tabelle 3: Kundenpotenzial des Vorhabens in Hagenow	17
■ Tabelle 4: Nachfragepotenzial des Vorhabens (2019)	18
■ Tabelle 5: Verkaufsflächenstruktur des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels	19
■ Tabelle 6: Umsatzstruktur des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels	24
■ Tabelle 7: Marktanteile des Vorhabens im Einzugsgebiet (nach Erweiterung/Umstrukturierung)	30
■ Tabelle 8: Umsatzstruktur des Vorhabens im Einzugsgebiet (nach Erweiterung/Umstrukturierung)	30
■ Tabelle 9: Umsatzstruktur des Vorhabens (Status quo)	31
■ Tabelle 10: Umsatzzuwachs durch Vorhabenrealisierung	32
■ Tabelle 11: Marktanteilszuwachs durch die Vorhabenrealisierung	32
■ Tabelle 12: Vorhabenstruktur des Kik-Markts	33
■ Tabelle 13: Marktanteile des Kik-Vorhabens im Einzugsgebiet (nach Erweiterung)	34
■ Tabelle 14: Umsatzstruktur des Kik-Vorhabens im Einzugsgebiet (nach Erweiterung)	34
■ Tabelle 15: Umsatzstruktur des Kik-Vorhabens (Status quo)	35
■ Tabelle 16: Umsatzzuwachs durch Vorhabenrealisierung (Kik)	35
■ Tabelle 17: Marktanteilszuwachs durch die Vorhabenrealisierung (Kik)	36
■ Tabelle 18: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens	40



1 Einführung

1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

Nach dem Einzelhandelskonzept der Stadt Hagenow aus dem Jahr 2011 befindet sich in der Rudolf-Tarnow-Straße ein Nahversorgungszentrum mit den Anbietern Aldi, Rewe und Kik. Zur nachhaltigen Absicherung des langjährig etablierten Standorts ist nunmehr die Verlagerung des Aldi-Lebensmitteldiscounters auf die gegenüberliegende Straßenseite geplant. In dem Kontext der geplanten Umstrukturierung des Nahversorgungszentrums beabsichtigen sowohl Rewe als auch Aldi auf rd. 1.800 qm bzw. rd. 1.270 qm VKF erweitern. Zudem ist eine mögliche Erweiterung und Verlagerung des Kik-Textildiscounters zu würdigen (von derzeit rd. 660 qm auf max. 799 qm VKF).

Die geplanten Vorhaben sollen über einen Bebauungsplan (Sondergebiet mit Zweckbestimmung für den großflächigen Einzelhandel) realisiert werden. Prüfungsmaßstab war damit § 11 Abs. 3 BauNVO i.V.m. § 1 Abs. 6 Nr. 8a BauGB und § 1 Abs. 4 BauGB.

Die Aufgabenstellung der Verträglichkeitsuntersuchung bestand in der Ermittlung und Bewertung der städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen auf den Einzelhandel im Einzugsgebiet im Hinblick auf zentrale Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Versorgung. Darüber hinaus waren sowohl das Einzelhandelskonzept der Stadt Hagenow als auch die landes- und regionalplanerischen Bestimmungen in Mecklenburg-Vorpommern und des Regionalen Planungsverbands Westmecklenburg zu berücksichtigen.

1.2 Vorgehensweise

Im Einzelnen war für die Durchführung der Verträglichkeitsuntersuchung die Bearbeitung folgender Punkte erforderlich:

- Darstellung und Bewertung der Mikrostandorte von Aldi und Rewe im Nahversorgungszentrum und deren städtebauliche-funktionale Einbindung in den Wohnsiedlungskontext und deren Anbindung/Erschließung; Darstellung der planungsrechtlichen Gegebenheiten;
- Darstellung des Vorhabenkonzepts (Aldi, Rewe, Kik) im Hinblick auf die Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz;



- Kurzdarstellung und Bewertung der relevanten sozioökonomischen Rahmenbedingungen und deren Entwicklungstendenzen am Makrostandort (Bevölkerungsentwicklung, Kaufkraftniveau, Erreichbarkeitsbeziehungen);
- Herleitung des Einzugsgebiets des Vorhabens u.a. auf Basis der überörtlichen Wettbewerbsstrukturen des Lebensmitteleinzelhandels sowie kartographische Darstellung;
- Darstellung und Bewertung der nahversorgungsrelevanten Angebotssituation im Einzugsgebiet des Vorhabens;
- Abschätzung der Umsätze und Flächenproduktivitäten im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel;
- Versorgungsstrukturelle Analyse des Versorgungsniveaus im Einzugsgebiet (Verkaufsflächendichte, Zentralität);
- Vorhabenprognose bezüglich des Einzugsgebiets, Nachfragepotenzials, Umsatzes und zu den Marktanteilen bzw. deren Veränderungen durch die bauliche Maßnahme;
- Städtebauliche Analyse der Ausgangslage in den betroffenen zentralen Versorgungsbereichen zur Einschätzung ihrer Funktionsfähigkeit sowie Identifizierung ggf. vorhandener Vorschädigungen (innerhalb und unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets);
- Vorhabenprognose bezüglich des Einzugsgebiets, Nachfragepotenzials, Umsatzes und zu den Marktanteilen und zu den Veränderungen durch die Umstrukturierung und die Erweiterung von Rewe und Aldi; der Kik-Markt (Verlagerung innerhalb des Zentrums) wurde dabei ausschließlich über die Marktanteile und deren Veränderung dargestellt und bewertet;
- Wirkungsprognose bezüglich der zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekte durch die Erweiterung von Rewe und Aldi zu Lasten des Einzelhandels im Untersuchungsraum nach Zonen und Standortlagen;
- Intensive städtebauliche und raumordnerische Bewertung des Vorhabens gemäß den Anforderungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO i.V.m. § 1 Abs. 6 Nr. 8a BauGB und § 1 Abs. 4 BauGB sowie vor dem Hintergrund der o.g. landes- und regionalplanerischen Bestimmungen unter besonderer Berücksichtigung der zentralen Versorgungsbereiche und der verbrauchernahen Versorgung;



- Bewertung des Vorhabens hinsichtlich der Kompatibilität mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Hagenow;
- Flankierende Empfehlungen für die Festsetzungen im Bebauungsplan (u.a. Umfang und ggf. Art an Randsortimenten).

Um die Verträglichkeit des Vorhabens beurteilen zu können, waren eine Reihe von Sekundärerhebungen durchzuführen:

- Sekundäranalysen der Daten des Statistischen Landesamts bezüglich der sozioökonomischen Rahmendaten v.a. hinsichtlich Einwohnerstand und -prognose sowie des Landkreises Ludwigslust-Parchim (z.B. Entwurfsstand der Kreisentwicklungsprognose);
- Analysedaten des Gutachterbüros von einschlägigen Instituten (u.a. GfK Geomarketing hinsichtlich einzelhandelsrel. Kaufkraftkennziffern und Ausgabesätze).

Vor dem Hintergrund der Vergleichbarkeit der Daten (räumlich, zeitlich) wurde auf eine punktuelle Anpassung der Daten z.B. hinsichtlich der seitens der Stadt Hagenow erfassten – abweichenden – Daten verzichtet. Eine punktuelle Anpassung würde möglicherweise die Ergebnisse der Berechnungen verfälschen und damit nicht mehr der hier im baurechtlichen Sinne gebotenen worst-case Betrachtung entsprechen.

Darüber hinaus wurde von Dr. Lademann & Partner folgende Primärerhebungen durchgeführt:

- Vor-Ort-Erhebung der nahversorgungsrelevanten Angebotssituation im Einzugsgebiet des Vorhabens sowie der nächstgelegenen Einkaufsalternativen unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets;
- Intensive Begehungen des Mikrostandorts zur Beurteilung der Eignung für das geplante Vorhaben;
- Begehungen der wesentlichen Wettbewerbsstandorte und zentralen Versorgungsbereiche zur Beurteilung ihrer Leistungs- und Funktionsfähigkeit.

Als Prognosehorizont wurde das Jahr 2019 als mögliches erstes Jahr der vollen Marktwirksamkeit des Vorhabens angesetzt.

2 Analyse von Mikrostandort und Vorhaben

2.1 Mikrostandort

Die Vorhabenstandorte befinden sich an der Rudolf-Tarnow-Straße (B 321), im südöstlichen Bereich der Kernstadt Hagenows.



Abbildung 1: Lage des Mikrostandorts

Die Erschließung der Vorhabenstandorte ist ebenfalls über die Rudolf-Tarnow-Straße eingerichtet, welche sich sowohl nördlich (perspektivisch Aldi/Kik) sowie südlich (Rewe) der Straße befinden. Die Erschließung des Rewe-Standorts ist bereits heute eingerichtet. Die Rudolf-Tarnow-Straße (B 321) durchquert als



Umgehungsstraße des Stadtkerns zentral das Hagenower Stadtgebiet von Südwest nach Nordost. In nordöstlicher Richtung führt diese zur A 24. Diese stellt somit eine wichtige inner- sowie überörtliche Verkehrsachse dar. Unweit der Vorhabenstandorte kreuzt die Rudolf-Tarnow-Straße in westlicher Richtung die Bahnhofstraße. Diese verbindet den Standort gen Norden mit der Innenstadt sowie südlich zum Ortsteil Hagenow Land. Die verkehrliche Anbindung des Vorhabenstandorts über den MIV kann daher als sehr gut bewertet werden.



Abbildung 2: Rewe-Markt an der Rudolf-Tarnow-Straße

Die Anbindung an den ÖPNV erfolgt über die in fußläufiger Entfernung (rd. 350-400 m nord- bzw. südöstlich) zum Vorhabenstandort befindlichen Bushaltestellen ‚OBI, Hagenow‘ sowie ‚Kath. Kirche, Hagenow‘. Die Haltestellen werden von verschiedenen Linien in regelmäßigen Abständen bedient, welche den Standort inner- als auch teilweise überörtlich anbinden. Der Standort ist somit mit dem ÖPNV sowie aus den angrenzenden Wohngebieten zu Fuß und mit dem Rad erreichbar.



Abbildung 3: Zufahrt der Vorhabenstandorte von der Rudolf-Tarnow-Straße

Das Vorhabengrundstück nördlich der Rudolf-Tarnow-Straße (Neubau des Aldi sowie evtl. eines weiteren Fachmarkts) ist derzeit unbebaut und bislang als Grünfläche genutzt. Das südliche Vorhabengrundstück (Erweiterung des Rewe-Markts) wird bislang von dem Rewe- und Kik-Bestandsmarkt sowie angrenzend dem Aldi-Bestandsmarkt (Altstandort/Verlagerungsobjekt) zzgl. Lager- und Stellplatzflächen genutzt. Der Anlieferungsbereich für LKW ist im westlichen Bereich der Rewe-Immobilie angeordnet. Die Stellplatzanlage des Rewe-Markts ist dem Markt vorgelagert und umfasst derzeit knapp 100 Stellplätze.

In nördlicher Nachbarschaft befindet sich eine Schrebergartenanlage. Das westliche sowie südliche Standortumfeld wird insbesondere durch Wohnnutzungen geprägt, von denen der Vorhabenstandort fußläufig erreichbar ist. Der Vorhabenstandort befindet sich somit in einer siedlungsintegrierten Lage. Darüber hinaus befindet sich südlich mit einem Obi-Baumarkt eine weitere Einzelhandelsnutzung in der Nähe des Standorts.

Das östliche Standortumfeld wird durch gewerbliche Nutzungen sowie einer Tankstelle und einem Autohaus geprägt.



Abbildung 4: Vorhabenstandort Aldi nördlich der Rudolf-Tarnow-Straße



Abbildung 5: Aldi-Bestandsmarkt an der Rudolf-Tarnow-Straße



2.2 Vorhabenkonzeption

Gegenstand der vorliegenden Untersuchung ist zum einen der erweiterte Neubau und die damit einhergehende Verlagerung auf die gegenüberliegende Straßenseite eines Aldi-Lebensmitteldiscounters sowie die Erweiterung und Umstrukturierung eines Rewe-Verbrauchermarkts im Nahversorgungszentrum Rudolf-Tarnow-Straße in Hagenow.

Die geplante Gesamtverkaufsfläche für den Aldi-Lebensmitteldiscounter beträgt rd. 1.270 qm. Der am Standort bestehende Aldi-Markt verfügt aktuell über eine Verkaufsfläche von rd. 840 qm, sodass die Erweiterung einen Flächenzuwachs von rd. 430 qm umfasst.

Der bestehende Rewe-Verbrauchermarkt verfügt aktuell über eine Verkaufsfläche von rd. 1.540 qm. Die zukünftige Gesamtverkaufsfläche soll rd. 1.800 qm betragen, sodass die Erweiterung einen Flächenzuwachs von rd. 260 qm umfasst. Darüber hinaus befindet sich ein Bäcker im Vorkassenbereich des Rewe-Markts, welcher ebenfalls erweitert werden soll (von derzeit rd. 40 qm auf rd. 100 qm).

Zudem ist eine mögliche Erweiterung und Verlagerung des Kik-Bekleidungsfachmarkts vorgesehen (von derzeit rd. 660 qm auf max. 799 qm VKF). Dieses Vorhaben wird in einem späteren Exkurs-Kapitel (6.1.2) gesondert betrachtet.

Der Sortimentsschwerpunkt des erweiterten Discounters sowie des Verbrauchermarkts liegt weiterhin in den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren, Wasch-/Putz-/Reinigungsmittel. Damit stellen die Vorhaben typische Nahversorgungsanbieter dar. Der Verkaufsflächenanteil aperiodischer Randsortimente¹ wird weiterhin bei max. 10 % (max. 180 qm im Rewe-Markt sowie max. 130 qm im Aldi-Markt) liegen.

¹ Non-Food-Sortimente ohne Drogeriewaren, Wasch-/Putz-/Reinigungsmittel und frei verkäufliche Arzneimittel.



Damit zeigt die Veränderung der Verkaufsflächenstruktur des Vorhabens folgendes Bild:

Veränderung der Verkaufsflächenstruktur durch das Vorhaben			
Branchenmix	VKF in qm Status quo	VKF in qm Zuwachs	VKF in qm nach Erweiterung
periodischer Bedarf	2.190	670	2.860
<i>davon Rewe-Markt</i>	1.390	230	1.620
<i>davon Bäcker im Rewe-Markt</i>	40	60	100
<i>davon Aldi-Markt</i>	760	380	1.140
aperiodischer Bedarf	230	80	310
<i>davon Rewe-Markt</i>	150	30	180
<i>davon Aldi-Markt</i>	80	50	130
Gesamt	2.420	750	3.170

Quelle: Dr. Lademann & Partner nach Angaben des Auftraggebers

Tabelle 1: Sortimentsstruktur des Vorhabens

Im Zuge des Neubaus werden die Regalhöhen und Gangbreiten zu Convenience-zwecken angepasst, wodurch das Verhältnis von Verkehrsflächen zu Lasten der Regal-/Aufstellflächen deutlich zunehmen wird.

Es ist davon auszugehen, dass die bereits heute großflächigen Betriebe ihre Wirkung bereits in der Vergangenheit entfaltet haben. Somit sind im Sinne des Baurechts durch eine sog. Delta-Betrachtung nur die Verkaufsflächenzuwächse und die damit verbundene Umsatzzunahmen einschließlich der zu erwartenden Attraktivitätssteigerungen durch die Vorhabenrealisierung in der Bewertung des Vorhabens prüfungsrelevant.²

Die geplanten Vorhaben sollen über einen Bebauungsplan (Sondergebiet mit Zweckbestimmung für den großflächigen Einzelhandel) realisiert werden.

Geplant ist die Erweiterung eines Rewe-Verbrauchermarkts (von rd. 1.540 qm auf rd. 1.800 qm VKF) sowie eines Aldi-Discounters (von rd. 840 qm auf rd. 1.270 qm VKF) im NVZ Rudolf-Tarnow-Straße in Hagenow. Die bereits großflächigen Märkte sind im Bewusstsein der Bevölkerung als Nahversorgungsstandorte etabliert und sind sowohl fußläufig aus den angrenzenden Wohngebieten als auch motorisiert gut erreichbar.

² Vgl. u.a. Urteile des OVG NRW in Münster (AZ 10A 1417/07 und 10A 2601/07).



3 Rahmendaten des Makrostandorts

3.1 Lage im Raum

Die Stadt Hagenow befindet sich im Westen des Bundeslands Mecklenburg-Vorpommern und ist dem Landkreis Ludwigslust-Parchim zugehörig. Sie befindet sich rd. 32 km südwestlich der Landeshauptstadt Schwerin.

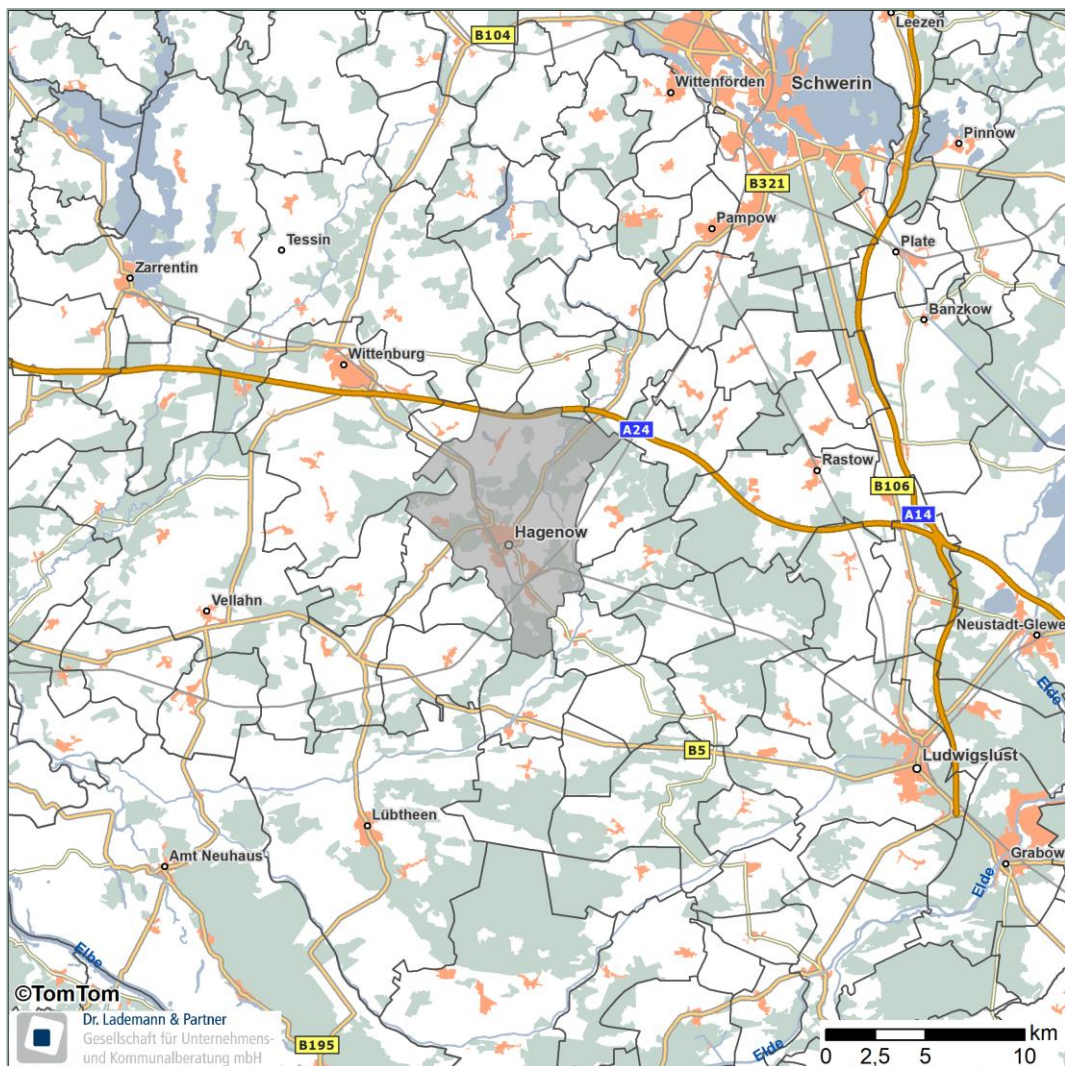


Abbildung 6: Lage im Raum



Die regionale verkehrliche Anbindung der Stadt Hagenow erfolgt v.a. über die Bundesautobahn A 24 (Hamburg – Berlin) sowie die Bundesstraße B 312. Während die A 24 das nördliche Stadtgebiet flankiert, durchquert die B 312 zentral das Stadtgebiet von Südwest nach Nordost und bindet Hagenow in Richtung Pritzier und Schwerin an.

Außerdem ist Hagenow durch zwei Bahnhöfe an das regionale Schienennetz angebunden, wobei das benachbarte Ludwigslust sporadisch durch Fernverkehrszüge bedient wird. Durch die Verkehrsgesellschaft MV ist Hagenow an das regionale ÖPNV-Netz angebunden.

Insofern kann die verkehrliche Anbindung Hagenows sowohl für den MIV als auch für den ÖPNV als gut bewertet werden.

Durch diese gute verkehrliche Anbindung und die Nähe zum Oberzentrum Schwerin und zur Metropole Hamburg weist die Stadt vergleichsweise gute wirtschaftliche Eckdaten im Gegensatz zu anderen Städten der Neuen Bundesländer auf. So kann die Stadt von bedeutenden Ansiedlungen profitieren. Hierbei ist insbesondere das Nahrungsmittelgewerbe, u.a. mit den Global Playern Danone, Kühne und Trolli, hervorzuheben. Hierbei ist auf den stetigen Ausbau der Arbeitsplätze hinzuweisen. So fungiert Hagenow als wichtiger Einpendlerstandort.

3.2 Sozioökonomische Rahmendaten

Die Zahl der in Hagenow gemeldeten Einwohner (Haupt- und Nebenwohnsitz) ist seit 2013 steigend und hat in diesem Zeitraum um 377 auf 12.176 (31.12.2015) Personen zugenommen. Jedoch ist aufgrund der gebotenen Vergleichbarkeit der dem Gutachten zugrunde liegenden Daten auf eine einheitliche Datenbasis abzustellen. Da auch die weitergehenden Daten (z.B. Ermittlung der Kaufkraft) auf Grundlage der Angaben des Statistischen Landesamts basieren, muss im Folgenden auch bei den Einwohnerdaten auf diese Datengrundlage abgestellt werden. Nur eine saubere Methodik wird der baurechtlich geforderten Worst-Case-Betrachtung gerecht.

Nach Angaben des Statistischen Landesamts verlief die Bevölkerungsentwicklung in Hagenow in Bezug auf die Hauptwohnsitze seit dem Jahr 2012 nahezu stabil (+/-0,0 %). Damit liegt die Einwohnerentwicklung in Hagenow leicht über dem negativen Trend des Landkreises Ludwigslust-Parchim (-0,3 % p.a) sowie des Durchschnitts des Bundeslands Mecklenburg-Vorpommern (- 0,3 % p.a.).



Insgesamt lebten in Hagenow nach Angaben des Statistischen Landesamts Anfang 2016 rd. 11.680 Einwohner.

Einwohnerentwicklung in Hagenow im Vergleich					
Gemeinde/ Kreis/Land	2012	2016	+/- 12/16		Veränderung p.a. in %
			abs.	in %	
Hagenow	11.692	11.679	-13	-0,1	0,0
Lübtheen	4.518	4.784	266	5,9	1,4
Vellahn	2.724	2.723	-1	0,0	0,0
Wittenburg	4.873	6.385	1.512	31,0	7,0
LK Ludwigslust-Parchim	216.759	214.113	-2.646	-1,2	-0,3
Mecklenburg-Vorpommern	1.634.734	1.612.362	-22.372	-1,4	-0,3
Quelle: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern (Stand jeweils 01.01.)					

Tabelle 2: Einwohnerentwicklung im Vergleich

Für die Prognose der Bevölkerungsentwicklung in Hagenow kann in Anlehnung an die Prognose des Statistischen Amtes Mecklenburg-Vorpommern unter Berücksichtigung der im Entwurf vorliegenden Prognosen des Kreisentwicklungsplans sowie der tatsächlichen Entwicklung in den letzten Jahren davon ausgegangen werden, dass die Einwohnerzahlen in den kommenden Jahren sinken werden.

Im Jahr 2019 (dem möglichen Zeitpunkt der vollen Marktwirksamkeit des Vorhabens) ist in Hagenow daher mit einer Bevölkerungszahl zu rechnen von

rd. 11.540 Einwohnern.

Hagenow verfügt über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 87,8. Die Kaufkraftkennziffer fällt im Vergleich zum Schnitt des Landkreises Ludwigslust-Parchim (88,9) sowie zum Landesdurchschnitt (88,7) leicht unterdurchschnittlich aus. Zugleich liegt der Untersuchungsraum deutlich unterhalb des Bundesschnitts von 100.



3.3 Zentrensystem und Verflechtungsbereich

Von Seiten der Regionalplanung wird die Stadt Hagenow als Mittelzentrum eingestuft. Dabei steht die Stadt im intensiven interkommunalen Wettbewerb mit dem Oberzentrum Schwerin (rd. 32 km nordöstlich). Darüber hinaus ist das Mittelzentrum Ludwigslust (rd. 28 km südöstlich) zu nennen. Zudem ist auf die nächstgelegenen Grundzentren Lübtheen (rd. 19 km südwestlich), Wittenburg (rd. 13 km nordwestlich) und hinzuweisen, die eine stärkere Überschneidung bei den nahversorgungsrelevanten Angeboten aufweisen.

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum induzieren unter gebotener Zugrundelegung der Angaben des Statistischen Landesamts³ aufgrund der negativen Einwohnerentwicklung (nur Hauptwohnsitze) und einer unterdurchschnittlichen Kaufkraft keine zusätzlichen Impulse für die Einzelhandelsentwicklung. Dies wurde bei der im baurechtlichen Sinne gebotenen worst-case-Betrachtung in der nachfolgenden Wirkungsprognose des Vorhabens berücksichtigt.

³ Wenngleich die von der Stadt Hagenow tatsächlich erfassten Entwicklungen sich positiver darstellen, als die Daten des Statistischen Landesamts schließen lassen, muss an dieser Stelle erneut darauf hingewiesen werden, dass Gründen der Belastbarkeit des Gutachtens keine punktuellen Anpassungen vorgenommen wurden. So schreibt die Rechtsprechung vor, dass Gutachten hinsichtlich der Methodik und der zugrundeliegenden Daten nachvollziehbar und belastbar sein müssen. Dies wäre mit der Aufnahme verschiedener Quellen nicht mehr gegeben.



4 Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial

4.1 Methodische Vorbemerkungen

Zur Ermittlung des Einzugsgebiets wurden die Einzugsbereiche vergleichbarer Bestandsobjekte ausgewertet und im Analogieschlussverfahren auf das Vorhaben in Hagenow übertragen.

Dabei ist neben der Erreichbarkeit des Standorts und des Agglomerationsumfelds vor allem die Wettbewerbssituation im Raum für die konkrete Ausdehnung des Einzugsgebiets ausschlaggebend. Die Wettbewerbsstruktur im Raum kann sowohl limitierend als auch begünstigend auf die Ausdehnung des Einzugsgebiets wirken. Darüber hinaus sind räumlich-funktionale Barrieren, wie Straßen- und Bahntrassen, zu beachten.

Im Wettbewerb steht das Vorhaben vor allem mit den typgleichen Lebensmittel-discountern und Verbrauchermärkten sowie den typähnlichen Supermärkten.

4.2 Wettbewerb im Raum

In der nachfolgenden Karte sind die regionalen Angebotsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel sowie die zentralen Versorgungsbereiche dargestellt, die die räumliche Ausprägung des Einzugsgebiets beeinflussen.

Im Hagenower Stadtgebiet sind neben den zu erweiternden Betrieben (Aldi und Rewe) vier weitere Discounter (Penny, Netto Marken-Discount, Netto Stavenhagen und Norma) sowie ein Verbrauchermarkt (Markant) und ein Supermarkt (Konsum) verortet. Der Wettbewerb konzentriert sich vollständig auf die Kernstadt. Die Wettbewerbssituation im Nahbereich ist somit als intensiv, im Untersuchungsraum insgesamt jedoch als moderat zu bezeichnen. Insofern ist davon auszugehen, dass die in Hagenow lebenden Einwohner auf die in der Standortkommune vorgehaltenen Nahversorgungsangebote und damit u.a. auf den Rewe bzw. Aldi-Markt orientiert sind.



Die nächstgelegenen Aldi-Standorte befinden sich in rd. 13 bis 32 km Entfernung zum Vorhabenstandort (Aldi-Märkte in Wittenburg, Pampow und Ludwigslust). Die nächstgelegenen Rewe-Standorte befinden sich in rd. 27 bis 30 km Entfernung zum Vorhabenstandort (Rewe-Märkte in Zarrentin und Schwerin). Damit liegt eine moderate Wettbewerbssituation vor, die sich begünstigend auf die Ausdehnung des Einzugsgebiets resp. den Streukundenanteil auswirkt.

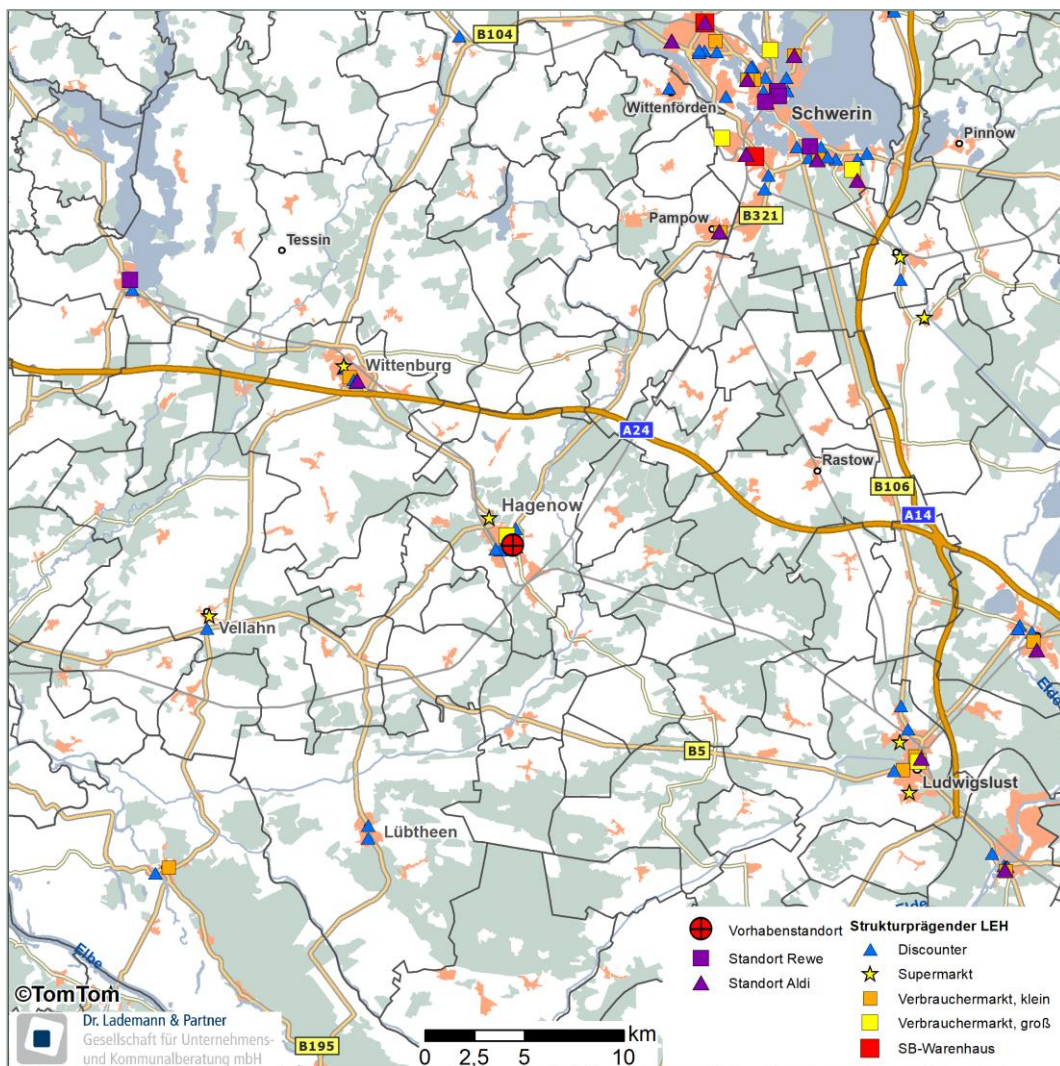


Abbildung 7: Nahversorgungsrelevante Wettbewerbsstruktur im Raum



4.3 Herleitung des Einzugsgebiets

Aufgrund der Distanzempfindlichkeit der Verbrauchernachfrage resp. der Nähe zu Einkaufsalternativen sinkt der Marktanteil mit zunehmender Entfernung zwischen Wohn- und Vorhabenstandort, weshalb das Einzugsgebiet für die weiteren Betrachtungen in zwei Zonen untergliedert wurde.

Dr. Lademann & Partner gehen nicht davon aus, dass es durch das Vorhaben zu einer räumlichen Ausweitung des bestehenden Einzugsgebiets kommen wird. Vielmehr ist von einer Erhöhung der Nachfrageabschöpfung (Marktdurchdringung) im bereits bestehenden Einzugsgebiet auszugehen.

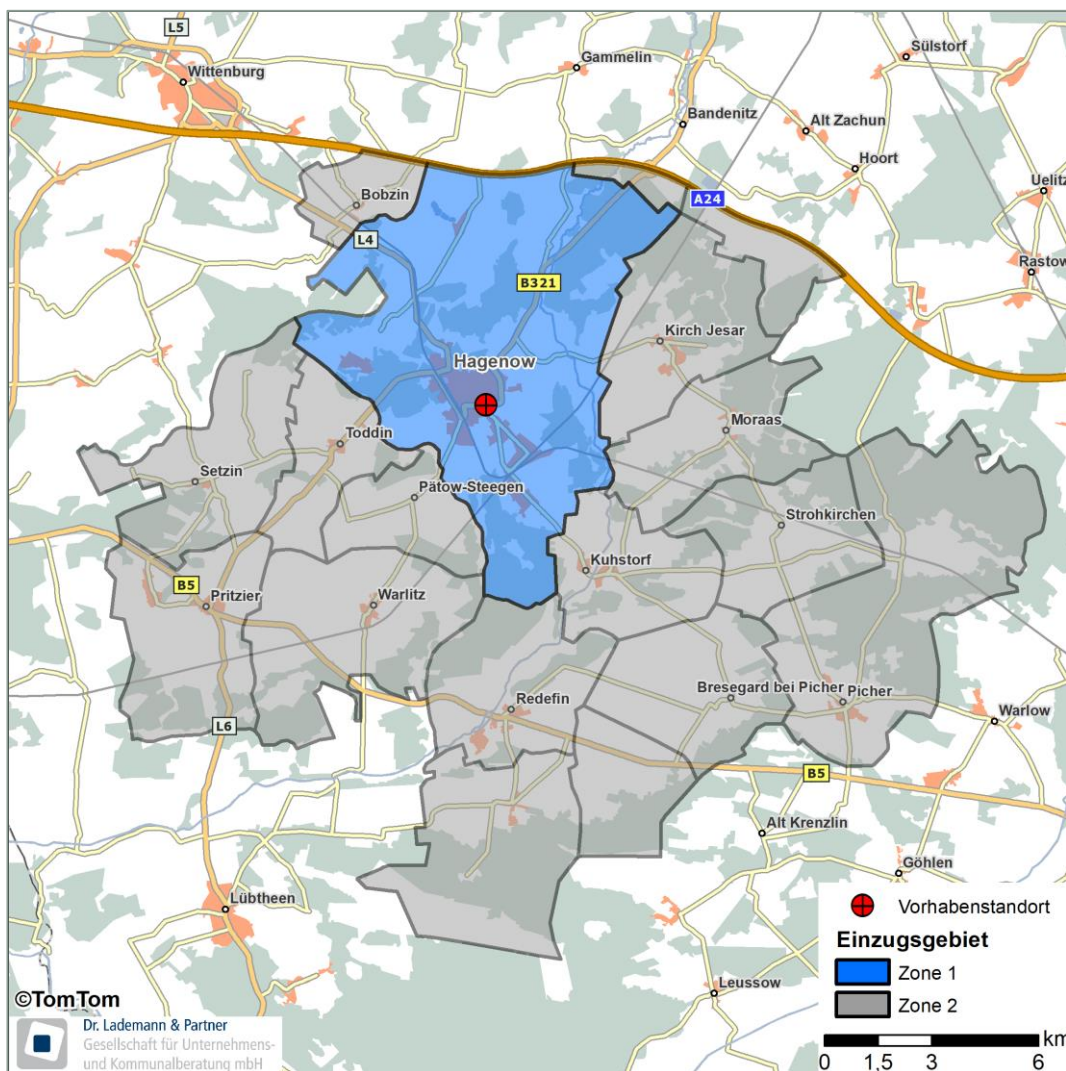


Abbildung 8: Einzugsgebiet des Vorhabens



Das Einzugsgebiet des Vorhabens umfasst in der Zone 1 das nahezu gesamte Hagenower Stadtgebiet und wird im Norden durch die Bundesautobahn A 24 begrenzt. Die Zone 2 wird durch die angrenzenden Gemeinden (zum Teil ebenfalls durch die A 24 begrenzt) Belsch, Bobzin, Bresegard bei Picher, Groß Krams, Kirch Jesar, Kuhstorf, Moraas, Pätow-Steegen, Picher, Pritzler, Redefin, Setzin, Strohkirchen, Toddin und Warlitz gebildet.

In dem Einzugsgebiet des Vorhabens lebten mit Stand 2017 nach Angaben des Statistischen Landesamts rd. 18.200 Personen.

Aufgrund der von dem Statistischen Landesamt und im Abgleich mit den Prognosen des Kreisentwicklungskonzepts (Entwurf) prognostizierten Bevölkerungsveränderungen kann von einem insgesamt schrumpfenden Einwohnerpotenzial in 2019 ausgegangen werden von

rd. 18.000 Einwohnern.

Darüber hinaus ist mit einer Potenzialreserve⁴ von insgesamt etwa 10 % der Grundnachfrage (Einwohneräquivalent von 2.000 Personen) zu rechnen.

Insgesamt umfasst das hier dem Gutachten zugrundeliegende Kundenpotenzial des Vorhabens in Hagenow somit

gut 20.000 Personen.

Einzugsgebiet des Vorhabens in Hagenow		
Bereich	2017	2019
Zone 1	11.680	11.540
Zone 2	6.510	6.430
Einzugsgebiet	18.190	17.970
Potenzialreserve (10 %)	2.020	2.000
Gesamt	20.210	19.970
Quelle: Eigene Berechnungen der Dr. Lademann & Partner GmbH.		

Tabelle 3: Kundenpotenzial des Vorhabens in Hagenow

⁴ Diese setzt sich aus Streukunden zusammen, die nur sporadisch am Vorhabenstandort einkaufen werden (z.B. Berufstätige/Pendler, Zweitwohnsitze, Bundeswehrangehörige, Durchreisende, Zufallskunden sowie Verbraucher, die außerhalb des Einzugsgebiets leben und nur selten am Standort einkaufen). Hierbei wurden auch aktuelle Befragungen von Aldi zur Kundenherkunft berücksichtigt.



4.4 Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial

Auf der Grundlage der Einwohnerzahlen⁵ und der Kaufkraft⁶ im Einzugsgebiet sowie des zu Grunde gelegten Pro-Kopf-Ausgabesatzes beträgt das Nachfragepotenzial für die vorhabenrelevanten Sortimente inklusive Potenzialreserve aktuell rd. 97,1 Mio. €.

Bis zur prospektiven vollen Marktwirksamkeit des Vorhabens im Jahr 2019 ist angesichts der prognostizierten Bevölkerungsentwicklung für das Einzugsgebiet insgesamt von einem rückläufigen Nachfragepotenzial (inkl. Potenzialreserve) auszugehen von

rd. 96,0 Mio. € (- 1,2 Mio. €).

Davon entfallen rd. 51,3 Mio. € auf den periodischen Bedarf.

Nachfragepotenzial des Vorhabens 2019 in Mio. €				
Daten	Zone 1	Zone 2	Potenzialreserve*	Gesamt
Periodischer Bedarf	29,2	16,3	5,8	51,3
Aperiodischer Bedarf**	25,4	14,2	5,0	44,7
Gesamt	54,6	30,6	10,8	96,0

Quelle: Eigene Berechnungen. *Potenzialreserve: 10 % des Nachfragepotenzials im Einzugsgebiet. **ohne Möbel.

Tabelle 4: Nachfragepotenzial des Vorhabens (2019)

Insgesamt beträgt das Kundenpotenzial des Vorhabens in 2019 nach Angaben des Statistischen Landesamts etwa 20.000 Personen. Das vorhabenrelevante Nachfragepotenzial wird im Jahr der Marktwirksamkeit im Einzugsgebiet des Vorhabens etwa 96 Mio. € betragen.

⁵ Vgl. Angaben des Statistischen Landesamts im Abgleich mit dem Entwurf der Kreisentwicklungsprognose.

⁶ Vgl. Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern der GfK Geomarketing.



5 Analyse der Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet

Im nachfolgenden Kapitel werden die versorgungsstrukturellen Angebotsstrukturen sowie die städtebauliche Ausgangslage in den betroffenen Standortlagen im Untersuchungsraum des Einzugsgebiets des Vorhabens analysiert.

5.1 Nahversorgungsrelevante Verkaufsflächenstruktur

Zur Bestimmung der vorhabenrelevanten Wettbewerbs- und Angebotsituation wurde im August 2017 durch Dr. Lademann & Partner eine vollständige Erhebung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbestands im Einzugsgebiet des Vorhabens durchgeführt.

Den Ergebnissen dieser Erhebungen zufolge wird im Einzugsgebiet des Vorhabens eine nahversorgungsrelevante Verkaufsfläche (ohne aperiodische Randsortimente) von

rd. 10.600 qm

vorgehalten. Mit rd. 3.700 qm Verkaufsfläche entfällt damit mehr als ein Drittel der Angebote auf die Innenstadt Hagenows sowie mit rd. 2.200 qm Verkaufsfläche etwas weniger als ein Viertel auf das NVZ Rudolf-Tarnow-Straße.

Verkaufsflächenstruktur des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels im Einzugsgebiet		
Periodischer Bedarf	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in qm
ZVB Innenstadt	19	3.715
NVZ Rudolf-Tarnow-Straße	4	2.230
NVZ Kietz (in Planung)	3	890
Sonstige Lagen	16	3.370
Zone 1 (Hagenow)	42	10.205
Zone 2 (Umland)	5	355
Einzugsgebiet gesamt	47	10.560

Quelle: Dr. Lademann & Partner.

Tabelle 5: Verkaufsflächenstruktur des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels



Die Verkaufsflächendichte im Einzugsgebiet beträgt rd. 580 qm je 1.000 Einwohner und liegt damit etwas oberhalb des bundesdeutschen Durchschnitts von rd. 500 qm bis 520 qm VKF je 1.000 Einwohner. Prospektiv kommt es u.E. darauf an, die bestehenden Angebote in Hagenow den heutigen Markt-konzepten des Einzelhandels anzupassen, um Umsatzabflüsse in das Umland zu verhindern.

Folgende Darstellung gibt einen Überblick über die räumliche Lage der struktur-prägenden Nahversorgungsbetriebe ab rd. 400 qm Verkaufsfläche (ohne Geträn-kemärkte und Drogeriefachmärkte) innerhalb des Einzugsgebiets des Vorhabens.

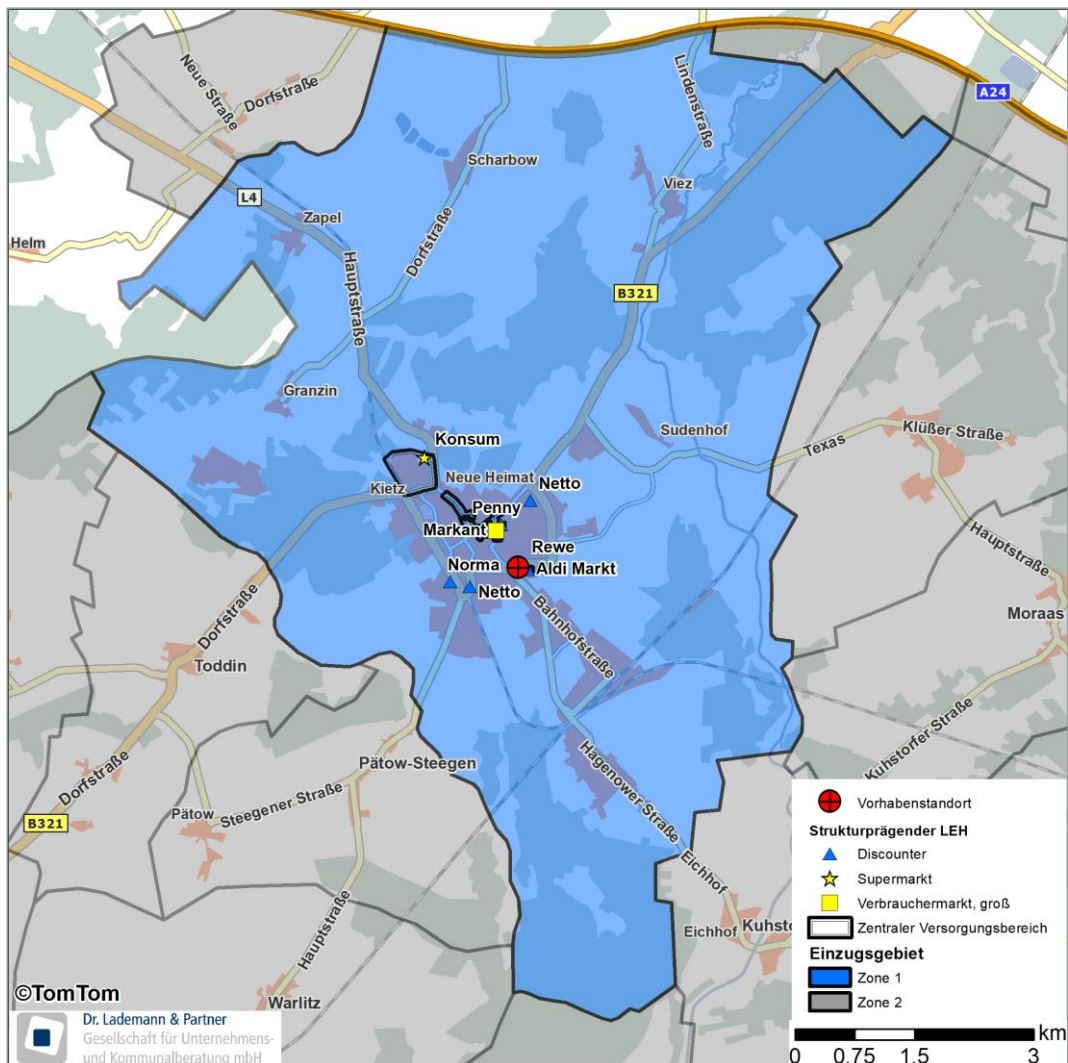


Abbildung 9: Nahversorgungsrelevante Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet



Die flächengrößten vorhabenrelevanten Anbieter (LEH > 400 qm Verkaufsfläche) innerhalb des Untersuchungsraums sind neben dem Rewe-Verbrauchermarkt sowie dem Aldi-Lebensmitteldiscounter in Hagenow (Zone 1):

Zone 1:

- Penny-Lebensmitteldiscounter, Möllner Straße 51a, Hagenow, ZVB Innenstadt
- Markant-Verbrauchermarkt, Robert-Stock-Straße 2, Hagenow, ZVB Innenstadt
- Konsum-Supermarkt, Kießender Ring 31, Hagenow, NVZ Kietz (in Planung)
- Netto-Lebensmitteldiscounter, Friedrich-Heincke-Str. 58, Hagenow, Sonstige Lagen
- Netto-Lebensmitteldiscounter, Goethestraße 6, Hagenow, Sonstige Lagen
- Norma-Lebensmitteldiscounter, Söringstraße 3, Sonstige Lagen

Innerhalb der Zone 2 befinden sich keine strukturprägenden Lebensmittelanbieter > 400 qm Verkaufsfläche.

Die nächstgelegenen strukturprägenden Lebensmittelmärkte werden im Folgenden abgebildet (keine abschließende Darstellung):



Abbildung 10: Norma-Discounter, Sonstige Lagen, Zone 1



Abbildung 11: Netto-Discounter, Sonstige Lagen, Zone 1



Abbildung 12: Netto-Discounter, Sonstige Lagen, Zone 1



Abbildung 13: Markant-Verbrauchermarkt, ZVB Innenstadt, Zone 1



5.2 Nahversorgungsrelevante Umsatzstruktur

Die Umsätze für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel im Einzugsgebiet wurden auf der Grundlage allgemeiner Branchenkenzziffern, der ermittelten Verkaufsflächen sowie der spezifischen Wettbewerbssituation standortgewichtet ermittelt.

Der Brutto-Umsatz bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten (ohne aperiodische Randsortimente) innerhalb des Einzugsgebiets beläuft sich auf insgesamt rd. 49 Mio. €.

Umsatzseitig betrachtet, entfällt dieses fast ausschließlich auf die Angebote im Mittelzentrum Hagenow (=Zone 1).

Umsatzstruktur des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels im Einzugsgebiet		
Periodischer Bedarf	Umsatz in Mio. €	Flächenprod. in €/qm
ZVB Innenstadt	19,1	5.150
NVZ Rudolf-Tarnow-Straße	11,5	5.170
NVZ Kietz (in Planung)	2,8	3.100
Sonstige Lagen	13,9	4.120
Zone 1 (Hagenow)	47,3	4.640
Zone 2 (Umland)	1,5	4.280
Einzugsgebiet gesamt	48,8	4.630

Quelle: Dr. Lademann & Partner.

Tabelle 6: Umsatzstruktur des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels

Die durchschnittliche Flächenproduktivität für diese Sortimentsgruppe beträgt insgesamt rd. 4.600 € je qm Verkaufsfläche und wird im Wesentlichen von dem umsatzstarken Lebensmitteldiscounter Aldi sowie den Kleinflächen getrieben.

Daraus resultiert eine nahversorgungsrelevante Einzelhandelszentralität von rd. 106 % für das Einzugsgebiet, die auf leichte Kaufkraftzuflüsse weist.

Auf einer nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche von insgesamt rd. 10.600 qm innerhalb des Einzugsgebiets werden rd. 49 Mio. € Umsatz generiert. Sowohl die Verkaufsflächendichte als auch die Einzelhandelszentralität deuten auf Nachfragezuflüsse aus dem Einzugsgebiet des Vorhabens hin.



5.3 Analyse der städtebaulichen Ausgangslage im Einzugsgebiet des Vorhabens

ZVB Innenstadt Hagenow

Der nächstgelegene zentrale Versorgungsbereich ist das Innenstadtzentrum in Hagenow, welcher sich rd. 700 m nordwestlich vom Vorhabenstandort entfernt befindet. Dieses Zentrum umfasst die Lange Straße im Westen, den Bereich um die Grubenstraße/Hirtenstraße/Bergstraße sowie den davon östlich angrenzenden Teilbereich der Möllner Straße sowie Robert-Storck-Straße.



Abbildung 14: Lange Straße, ZVB Innenstadt Hagenow

Mit einem Penny-Lebensmitteldiscounter (ca. 750 qm GVKF) sowie einem Markt-Verbrauchermarkt (ca. 1.650 qm GVKF) befinden sich typgleiche Wettbewerbsbetriebe in diesem Zentrum. Weitere Magnetbetriebe sind die Drogeriemärkte Budnikowsky (< 400 qm GVKF) und Rossmann (> 700 qm GVKF). Ergänzt wird das Angebot von weiteren überwiegend nahversorgungs- und zentrenrelevanten kleinflächigen Einzelhandelsbetrieben, Gastronomie und Dienstleistungsangeboten sowie innenstadttypischen Nutzungen (u.a. Rathaus). Innerhalb des Zentrums sind eine Reihe von kleinflächigen Leerstände vorzufinden.



Das Innenstadtzentrum verfügte zum Erhebungszeitpunkt über eine nahversorgungsrelevante Verkaufsflächenausstattung von rd. 3.700 qm. Auf dieser wird ein Umsatz von rd. 19,1 Mio. € generiert. Für die Einwohner im Untersuchungsraum stellt der Standort somit derzeit die bedeutsamste Einkaufslage für nahversorgungsrelevante Sortimente im Stadtgebiet Hagenows dar. Positiv sind v.a. das städtebauliche Ambiente entlang der Lange Straße und die Angebotsvielfalt hervorzuheben. Das Zentrum erfüllt seine Versorgungsfunktion für die Stadt Hagenow und ist trotz existierender Leerstände als stabil zu bewerten.

NVZ Rudolf-Tarnow-Straße (Vorhabenstandort)

Das Nahversorgungszentrum Rudolf-Tarnow-Straße befindet sich in der südöstlichen Kernstadt von Hagenow. Die Einkaufslage befindet sich östlich des Kreuzungsbereichs der Bahnhofstraße mit der Rudolf-Tarnow-Straße.



Abbildung 15: Paderborner Straße, Nahversorgungszentrum Rudolf-Tarnow-Straße



Als wesentliche nahversorgungsrelevante Magnetbetriebe sind ein Rewe-Verbrauchermarkt (zzt. >1.500 qm GVKF) sowie ein Aldi-Discounter (zzt. > 800 qm GVKF) zu nennen. Ergänzt wird das Angebot durch einen Kik-Bekleidungsfachmarkt, einem Bäcker sowie einer Tankstelle.

Das Zentrum verfügt über rd. 2.200 qm nahversorgungsrelevante Verkaufsfläche (Umsatz rd. 11,5 Mio. €) und wird der Funktion der Nahversorgung für die Einwohner der Kernstadt sowie angrenzender Bereiche gerecht. Es ist als stabil zu bewerten und wird durch das Vorhaben perspektivisch gestärkt. In diesem Kontext würde jedoch die räumliche Abgrenzung gem. Einzelhandelskonzept 2011 überschritten werden.

NVZ Kietz (in Planung)

Innerhalb des definierten Einzugsgebiets liegt außerdem das Nahversorgungszentrum Kietz, welches jedoch noch in Planung befindlich ist (rd. 2,2 km nordwestlich des Vorhabenstandorts) in der nördlichen Kernstadt Hagenows. Die Einkaufslage befindet sich nordwestlich des Kreuzungsbereichs der Wittenburger Straße mit der Straße des Friedens.



Abbildung 16: Konsum-Supermarkt, Nahversorgungszentrum Kietz (in Planung)



Als wesentlicher nahversorgungsrelevanter Magnetbetrieb ist ein Konsum-Supermarkt zu nennen. Ergänzt wird das Angebot durch einen Getränkemarkt. Darüber hinaus befindet sich ein größerer Leerstand am Standort.

Das Zentrum in Planung verfügt derzeit über rd. 900 qm nahversorgungsrelevante Verkaufsfläche (Umsatz rd. 2,8 Mio. €) und wird der Funktion der Nahversorgung für die Einwohner der nördlichen Kernstadt sowie angrenzender Bereiche jedoch nur teilweise gerecht.

Im Einzugsgebiet des Vorhabens befinden sich mit dem Innenstadtzentrum Hagenow sowie dem Nahversorgungszentrum Rudolf-Tarnow-Straße zwei zentrale Versorgungsbereiche sowie mit dem NVZ Kietz ein weiterer in Planung. Die beiden Zentren werden ihrer zugewiesenen Versorgungsfunktionen für die Gesamtstadt und sind als stabil zu beschreiben. Das NVZ in Planung erfüllt diese Funktion derzeit immer noch nicht.



6 Vorhaben- und Wirkungsprognosen

6.1 Marktanteils- und Umsatzprognose

Bei der Betrachtung des Einzugsgebiets eines Einzelhandelsbetriebs sind zwei Dimensionen zu beachten:

- die räumliche Ausdehnung des Einzugsgebiets und
- die Höhe der Nachfrageabschöpfung in diesem Gebiet.

Während das Einzugsgebiet den Raum repräsentiert, aus dem ein Handelsstandort regelmäßig seine Kunden gewinnt, bezeichnet der Marktanteil den Umfang an Nachfrage, den ein Handelsstandort aus diesem Gebiet binden kann.

Die Umsatzprognose für das Vorhaben basiert auf der Einschätzung erzielbarer Nachfrageabschöpfungen (Marktanteile) der geplanten Nutzung im Einzugsgebiet auf Grundlage von umfangreichen Erfahrungswerten und empirischen Untersuchungen. Neben der Entfernung zum Vorhabenstandort wurde dabei auch die Wettbewerbssituation im Raum berücksichtigt.

6.1.1 Erweiterung von Aldi und Rewe

Für das Gesamtvorhaben, der Erweiterung und Neuaufstellung eines Aldi- sowie Rewe-Markts, ist davon auszugehen, dass es künftig insgesamt einen Marktanteil im Einzugsgebiet von etwa 16 % erreichen wird. Der prospektiv höchste Marktanteil wird dabei aufgrund des Betriebstyps im nahversorgungsrelevanten bzw. periodischen Bedarf erzielt. In der Zone 1 wird dieser bei rd. 29 %, in der Zone 2 bei rd. 26 % liegen.



Marktanteile des Vorhabens im Einzugsgebiet nach Vorhabenrealisierung*			
Periodischer Bedarf	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	29,2	16,3	45,5
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	8,4	4,2	12,6
Marktanteile	29%	26%	28%
Aperiodischer Bedarf			
Marktpotenzial (Mio. €)	25,4	14,2	39,7
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,6	0,3	0,9
Marktanteile	2,4%	2,1%	2,3%
Gesamt			
Marktpotenzial (Mio. €)	54,6	30,6	85,2
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	9,0	4,5	13,5
Marktanteile	17%	15%	16%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.

Tabelle 7: Marktanteile des Vorhabens im Einzugsgebiet (nach Erweiterung/Umstrukturierung)

Unter Berücksichtigung zusätzlicher Streuumsätze von 10 %, die räumlich nicht genau zuzuordnen sind und aus der o.g. Potenzialreserve gespeist werden, errechnet sich das Gesamtumsatzpotenzial des Vorhabens. Danach wird sich der einzelhandelsrelevante Brutto-Umsatz des Vorhabens bei einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von rd. 4.750 € je qm Verkaufsfläche auf insgesamt rd. 15,1 Mio. € belaufen,

wovon mit rd. 14,0 Mio. € der Schwerpunkt auf den periodischen Bedarf entfällt.

Umsatzstruktur des Vorhabens (nach Vorhabenrealisierung)			
Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächenproduktivität*	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf	2.860	4.910	14,0
<i>davon Rewe-Markt</i>	<i>1.620</i>	<i>4.500</i>	<i>7,3</i>
<i>davon Bäcker im Rewe-Markt</i>	<i>100</i>	<i>6.000</i>	<i>0,6</i>
<i>davon Aldi-Markt</i>	<i>1.140</i>	<i>5.400</i>	<i>6,2</i>
aperiodischer Bedarf	310	3.250	1,0
<i>davon Rewe-Markt</i>	<i>180</i>	<i>3.000</i>	<i>0,5</i>
<i>davon Aldi-Markt</i>	<i>130</i>	<i>3.600</i>	<i>0,5</i>
Gesamt	3.170	4.750	15,1

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet.

Tabelle 8: Umsatzstruktur des Vorhabens im Einzugsgebiet (nach Erweiterung/Umstrukturierung)



Bei dem Vorhaben handelt es sich allerdings um die Erweiterung von bereits in Hagenow ansässigen Betrieben. Die bestehenden Märkte haben mit ihren Umsätzen ihre Wirkung bereits in der Vergangenheit induziert. Aktuell beläuft sich der Marktanteil des Vorhabens im Einzugsgebiet insgesamt auf rd. 13 %, bzw. im periodischen Bedarf auf rd. 22 %.

Aktuell stellt sich die Umsatzstruktur am Standort wie folgt dar:

Umsatzstruktur des Vorhabens (status quo)			
Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächenproduktivität*	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf	2.190	5.140	11,3
<i>davon Rewe-Markt</i>	<i>1.390</i>	<i>4.800</i>	<i>6,7</i>
<i>davon Bäcker im Rewe-Markt</i>	<i>40</i>	<i>6.500</i>	<i>0,3</i>
<i>davon Aldi-Markt</i>	<i>760</i>	<i>5.700</i>	<i>4,3</i>
aperiodischer Bedarf	230	3.540	0,8
<i>davon Rewe-Markt</i>	<i>150</i>	<i>3.300</i>	<i>0,5</i>
<i>davon Aldi-Markt</i>	<i>80</i>	<i>4.000</i>	<i>0,3</i>
Gesamt	2.420	4.990	12,1

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet.

Tabelle 9: Umsatzstruktur des Vorhabens (Status quo)

Der Umsatzzuwachs⁷ (inkl. Streuumsätzen) wird im standortspezifischen worst-case insgesamt etwa bei rd. 3,0 Mio. € liegen. Davon entfallen rd. 2,8 Mio. € auf den periodischen Bedarfsbereich.

⁷ Bei einem Erweiterungsvorhaben sind im Sinne des Baurechts nur die mit der Erweiterung erzielten Zusatzumsätze prüfungsrelevant, da der bestehende Betrieb seine Wirkungen bereits in der Vergangenheit entfaltet hat. Allerdings ist im Kontext einer sogenannten Delta-Betrachtung neben der quantitativen Verkaufsflächenerweiterung v.a. der wahrnehmbare Attraktivitätszuwachs als umsatzfördernd mit zu berücksichtigen.



Umsatzzuwachs des Vorhabens (durch Vorhabenrealisierung)		
Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf	670	2,8
<i>davon Rewe-Markt</i>	230	0,6
<i>davon Bäcker im Rewe-Markt</i>	60	0,3
<i>davon Aldi-Markt</i>	380	1,8
aperiodischer Bedarf	80	0,2
<i>davon Rewe-Markt</i>	30	0,0
<i>davon Aldi-Markt</i>	50	0,1
Gesamt	750	3,0

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 10: Umsatzzuwachs durch Vorhabenrealisierung

Im standortspezifischen worst-case zeigen die Marktanteilszuwächse im Einzugsgebiet folgendes Bild:

Marktanteilszuwachs des Vorhabens im Einzugsgebiet (durch Vorhabenrealisierung)*			
Periodischer Bedarf	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	29,2	16,3	45,5
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	1,7	0,8	2,5
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	6%	5%	6%
Aperiodischer Bedarf			
Marktpotenzial (Mio. €)	25,4	14,2	39,7
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	0,12	0,06	0,17
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	0,5%	0,4%	0,4%
Gesamt			
Marktpotenzial (Mio. €)	54,6	30,6	85,2
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	1,8	0,9	2,7
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	3%	3%	3%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.

Tabelle 11: Marktanteilszuwachs durch die Vorhabenrealisierung

Für die Erweiterung und Umstrukturierung des Aldi-Discounters, des Rewe-Markts sowie des Bäckers um rd. 750 qm VKF auf rd. 3.200 qm VKF ist von einem prospektiven Marktanteilszuwachs im periodischen Bedarf innerhalb des Einzugsgebiets von rd. 6 %-Punkten auszugehen. Nach den Modellrechnungen ergibt sich daraus ein zusätzliches Umsatzpotenzial von rd. 2,8 Mio. € (inkl. aperiodische Randsortimente: rd. 3,0 Mio. €).



6.1.2 Erweiterung des Kik-Bekleidungsfachmarkts

Im Zuge der Umstrukturierung des Nahversorgungszentrums Rudolf-Tarnow-Straße wird zudem eine Erweiterung des Kik-Bekleidungsfachmarkts erwogen (von derzeit 661 qm auf max. 799 qm VKF). Bisher ist der Kik-Markt Mieter innerhalb der Rewe-Immobilie verortet, muss jedoch im Zuge der Erweiterung des Rewe-Markts verlagern. Dies soll voraussichtlich in einen Neubau auf der gegenüberliegenden Straßenseite geschehen.

Veränderung der Verkaufsflächenstruktur des Kik-Vorhaben			
Branchenmix	VKF in qm Status quo	VKF in qm Zuwachs	max. VKF in qm nach Erweiterung
aperiodischer Bedarf	661	138	799
<i>davon Bekleidung, Wäsche</i>	<i>460</i>	<i>99</i>	<i>559</i>
<i>davon Sonstige Hartwaren</i>	<i>200</i>	<i>40</i>	<i>240</i>
Gesamt	661	138	799

Quelle: Dr. Lademann & Partner nach Angaben des Auftraggebers

Tabelle 12: Vorhabenstruktur des Kik-Markts

Rund zwei Drittel der Verkaufsfläche (max. 559 qm) würden durch das Sortiment Bekleidung/Wäsche belegt, ein Drittel der weiteren Fläche (max. 240 qm) durch sonstige – überwiegend zentrenrelevante - Hartwaren (u.a. Schuhe/Lederwaren, Hausrat, GPK, Wohnaccessoires, Geschenkartikel, Haus- und Heimtextilien, Bücher-/Schreibwaren).

Für das Gesamtvorhaben ist davon auszugehen, dass es künftig insgesamt einen Marktanteil im Einzugsgebiet von max. 5 % erreichen wird. Der prospektiv höchste Marktanteil wird dabei aufgrund des Betriebstyps im Sortiment Bekleidung/Wäsche erzielt. In der Zone 1 wird dieser bei max. 11 %, in der Zone 2 bei max. 9 % liegen.



Marktanteile des Kik-Markts im Einzugsgebiet nach Vorhabenrealisierung*			
Bekleidung, Wäsche	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	4,4	2,5	6,9
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,5	0,2	0,7
Marktanteile	11%	9%	10%
Sonstige Hartwaren			
Marktpotenzial (Mio. €)	8,1	4,5	12,6
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,2	0,1	0,3
Marktanteile	2%	2%	2%
Gesamt			
Marktpotenzial (Mio. €)	12,5	7,0	19,5
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,6	0,3	1,0
Marktanteile	5%	5%	5%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.

Tabelle 13: Marktanteile des Kik-Vorhabens im Einzugsgebiet (nach Erweiterung)

Unter Berücksichtigung zusätzlicher Streuumsätze von 10 %, die räumlich nicht genau zuzuordnen sind und aus der o.g. Potenzialreserve gespeist werden, errechnet sich das Gesamtumsatzpotenzial des Vorhabens. Danach wird sich der einzelhandelsrelevante Brutto-Umsatz des Kik-Vorhabens bei einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von rd. 1.340 € je qm Verkaufsfläche auf insgesamt

max. 1,1 Mio. € belaufen,

wovon mit max. 0,8 Mio. € der Schwerpunkt auf das Sortiment Bekleidung entfällt.

Umsatzstruktur des Kik-Markts (nach Vorhabenrealisierung)			
Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächenproduktivität*	Umsatz in Mio. €
aperiodischer Bedarf	799	1.340	1,1
<i>davon Bekleidung, Wäsche</i>	<i>559</i>	<i>1.400</i>	<i>0,8</i>
<i>davon Sonstige Hartwaren</i>	<i>240</i>	<i>1.200</i>	<i>0,3</i>
Gesamt	799	1.340	1,1

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet.

Tabelle 14: Umsatzstruktur des Kik-Vorhabens im Einzugsgebiet (nach Erweiterung)



Bei dem Vorhaben handelt es sich allerdings um die Erweiterung eines bereits in Hagenow ansässigen Betriebs. Der bestehende Markt hat mit seinen Umsätzen seine Wirkung bereits in der Vergangenheit induziert. Aktuell beläuft sich der Marktanteil des Vorhabens im Einzugsgebiet insgesamt auf rd. 4 %, bzw. im Sortiment Bekleidung/Wäsche auf rd. 9 %.

Aktuell stellt sich die Umsatzstruktur am Standort wie folgt dar:

Umsatzstruktur des Kik-Markts (status quo)			
Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächenproduktivität*	Umsatz in Mio. €
aperiodischer Bedarf	660	1.420	0,9
<i>davon Bekleidung, Wäsche</i>	<i>460</i>	<i>1.500</i>	<i>0,7</i>
<i>davon Sonstige Hartwaren</i>	<i>200</i>	<i>1.250</i>	<i>0,3</i>
Gesamt	660	1.420	0,9

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet.

Tabelle 15: Umsatzstruktur des Kik-Vorhabens (Status quo)

Der Umsatzzuwachs⁸ (inkl. Streuumsätzen) wird im standortspezifischen worst-case insgesamt etwa bei rd. 0,1 Mio. € liegen.

Umsatzzuwachs des Kik-Markts (durch Vorhabenrealisierung)		
Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
aperiodischer Bedarf	139	0,13
<i>davon Bekleidung, Wäsche</i>	<i>99</i>	<i>0,09</i>
<i>davon Sonstige Hartwaren</i>	<i>40</i>	<i>0,04</i>
Gesamt	139	0,13

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet.

Tabelle 16: Umsatzzuwachs durch Vorhabenrealisierung (Kik)

⁸ Bei einem Erweiterungsvorhaben sind im Sinne des Baurechts nur die mit der Erweiterung erzielten Zusatzumsätze prüfungsrelevant (Delta-Betrachtung), da der bestehende Betrieb seine Wirkungen bereits in der Vergangenheit entfaltet hat. Allerdings ist neben der quantitativen Verkaufsflächenerweiterung v.a. der wahrnehmbare Attraktivitätszuwachs als umsatzfördernd mit zu berücksichtigen.



Im standortspezifischen worst-case zeigen die Marktanteilszuwächse im Einzugsgebiet folgendes Bild:

Marktanteilszuwachs des Kik-Markts im Einzugsgebiet (durch Vorhabenrealisierung)*			
Bekleidung, Wäsche	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	4,4	2,5	6,9
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	0,06	0,03	0,08
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	1,3%	1,1%	1,2%
Sonstige Hartwaren			
Marktpotenzial (Mio. €)	8,1	4,5	12,6
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	0,02	0,01	0,03
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	0,3%	0,2%	0,3%
Gesamt			
Marktpotenzial (Mio. €)	12,5	7,0	19,5
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	0,08	0,04	0,12
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	0,6%	0,6%	0,6%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.

Tabelle 17: Marktanteilszuwachs durch die Vorhabenrealisierung (Kik)

Vor dem Hintergrund der moderaten Marktanteilszuwächse durch die Erweiterung des Kik-Bekleidungsfachmarkts (0,6 %-Pkt. insgesamt bzw. rd. 1,2 %-Pkt. im Segment Bekleidung/Wäsche sowie 0,3 %-Pkt. im Segment sonstige Hartwaren) wurde auf die Erarbeitung einer detaillierten Wirkungsmodellierung verzichtet. Mehr als unwesentliche Auswirkungen können angesichts des überschaubaren Marktanteilszuwachses ausgeschlossen werden. Zudem sei hierbei auf die minimalen Zusatzumsätze hinzuweisen, die unterhalb der rechnerischen Nachweisbarkeitsgrenze von 0,1 Mio. € liegen. Insofern wurde im Folgenden auf eine detaillierte Wirkungsmodellierung verzichtet.

Für die Erweiterung und Verlagerung des Kik-Bekleidungsfachmarkts um max. 139 qm VKF auf max. 799 qm VKF ist von einem prospektiven Marktanteilszuwachs im Segment Bekleidung/Wäsche innerhalb seines Einzugsgebiets von rd. 1 %-Punkt auszugehen. Auf die Erarbeitung einer detaillierten Wirkungsmodellierung wurde daher verzichtet. Mehr als unwesentliche Auswirkungen können angesichts des Marktanteilszuwachses ausgeschlossen werden.



6.2 Wirkungsprognose – Aldi und Rewe

6.2.1 Vorbemerkungen

Im Rahmen der Wirkungsprognose wird untersucht, wie sich der prognostizierte (Mehr-)Umsatz des Vorhabens unter Berücksichtigung der räumlichen Verteilung auf den Einzelhandel im Einzugsgebiet auswirken wird. Hierbei wird angenommen, dass das Vorhaben bis zum Jahr 2019 voll versorgungswirksam wird.

Die Umverteilungswirkungen werden auf Basis der bestehenden Einzelhandelsumsätze (stationärer Einzelhandel im jeweiligen Bezugsraum) ermittelt. Dabei muss zunächst die Verteilung der Wirkung des Vorhabenumsatzes mit Kunden aus der jeweiligen Einzugsgebietszone auf die einzelnen untersuchten Versorgungslagen (i.d.R. zentrale Versorgungsbereiche, Streulagen) prognostiziert werden. Einen wichtigen Anhaltspunkt dafür liefern die bisherige Verteilung der Umsätze, die Typgleichheit bzw. Typähnlichkeit des Angebots sowie die Entfernung zum Vorhabenstandort. Daneben ist zu berücksichtigen, dass ein stärker agglomerierter Standort tendenziell weniger von einem Einzelhandelsvorhaben betroffen ist.

Die Auswirkungen des Vorhabens sind im nahversorgungsrelevanten bzw. periodischen Bedarfsbereich (= Hauptsortiment) nicht direkt am Marktanteilszuwachs ablesbar; vielmehr müssen für eine fundierte Wirkungsabschätzung die Veränderungen der Nachfrageplattform bis zum Zeitpunkt der vollen Marktwirksamkeit des Vorhabens (prospektiv 2019) sowie die Nachfrageströme berücksichtigt werden:

- Sowohl das Vorhaben (in Höhe des zu erwartenden Marktanteilszuwachses) als auch die bereits vorhandenen Betriebe (in Höhe der aktuellen Bindung des Nachfragepotenzials) werden insgesamt von einer Marktschrumpfung infolge der nach Angaben des Statistischen Landesamts sowie des Landkreises Ludwigslust-Parchim prognostizierten Bevölkerungsabnahme im Einzugsgebiet betroffen sein. Dieser Effekt ist zwar nicht vorhabeninduziert, reduziert allerdings die Kompensationsmöglichkeiten des Einzelhandels und ist somit wirkungsverschärfend zu berücksichtigen.
- Wirkungsmildernd schlägt zu Buche, dass das Vorhaben in der Zone 2 in der Lage sein wird, bisherige Nachfrageabflüsse⁹ aus dem Einzugsgebiet zu reduzieren. Das heißt, der mit den Kunden aus dem Einzugsgebiet getätigte Vor-

⁹ Die Zentralität im Einzugsgebiet liegt aktuell bei rd. 106 %, in der Zone 2 bei lediglich rd. 9 %.



habenumsatz muss nicht vollständig zuvor den Händlern vor Ort zu Gute gekommen sein.

- Da die Zentralität¹⁰ des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels in der Zone 1 des Einzugsgebiets über 100 % liegt, die Nachfragezuflüsse die Abflüsse also übersteigen, ist durch das Vorhaben eine leichte Umlenkung von Nachfragezuflüssen zu erwarten, die derzeit innerhalb der Zone 1 von anderen Anbietern gebunden wird.
- Das Vorhaben wird einen Teil seiner Umsätze aus Streuumsätzen aus Bereichen außerhalb des Einzugsgebiets erzielen. In einer absoluten Worst-Case-Betrachtung werden die Umsätze aus Streuumsätzen gegen die strukturprägenden Angebote in Lübtheen (rd. 18 km entfernt, v.a. Lidl, Nahkauf, Netto) und Vellahn (rd. 18 km entfernt, v.a. Penny, Konsum) gerechnet, da in diesen Räumen eine tendenziell stärkere Umlenkung von Einkaufsorientierungen zu erwarten ist. Aufgrund der Eigenattraktivität sind zulasten von Wittenburg u.E. keine Auswirkungen zu erwarten.

Erst für den so bereinigten Umverteilungsumsatz ist anzunehmen, dass er zu Lasten anderer bestehender Einzelhandelsbetriebe umverteilt wird.

Die Wirkungen des Vorhabens im Randsortimentsbereich (aperiodischer Bedarf) werden über die Nachfrageabschöpfung im Einzugsgebiet, also über den Marktanteil bzw. dessen Zuwachs, abgebildet. Geht man davon aus, dass ein Vorhaben auch immer gewisse Anteile ohnehin abfließender Nachfrage auf sich umlenkt, kann bei einem Marktanteilszuwachs von unter 1 %-Punkt bei den Randsortimenten angenommen werden, dass die Wirkungen auf den Einzelhandel vor Ort kritische Größenordnungen bei weitem nicht erreichen. Sie haben vielmehr einen das Hauptsortiment ergänzenden Charakter. Würde man die Umsätze im aperiodischen Bedarfsbereich auf die einzelnen möglichen Sortimentsbereiche (z.B. Bekleidung, Schuhe, Elektro, Gartenbedarf, Sportartikel, Bücher, Hausrat etc.) herunter brechen und auf ein volles Geschäftsjahr beziehen, würde sich zeigen, dass die jeweiligen Marktanteile bzw. deren Zuwächse und damit auch die Umsatzumverteilungswirkungen durch die Erweiterung nur sehr gering wären. Vor diesem Hintergrund wird auf umfangreiche Berechnungen der Umsatzumverteilungswirkungen in den (aperiodischen) Randsortimentsbereichen verzichtet.

¹⁰ Die Zentralität in der Zone 1 liegt bei rd. 160 %.



6.2.2 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im periodischen Bedarf

Das Vorhaben wird mit Kunden aus seinem Einzugsgebiet im worst-case einen nahversorgungsrelevanten Mehrumsatz von rd. 2,5 Mio. € erzielen (ohne Streuumsätze). Nach Berücksichtigung der negativen Einwohnerentwicklung sowie der Nachfrageströme beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz rd. 2,9 Mio. €.

Stellt man diesen dem nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsumsatz im Einzugsgebiet gegenüber, ergibt sich prospektiv eine Umsatzumverteilung von insgesamt rd. 7,6 %.

Die Umsatzumverteilungswirkungen wirken sich jedoch unterschiedlich stark auf die untersuchten Standortlagen im Einzugsgebiet aus. Grundsätzlich werden die Wirkungen innerhalb des Nahbereichs (Zone 1, Hagenow) höher ausfallen als im Fernbereich (Zone 2, Umland). Aufgrund der räumlichen Nähe und den zu erwartenden Angebotsüberschneidungen kann zudem davon ausgegangen werden, dass die Angebote im Innenstadtzentrum Hagenows sowie in den sonstigen Lagen der Zone 1 am stärksten von dem Vorhaben betroffen sein werden (rd. 8 %). Das Nahversorgungszentrum Kietz (in Planung) weist dagegen eine geringere Umsatzumverteilungsquote von rd. 6 % auf.

Das Vorhaben wird einen Teil seines Umsatzes durch die Rückholung von Nachfrageabflüssen generieren (rd. 0,8 Mio. €). In einer überschlägigen Betrachtung werden für die Sortimente des periodischen Bedarfs unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets (strukturprägende Wettbewerber in den Gemeinden Lübtheen und Vellahn) die Umsatzrückgänge im Bereich von 6 % bis 7 % liegen.

Im Folgenden sind die Umverteilungswirkungen für die einzelnen Zonen und Standortlagen innerhalb des Einzugsgebiets dargestellt.



Wirkungsprognose des Vorhabens in Hagenow - Umsatzzuwachs (2019)						
Periodischer Bedarf	ZVB Innenstadt	NVZ Kietz (in Planung)	Sonstige Lagen	Zone 1 Gesamt	Zone 2 Gesamt	Gesamt
Vorhabenumsatz zu Lasten Standortbereich (unbereinigt) in Mio. €	0,9	0,1	0,7	1,7	0,8	2,5
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Marktschrumpfung zu Lasten des Vorhabens in Mio. €	0,01	0,00	0,01	0,02	0,01	0,03
zzgl. Partizipation der vorhandenen Betriebe an Marktschrumpfung in Mio. €	0,17	0,02	0,13	0,32	0,01	0,33
abzgl. Kompensationseffekte durch Umlenkung von Nachfrageabflüssen in Mio. €	-	-	-	-	0,8	0,8
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Umlenkung von Nachfrageabflüssen in Mio. €	0,4	0,0	0,3	0,8	-	0,8
Umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz (bereinigt) in Mio. €	1,5	0,2	1,1	2,8	0,1	2,9
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels	7,9%	6,1%	8,1%	7,8%	4,1%	7,6%

Quelle: Eigene Berechnungen; Werte gerundet; Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar.

Tabelle 18: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens

Die Umsatzumverteilungswirkungen durch die Erweiterung des Rewe-Markts sowie des Aldi-Discounters und des Bäckers um rd. 750 qm Verkaufsfläche erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner im Segment des periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereichs Werte von bis zu rd. 8 %.



7 Bewertung des Vorhabens

7.1 Zu den Bewertungskriterien

Das Vorhaben in Hagenow mit einer geplanten Gesamtverkaufsfläche von rd. 3.200 qm (für die Lebensmittelmärkte) und <800 qm VKF (für den Bekleidungsfachmarkt) ist Adressat des § 11 Abs. 3 BauNVO i.V.m. § 1 Abs. 4 und 8a BauGB sowie § 2 Abs. 2 BauGB. Außerdem sind die Bestimmungen der Landesplanung in Mecklenburg-Vorpommern¹¹ und der Regionalplanung für den Regionalen Planungsverband Westmecklenburg¹² zu berücksichtigen.

Nach § 11 Abs. 3 BauNVO ist neben den bereits angesprochenen Belangen zu prüfen, ob das Vorhaben zentrale Versorgungsbereiche und die Versorgung der Bevölkerung im Raum mehr als unwesentlich beeinträchtigt und ob die Kompatibilität mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Hagenow (2011) hergestellt werden kann.

7.2 Zur Bewertung gemäß dem Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern

Seit Juni 2016 hat das Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern Gültigkeit. Dabei sind im Kapitel 4.3.2 Einzelhandelsgroßprojekte folgende für das Vorhaben relevante Ziele als verbindliche Vorgaben zu beachten und folgende Grundsätze in die Abwägung einzustellen:

(1) Konzentrationsgebot

Einzelhandelsgroßprojekte und Einzelhandelsagglomerationen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO sind nur in Zentralen Orten zulässig.

(2) Kongruenzgebot

Einzelhandelsgroßprojekte nach (1) sind nur zulässig, wenn die Größe, die Art und die Zweckbestimmung des Vorhabens der Versorgungsfunktion des Zentralen Ortes entsprechen, den Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes nicht wesentlich über-

¹¹ Vgl. Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern 2016 (i.F. LEP MV)

¹² Vgl. Regionales Raumentwicklungsprogramm Westmecklenburg 2011 (i.F. RP Westmecklenburg).



schreiten und die Funktionen der Zentralen Versorgungsbereiche des Zentralen Ortes und seines Einzugsbereiches nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

(3) Integrationsgebot

Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind nur in Innenstädten/Ortszentren und in sonstigen Zentralen Versorgungsbereichen zulässig.

Ausnahmsweise dürfen nahversorgungsrelevante Sortimente auch außerhalb von Zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden, wenn nachweislich

- *eine integrierte Lage in den Zentralen Versorgungsbereichen aus städtebaulichen Gründen nicht umsetzbar ist,*
- *das Vorhaben zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung beiträgt und*
- *die Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden.*

Zentrenrelevante Kernsortimente sind

- *die Sortimente gemäß Abbildung 21 sowie*
- *weitere Sortimente, die von einer Gemeinde als zentrenrelevant festgelegt werden (ortspezifische Sortimentsliste).*

Die Zentralen Versorgungsbereiche sind durch die Kommunen im Rahmen ihrer Nahversorgungs- und Zentrenkonzepte zu ermitteln und planerisch zu sichern.

(5) Einzelhandelskonzepte und Zentrale Versorgungsbereiche

Zukunftsfähige Zentren- und Nahversorgungsstrukturen der Zentralen Orte sind auf der Grundlage von Einzelhandelskonzepten zu entwickeln. Dabei sind auch die Nahversorgungsstrukturen im Nahbereich der Zentralen Orte zu berücksichtigen. In den kommunalen Einzelhandelskonzepten sind die Zentralen Versorgungsbereiche festzulegen.

Zu Ziel 1:

Die Stadt Hagenow ist gemäß Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern als Mittelzentrum definiert. Dort sind Einzelhandelsgroßprojekte allgemein zulässig und richtig verortet.

Zu Ziel 2:

Das Vorhaben entspricht der mittelzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Hagenow und überschreitet nicht den Verflechtungsbereich dieses zentralen Orts. Die Funktionen der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Hagenow und seines



Einzugsbereichs werden nicht wesentlich beeinträchtigt. Das bereits über Bau NVO und BauGB erfasste Beeinträchtigungsverbot wird zudem im separaten Kapitel 7.3 behandelt.

Zu Ziel 3 und 5:

Die in Rede stehenden Bestandsbetriebe sind mit ihren überwiegend nahversorgungsrelevanten Sortimenten innerhalb der Abgrenzung des im Einzelhandelskonzept der Stadt Hagenow räumlich konkretisierten zentralen Versorgungsbereichs ‚NVZ Rudolf-Tarnow-Straße‘ verortet. Wenngleich der zentrale Versorgungsbereich funktional vorrangig die Nah- und Grundversorgung abdecken soll, kann räumlich auf eine gesamtstädtisch bedeutsame Funktion für die Versorgung der Einwohner in Hagenow und v.a. südlich angrenzender Orte ohne leistungsfähige Angebote festgestellt werden. Demnach ist die Projektierung zur Absicherung der bestehenden Angebote innerhalb des Zentrums geeignet.

Während das Vorhaben von Rewe uneingeschränkt mit dem Integrationsgebot gem. Ziel 3 in Einklang zu bringen ist, ist aufgrund von fehlenden Flächenpotenzialen nah erfolgter Neuaufstellung von Rewe sowie optionaler Neuaufstellung von Kik (im heutigen Aldi-Markt) innerhalb des räumlich konkretisierten zentralen Versorgungsbereichs bei der Planung von Aldi (und ggf. Kik) beabsichtigt, die Neuaufstellung direkt außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs vorzunehmen. Die Erweiterungsfläche unmittelbar außerhalb des heutigen Standorts von Aldi und Kik schmiegt sich zugleich unmittelbar an das bestehende Zentrum an. Flankierend wäre hinsichtlich Erfordernis und Machbarkeit zu prüfen, ob an der Rudolf-Tarnow-Straße in Ergänzung zu dem bestehenden Fußgänger- und Radweg z.B. eine bessere Querungsmöglichkeit der Bundesstraße für Fußgänger und Radfahrer zwischen den Eingängen der Lebensmittelmärkte errichtet werden kann, um einen Beitrag zum Zusammenwachsen der Teilbereiche zu leisten. Zugleich könnte hierdurch der Wegeaufwand zu den rd. 350 bis 400 m entfernten Bushaltestellen (Obi, Kath. Kirche) überschaubar gehalten werden.

Insofern werden prospektiv die beiden Teilbereiche zusammenwirken. Vor diesem Hintergrund ist u.E. für die Neuaufstellung des Aldi-Marktes ein Ausnahmetatbestand für das Integrationsgebot gegeben. Jedoch wäre zu empfehlen im Zuge der Bauleitplanung eine Anpassung des Einzelhandelskonzepts vorzunehmen, um die vollständige Übereinstimmung mit dem Ziel 3 zu erhalten. Erst nach Überarbeitung des städtebaulichen Entwicklungskonzepts wäre sodann im Erweiterungsbereich auch eine zentrenrelevante Nutzung dort kongruent. Demnach können aktuell für den Kik-Markt die Voraussetzungen des Ziels 3 nur bei einem Standort



innerhalb der räumlichen Abgrenzung des Nahversorgungszentrums als erfüllt angesehen werden (z.B. Altstandort von Aldi).

Das Vorhaben ist mit den Zielen des LEP Mecklenburg-Vorpommern nur im Falle der Aktualisierung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Hagenow vollständig in Einklang zu bringen. Für die Absicherung der Lebensmittelmärkte wäre jedoch aufgrund fehlender Flächenpotenziale ein Ausnahmetatbestand zur Verlagerung in einen sich anschmiegenden Ergänzungsbereich gegeben.

7.3 Zu den Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Versorgung

Ausgewogene Versorgungsstrukturen und damit die Funktionsfähigkeit von zentralen Orten setzen voraus, dass die zentralen Versorgungsbereiche sowie die verbrauchernahe Versorgung nicht mehr als unwesentlich beeinträchtigt werden (Beeinträchtungsverbot). Die verbrauchernahe Versorgung beinhaltet die wohnortnahe Bereitstellung von Gütern des täglichen (nahversorgungsrelevanten) Bedarfs. Eine möglichst flächendeckende Nahversorgung dient primär dem Ziel, einen aufgrund der Bedarfs- und Einkaufshäufigkeit unverhältnismäßigen Zeit- und Weheaufwand mit allen negativen Sekundärwirkungen zu vermeiden.

Die Überprüfung der eventuellen Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche und der verbrauchernahen Versorgung erfolgte im Kapitel zur Wirkungsprognose. Es stellt sich die Frage, ob es über die im Rahmen der Wirkungsprognose ermittelten marktanalytischen Auswirkungen des Vorhabens hinaus zu Beeinträchtigungen des bestehenden Einzelhandels kommen kann. Im Kern geht es um die Einschätzung, ob die ermittelten Umsatzumverteilungseffekte für eine größere Anzahl von Betrieben so gravierend sind, dass als Folge von Betriebsaufgaben eine Funktionsschwächung oder gar Verödung der Zentren droht, bzw. die Nahversorgung gefährdet ist.

Die Beantwortung der Frage, wann zentrale Versorgungsbereiche sowie die Nahversorgung in ihrer Funktionsfähigkeit beeinträchtigt sind, bedarf einer Prüfung der konkreten Umstände im Einzelfall. Allerdings ist in der Rechtsprechung verschiedener Oberverwaltungsgerichte (vgl. u.a. OVG Münster, AZ 7A 2902/93, OVG Bautzen, Beschluss 1 BS 108/02, 06.06.2002) die Meinung vertreten worden, dass als Anhaltswert ab einer Umsatzumverteilung von 10 % mehr als unwesentliche Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel nicht auszuschließen sind (sog. Abwägungsschwellenwert).



Auswirkungen durch die Absicherung der Lebensmittelmärkte

Das Vorhaben wird im worst-case in dem nahversorgungsrelevanten Sortiment eine prospektive Umsatzumverteilungsquote von rd. 8 % innerhalb des Einzugsgebiets auslösen.

Hinsichtlich der Auswirkungen auf die Zone 1 kann festgehalten werden, dass die Umsatzumverteilungsquoten durch das Umstrukturierungs- und Erweiterungsvorhaben bei rd. 8 % liegen werden. Am stärksten von dem Vorhaben betroffen sind vor allem bedingt durch die räumliche Nähe sowie Angebotsüberschneidungen, die Angebote des ZVB Innenstadt (Umsatzumverteilungsquoten von rd. 7,9 %; v.a. zulasten von Markant und Penny) sowie die sonstigen Lagen der Zone 1 (Umsatzumverteilungsquoten von rd. 8,1 %; v.a. zulasten von Netto (2x) und Norma). Das Vorhaben wird demnach in spürbaren Wettbewerb zu den bestehenden Lebensmittelmärkten treten. Die im Zuge der Verkaufsflächenerweiterung induzierten Mehrumsätze werden sich zulasten des Bestands in Hagenow dabei im oberen Bereich der noch (knapp) vertretbaren Umsatzumverteilungswirkungen bewegen.

Aufgrund der erhöhten Umsatzumverteilungswirkungen zulasten des zentralen Versorgungsbereichs Hagenow Innenstadt soll eine differenziertere Analyse hinsichtlich der Beantwortung der Frage, wann zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionsfähigkeit beeinträchtigt sind, erfolgen. So bedarf es einer Prüfung der konkreten Umstände im Einzelfall. Dabei ist insbesondere die städtebauliche Ausgangslage des Standortbereichs zu berücksichtigen. Es ist eine Gesamtbeurteilung aller städtebaulich relevanten Umstände vorzunehmen. Anhaltspunkte geben i.d.R.:

- die Verkaufsfläche des Vorhabens im Vergleich zu den im Versorgungsbereich vorhandenen Verkaufsflächen derselben Branche;
- die voraussichtliche Umsatzumverteilung;
- die Entfernung zwischen dem Vorhaben und dem betroffenen zentralen Versorgungsbereich;
- eine etwaige „Vorschädigung“ des Versorgungsbereichs oder die Gefährdung eines vorhandenen Magnetbetriebs, der maßgebliche Bedeutung für die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs hat.



Bei der Bewertung eines Vorhabens kann demnach in der Abwägung auch ein Verkaufsflächenvergleich¹³ herangezogen werden. Zwar erscheint diese Methode zur Bewertung alleine unzureichend, sie liefert jedoch in Kombination mit der detaillierten Ermittlung und Bewertung der Umsatzumverteilungseffekte wichtige ergänzende Hinweise zur Verträglichkeit des Vorhabens. An dieser Stelle sei allerdings darauf hingewiesen, dass es sich bei einem Verkaufsflächenvergleich um eine stark vereinfachte Methode zur Ermittlung von Wirkungen handelt. So wird z.B. vollständig ausgeblendet, dass das Vorhaben gegen Standorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche wirkt. Veränderungen auf der Nachfragebasis sowie die Kaufkraftströme bleiben zudem völlig unberücksichtigt.

Für den Verkaufsflächenvergleich wurde die projektierte Gesamtverkaufsfläche im Kernsortiment (Verkaufsfläche im periodischen Bedarf) dem entsprechenden Verkaufsflächenbestand in dem nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereich, dem ZVB Innenstadt Hagenow, gegenübergestellt:

- Gesamt Standortlage: 2.860 qm VKF <> Gesamt Innenstadt 3.715 qm VKF
- Rewe später: 1.620 qm <> Markant: 1.500 qm VKF
- Aldi später: 1.140 qm <> Penny: 720 qm VKF

Die Relation deutet in Bezug auf das Gesamtverkaufsflächengewicht im periodischen Bedarf nicht auf eine entstehende Schieflage hin. So ist die Innenstadt auch nach Vorhabenrealisierung stärker aufgestellt, als das hier zu stärkende Nahversorgungszentrum. Dies ist allerdings auf die arrondierenden Angebote zurückzuführen (v.a. zwei Drogeriemärkte, Lebensmittelhandwerk, etc.). Der Verkaufsflächenvergleich zwischen den typgleichen Magnetbetrieben zeigt demgegenüber, dass v.a. erhöhte wettbewerbliche Effekte zwischen Rewe und Markant sowie zwischen Aldi und Penny induziert würden.

Unter Berücksichtigung, dass die Innenstadt mit rd. 700 m räumlich vom Vorhaben abgesetzt und zentral in der Kernstadt verortet ist sowie dabei für zahlreiche Anlässe Besuchsgründe bietet (Kopplungstätigkeiten), lassen sich keine überproportional hohen Auswirkungen städtebaulicher Art erwarten.

Eine Vorschädigung der Magnetbetriebe, die auf eine besondere Sensibilität gegenüber Wettbewerbsverschärfung weisen, ist nicht zu erkennen. Beide Betriebe weisen noch marktübliche Verkaufsflächengrößen auf (sowohl für Penny als auch

¹³ Verkaufsflächenvergleich = Gegenüberstellung der projektierten Gesamtverkaufsfläche zu der im zentralen Versorgungsbereich vorhandenen vorhabenrelevanten Verkaufsfläche.



für Markant „übliche“ Flächengrößen). Aufgrund der Einbettung in bestehende Siedlungsstrukturen erscheint eine maßvolle Erweiterung der Anbieter zur Umsetzung aktuellster Marktkonzepte jedoch nicht möglich.

In der Zone 2 wird das Erweiterungsvorhaben (ausschließlich Streulagen) prospektive Umsatzumverteilungsquoten von rd. 4 % auslösen und damit deutlich unterhalb des 10 %-Abwägungsschwellenwerts bleiben.

Spürbare Wirkungen durch die Erweiterungen am Vorhabenstandort sind auch für die unmittelbar südwestlich und südlich außerhalb des Einzugsgebiets gelegenen, strukturprägenden Wettbewerber in Lübtheen (v.a. Lidl, Nahkauf, Netto) und Vellahn (Penny, Konsum) zu erwarten (im Bereich von 6 bis 7 %). Aufgrund der Nähe der Einwohner zu jenen Lebensmittelangeboten werden diese Anbieter insbesondere unter Beachtung der Distanzsensibilität jedoch weiterhin ihre Umsätze überwiegend aus den räumlich zugeordneten Bereichen rekrutieren. Zudem ist darauf zu verweisen, dass in der worst-case Betrachtung sämtliche Streuumsätze gegen nur diese zwei Orte gerichtet wurden. Faktisch dürften sich diese Umsätze diffuser im Raum verteilen. Hierdurch sinkt tendenziell die rechnerische Umsatzlast.

„Mehr als unwesentliche Auswirkungen“ im Sinne einer Funktionsstörung der verbrauchernahen Versorgung sowie der zentralen Versorgungsbereiche innerhalb und außerhalb des Einzugsgebiets können unter Abwägung der Chancen und Risiken einer Vorhabenrealisierung ausgeschlossen werden. Eine vorhabeninduzierte Aufgabe ansonsten marktfähiger Betriebe kann durch das Vorhaben nicht erwartet werden.

Mit der Realisierung der Erweiterungsvorhabens ist eine qualitative Aufwertung der Nah- bzw. Grundversorgung verbunden, ohne dass in Bezug auf die verbrauchernahe Versorgung in der Stadt Hagenow sowie dem Umland mehr als unwesentliche Auswirkungen induziert werden. U.E. wird das Erweiterungsvorhaben in der Lage sein, die Nahversorgung in der südlichen Kernstadt von Hagenow zukunftsfähig abzusichern, da mit der erweiterten Fläche den Ansprüchen der Verbraucher an eine verbesserte Convenience etc. sowie seitens des Handels zu Gunsten großzügigerer Verkehrsflächen entsprochen wird.

Mit der beabsichtigten Bauleitplanung besteht zudem der städtische Wille, den seinerzeit räumlich abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich um einen Ergänzungsbereich zu erweitern, mit dem Ziel ein nach qualitativen und quantitativen Gesichtspunkten leistungsfähiges Angebot vorzuhalten.



Im Bereich der das Hauptsortiment ergänzenden aperiodischen Sortimente wurde vor dem Hintergrund der moderaten Marktanteilszuwächse auf die Erarbeitung einer detaillierten Wirkungsmodellierung verzichtet. Mehr als unwesentliche Auswirkungen können angesichts des Marktanteilszuwachses von weniger als 1 %-Punkt ausgeschlossen werden.

Auswirkungen durch die Absicherung des Kik-Textilfachmarkts

In dem Zusammenhang mit der Marktanteilsanalyse zeigte sich, dass in die Wirkungsprognose nur ein überschaubarer Mehrumsatz eingehen würde. Hierbei ist darauf zu verweisen, dass die Rechtsprechung¹⁴ die Nachweisbarkeitsgrenze von rd. 0,1 Mio. € bestätigt hat. So werden Umsatzumverteilungswirkungen erst ab einer bestimmten Größenordnung wesentliche städtebauliche oder raumordnerische Folgen auslösen können. Eine Verdrängungswirkung von weniger als 0,1 Mio. € Umsatz im Jahr wird von keinen mehr als unwesentlichen Wirkungen an einem Standort ausgehen. Vor diesem Hintergrund wird auf umfangreiche Berechnungen der Umsatzumverteilungswirkungen verzichtet.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens in städtebauliche oder raumordnerische Wirkungen im Sinne einer Funktionsstörung der Nahversorgung sowie der zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum kann für die geplante Erweiterung und Umstrukturierung ausgeschlossen werden. Dem städtebaulichen und raumordnerischen Beeinträchtigungsverbot wird das Vorhaben gerecht.

7.4 Zur Kompatibilität mit dem Einzelhandelsentwicklungskonzept der Stadt Hagenow

Im Einzelhandelsentwicklungskonzept der Stadt Hagenow 2011¹⁵ wird zunächst die Strategieempfehlung „Konzentration auf die Zentren“ definiert. Diese besagt im Zusammenhang mit dem vorliegenden Vorhaben:

„Das Nahversorgungszentrum Rudolf-Tarnow-Straße sollte primär auf die Sicherung einer funktionsfähigen Nahversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs ausgerich-

¹⁴ Vgl. u.a. Urteil 10 A 1676/08 des OVG Nordrhein-Westfalen vom 30. September 2009

¹⁵ Vgl. Dr. Lademann & Partner: Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Hagenow. Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts aus 2000 (2011).



tet werden und nur im begrenzten Umfang auch zentrenrelevante Sortimente anbieten. [...]“

Darüber hinaus werden eine Reihe von Maßnahmen- und Umsetzungsempfehlungen Empfehlung ausgesprochen. In Bezug auf das Vorhaben sind folgende Aussagen relevant:

- *„Die Nahversorgung soll wohnortnah gewährleistet werden.“*
- *„Orientierung an den zentrenspezifischen Handlungsempfehlungen: u.a. Etablierung eines Nahversorgungszentrums im Kietz; Ausschluss von nahversorgungsrelevanten Angeboten in peripheren Lagen (geringe Mantelbevölkerung).“*

Ergänzend werden Ansiedlungsregeln für künftige Einzelhandelsvorhaben definiert:

- *„Zur Umsetzung des Einzelhandelskonzepts werden die aufgeführten räumlich abgegrenzten Zentren (zentrale Versorgungsbereiche) als Investitionsvorranggebiete des Einzelhandels und als städtebaulich schutzwürdig bestätigt.“*
- *„Die Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten ist nur in den abgegrenzten Zentren zulässig.“*

Das Vorhaben ist mit dem Einzelhandelsentwicklungskonzept der Stadt Hagenow kompatibel. Sowohl die Strategieempfehlung, als auch die Maßnahmen- und Umsetzungsempfehlungen sowie die Ansiedlungsregeln werden vom Grundsatz her erfüllt. Die beabsichtigte Verlagerung des Aldi-Markts (und ggf. des Kik-Marktes) würden jedoch zu einer Ausweitung des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs führen. Aufgrund des erwartbaren räumlich-funktionalen Zusammenhangs mit den im Zentrum verbleibenden Angeboten könnte vor dem Hintergrund der geplanten zukunftsfähigen Absicherung eines die Innenstadt ergänzenden Nahversorgungszentrums voraussichtlich das gemeindliche Einvernehmen zur Ausweitung des Zentrums hergestellt werden. Es empfiehlt sich jedoch die diesbezügliche Anpassung des gesamtstädtischen Einzelhandelskonzepts.



8 Flankierende Empfehlungen für die Bauleitplanung

Dr. Lademann & Partner empfehlen in Bezug auf die Einzelhandelskomponenten folgende Sortimente und Verkaufsflächen planerisch zu fixieren:

Aldi-Planstandort

- Festsetzung als SO Lebensmittelmarkt
- ein Lebensmitteldiscounter mit max. 1.270 qm VKF
- rd. 90 % der Gesamtverkaufsfläche entfallen davon auf nahversorgungsrelevante Sortimente (gemäß Hagenower Sortimentsliste 2011), d.h. rd. 1.140 qm VKF

Rewe-Standort

- Festsetzung als SO Lebensmittelmarkt
- ein Lebensmittelverbrauchermarkt: max. 1.800 qm VKF;
- rd. 90 % der Gesamtverkaufsfläche entfallen davon nahversorgungsrelevante Sortimente (gemäß Hagenower Sortimentsliste 2011), d.h. bis zu 1.620 qm VKF
- ein Bäcker (max. 100 qm VKF) zzgl. Gastronomiebereich

Kik-Markt

- Festsetzung als Fachmarkt Bekleidung: max. 799 qm VKF
- Zulässige Sortimente:
 - Bekleidung/Wäsche: mind. 70 % der Gesamtverkaufsfläche
 - sonstige gem. Hagenower Sortimentsliste 2011 als zentren- oder nicht-zentrenrelevant definierter Sortimente
 - gem. Hagenower Sortimentsliste 2011 als nahversorgungsrelevant definierter Sortimente sind auf 5 % der Gesamtverkaufsfläche begrenzt



- Alternativ zulässig: Fachmarkt mit gem. Hagenower Sortimentsliste als nicht-zentrenrelevant definierter Sortimente. Aufgrund der Flächenbedarfe kann eine Verkaufsfläche von bis zu 1.000 qm als städtebaulich vertretbar eingeschätzt werden (dies entspricht dem heutigen Zuschnitt der Immobilie).

Hinweis: Die Verlagerung des Kik-Markts ist nur innerhalb der räumlichen Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs zulässig (andernfalls wäre zunächst die Überarbeitung und Beschlussfassung des Einzelhandelskonzepts erforderlich).



9 Fazit

Zur nachhaltigen Absicherung des langjährig etablierten Nahversorgungszentrums Rudolf-Tarnow-Straße in Hagenow ist nunmehr die Verlagerung des Aldi-Lebensmitteldiscounters auf die gegenüberliegende Straßenseite geplant.

In dem Kontext der geplanten Umstrukturierung des Nahversorgungszentrums beabsichtigen sowohl Rewe (von derzeit rd. 1.540 qm auf rd. 1.800 qm VKF) als auch Aldi (von derzeit rd. 840 qm auf rd. 1.270 qm VKF) zu erweitern. Auch der im Rewe-Markt befindliche Bäcker will in diesem Zusammenhang erweitern (von rd. 40 auf rd. 100 qm). Zudem ist eine mögliche Erweiterung und Verlagerung des Kik-Markts vorgesehen (von derzeit rd. 660 qm auf max. 799 qm VKF).

Das Vorhaben soll über einen Bebauungsplan mit Festsetzung eines Sondergebiets für den großflächigen Einzelhandel umgesetzt werden. In der Bewertung des Vorhabens nach § 11 Abs. 3 BauNVO ist Folgendes festzuhalten:

Auf einer nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche von insgesamt rd. 10.600 qm innerhalb des Einzugsgebiets werden rd. 49 Mio. € Umsatz generiert. Dieser entfällt zum Großteil auf das Mittelzentrum Hagenow (Zone 1).

Das Kundenpotenzial des Vorhabens in 2019 beträgt etwa 20.000 Personen. Das vorhabenrelevante Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens wird im Jahr der Marktwirksamkeit bei rd. 96 Mio. € liegen.

Nach den Modellrechnungen ergibt sich durch die Neuaufstellung von Aldi und Rewe (inkl. Bäcker) auf rd. 3.200 qm VKF ein zusätzliches Umsatzpotenzial von rd. 3,0 Mio. €, davon entfallen rd. 2,8 Mio. € auf den nahversorgungsrelevanten Bedarf. Das entspricht einem nahversorgungsrelevanten Marktanteilszuwachs im Einzugsgebiet von insgesamt rd. 6 %-Punkten.

Die Umsatzumverteilungswirkungen erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner im Segment des nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereichs Umsatzrückgänge von im Mittel rd. 8 % (v.a. zulasten des Innenstadtzentrums Hagenow sowie der sonstigen Lagen in der Zone 1). Wettbewerbliche Effekte (rd. 4 % bis 6 %) sind zudem für die Angebote in den sonstigen Lagen der Zone 2 sowie für das NVZ Kietz (in Planung) der Zone 1 zu erwarten.



Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens in städtebauliche oder raumordnerische Wirkungen im Sinne einer Funktionsstörung der verbrauchernahen Versorgung sowie der zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum kann ausgeschlossen werden. Vielmehr trägt das Vorhaben dazu bei, die Nahversorgung zukunftsfähig abzusichern, ohne dass dadurch andere Betriebe gefährdet werden.

Das Vorhaben ist mit den Zielen des LEP Mecklenburg-Vorpommern nur im Falle der Aktualisierung des Einzelhandelskonzepts der Stadt Hagenow vollständig in Einklang zu bringen. Das gemeindliche Einvernehmen zur räumlichen Ausweitung des Zentrums könnte nach Einschätzung von Dr. Lademann & Partner für die beiden Lebensmittelmärkte aufgrund der Übereinstimmung mit den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelsentwicklungskonzepts der Stadt Hagenow hergestellt werden, da für die projektierte Absicherung der Lebensmittelmärkte aufgrund fehlender Flächenpotenziale ein Ausnahmetatbestand zur Verlagerung in einen sich anschmiegenden Ergänzungsbereich vorliegt. Die Erweiterung des Kik-Bekleidungsfachmarkts lässt sich nur innerhalb der räumlichen Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs durchführen (z.B. Altstandort von Aldi).

Die Verkaufsflächenerweiterung am Vorhabenstandort ist unter der Voraussetzung der Festsetzung der einzelnen Komponenten als Sondergebiet in einem Bebauungsplan verträglich und zulässig und stärkt einen bestehenden zentralen Versorgungsbereich sowie letztlich die verbrauchernahe Grundversorgung in der Stadt Hagenow sowie den zugewiesenen mittelzentralen Versorgungsauftrag.

Hamburg, September/Oktober 2017

gez. Sandra Emmerling

gez. Sascha Denneng

Dr. Lademann & Partner GmbH