



# Verträglichkeitsgutachten zur Ansiedlung eines Verbrauchermarktes im Fachmarkt- zentrum Am Haselholz in Schwerin

## Untersuchungsbericht

Bearbeiter: Dipl.-Geogr. Mark Hädicke  
Lübeck, Februar 2015

München Stuttgart Forchheim  
Köln Leipzig Lübeck Ried(A)

CIMA Beratung + Management GmbH  
Glashüttenweg 34 23568 Lübeck  
T 0451-389 68 0  
F 0451-389 68 28  
cima.luebeck@cima.de  
www.cima.de

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

© CIMA Beratung + Management GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Ausarbeitungen fallen unter § 2 Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut.

Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der CIMA Beratung+ Management GmbH in Lübeck.

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 Auftrag und Aufgabenstellung.....</b>	<b>5</b>	<b>5 Raumordnerische und einzelhandelskonzeptionelle</b>	<b>28</b>
<b>2 Ausführungen zum Planvorhaben.....</b>	<b>6</b>	<b>Einordnung des Vorhabens.....</b>	<b>28</b>
<b>3 Untersuchungsgebiet und Wettbewerbssituation.....</b>	<b>9</b>	5.1 Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-	
3.1 Definition des Einzugsgebietes und des		Vorpommern.....	28
Untersuchungsgebietes .....	9	5.2 Regionales Raumentwicklungsprogramm	
3.2 Angebotsstrukturen im Untersuchungsgebiet.....	11	Westmecklenburg.....	33
3.2.1 Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet Zone 1.....	11	5.3 Einzelhandelskonzept für die Landeshauptstadt Schwerin.....	36
3.2.2 Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet Zone 2.....	11		
3.2.3 Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet Zone 3.....	13	<b>6 Chancen-Risiken-Bilanz und fachliche Bewertung.....</b>	<b>41</b>
<b>4 Wirkungsprognose des Planvorhabens .....</b>	<b>15</b>	<b>7 Zusammenfassung und abschließende Bewertung.....</b>	<b>44</b>
4.1 Umsatzerwartung des Planvorhabens.....	15	<b>8 Methodik.....</b>	<b>48</b>
4.2 Ökonomische Wirkungsprognose .....	17		
4.2.1 Vorbemerkungen zur Umsatzumverteilungsquote.....	17		
4.2.2 Herkunft des Umverteilungsumsatzes.....	19		
4.2.3 Umsatzumverteilungseffekte des Planvorhabens.....	21		

## Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Übersicht des Vorhabenstandortes im Luftbild.....	7
Abb. 2: Luftbildübersicht zum Bebauungsplan Nr. 63.09/1.....	8
Abb. 3: Untersuchungsgebiet für die ökonomische Wirkungsprognose.....	10
Abb. 4: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur Verbrauchermarkt Am Haselholz, Schwerin.....	15
Abb. 5: Umsatzherkunft des Planvorhabens .....	19
Abb. 6: Umverteilungseffekte des Planvorhabens in der Zone 1 des Einzugsgebietes.....	21
Abb. 7: Umverteilungseffekte des Planvorhabens in der Zone 2 des Einzugsgebietes.....	22
Abb. 8: Umverteilungseffekte des Planvorhabens in der Zone 3 des Einzugsgebietes.....	23
Abb. 9: Abgrenzung des Nahbereichs der Landeshauptstadt Schwerin.....	34
Abb. 10: Die 32 cima-Sortimente .....	48
Abb. 11: Die von der cima differenzierten Betriebstypen .....	49

# 1 Auftrag und Aufgabenstellung

## Auftrag:

Erstellung eines Verträglichkeitsgutachtens für die Neuansiedlung eines Verbrauchermarktes in mehreren Varianten (Szenarien) mit rd. 4.500 qm Verkaufsfläche im Bereich des geplanten Fachmarktzentrum Am Haselholz an der Ludwigsluster Chaussee in der Landeshauptstadt Schwerin.

## Bearbeitung:

Dipl.-Geogr. Mark Hädicke (Projektleitung)

## Analysezeitraum:

November 2014 bis Januar 2015

## Auftragsinhalte und Fragestellung:

- Umsatzerwartung für den Verbrauchermarkt nach Sortimenten
- Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet und mögliche Kaufkraftbindungen
- Ermittlung möglicher Kopplungseffekte des Vorhabens auf das Umfeld
- Warengruppenspezifische Umsatzverlagerungen im Einzugsbereich des Vorhabens
- Aufzeigen städtebaulicher und ggf. raumordnerischer Auswirkungen des Planvorhabens auf die Nahversorgungsstrukturen im Einzugsgebiet
- fachliche Bewertung des Ansiedlungsvorhabens
- Bewertung anhand der Zielsetzungen des Schweriner Einzelhandelskonzeptes (Junker + Kruse 2006)
- Bewertung des Planvorhabens anhand der maßgeblichen Ziele und Grundsätze der Raumplanung (LEP, RREP)

## methodische Grundsätze:

- Bei der Beurteilung der Auswirkungen des Planvorhabens geht die cima von einem „Worst-Case-Ansatz“ aus. Das bedeutet, dass bei den Berechnungen die maximal zu erwartenden Umsatzumverteilungswirkungen dargestellt werden.
- Die Ermittlung der Leistungsdaten des Einzelhandels basiert auf bestehenden cima-Daten, die für die vorliegende Untersuchung im November 2014 vorhabenrelevant aktualisiert und fortgeschrieben wurden.

## 2 Ausführungen zum Planvorhaben

In der Landeshauptstadt Schwerin wird zurzeit die Entwicklung eines Fachmarktzentrums im nordwestlichen Kreuzungsbereich der Ludwigsluster Chaussee mit der B 321/B 106 geplant. Bei dem Vorhabenstandort handelt es sich um derzeit brachliegende Flächen einer ehemaligen Tierzucht sowie ehemals militärisch genutzter Flächen, die durch die Fachmarkt-Bebauung einer neuen, sinnvollen Nutzung zugeführt werden sollen.

Für das Vorhabenareal liegt bereits ein gültiger Bebauungsplan (Nr. 63.09/1 „Fachmarktzentrum Am Haselholz“ in der Fassung vom 23.10.2013) vor, der von der Stadtvertretung der Landeshauptstadt Schwerin am 28.04.2014 beschlossen wurde. Nach diesem Bebauungsplan sind in dem Fachmarktzentrum ein Bau- und Gartenmarkt mit maximal 10.400 qm Verkaufsfläche, ein Sportfachmarkt mit maximal 2.800 qm Verkaufsfläche, ein Möbelfachmarkt mit maximal 6.000 qm Verkaufsfläche sowie ein Fachmarkt für Bürotechnik auf maximal 2.000 qm Verkaufsfläche zulässig.

Um für das Fachmarktzentrum eine gute Wirtschaftlichkeit und damit letztlich auch ein langfristiges Funktionieren dieses Versorgungsstandortes zu sichern wird derzeit diskutiert, neben den genannten Nutzungen auch einen „Frequenzbringer“ aus dem periodischen Bedarf anzusiedeln. Es ist daher angedacht, die Fachmärkte um einen leistungsfähigen Verbrauchermarkt mit ca. 4.500 qm Verkaufsfläche zu ergänzen.

Es ist vorgesehen, die Fachmärkte in zwei Gebäudeblöcken L-förmig an der Südseite sowie an der Westseite des Vorhabenareals anzuordnen. Auf diese Weise sollen die Gebäude gleichzeitig als Lärm- schutzriegel zwischen der südlich verlaufenden Bundesstraße und den nördlich angrenzenden Wohngebieten dienen.

Im nordöstlichen Bereich des Vorhabenareals soll sich die Stellplatzanlage befinden, die somit von der Ludwigsluster Chaussee einsehbar wäre und über die Mettenheimer Straße für den Kundenverkehr erschlossen werden soll. Die Stellplatzanlage soll rd. 600 Stellplätze umfassen und für alle Märkte des Fachmarktzentrums gemeinsam genutzt werden.

Durch seine Lage an der Ludwigsluster Chaussee und unweit der B 321/B 106 verfügt der Vorhabenstandort über eine sehr gute Pkw-Erreichbarkeit aus dem gesamten Stadtgebiet sowie aus dem Schweriner Umland.

Nordöstlich des Vorhabenstandortes befindet sich in rd. 250 m Distanz vom Vorhabenstandort, d.h. in fußläufiger Entfernung, die Straßenbahnhaltestelle „Ludwigsluster Chaussee“. Hier verkehren die Straßenbahnlinien 1, 2, 3 und 4 sowie die Buslinie 19, wodurch der Vorhabenstandort in regelmäßiger Taktung in das ÖPNV-Netz eingebunden ist.

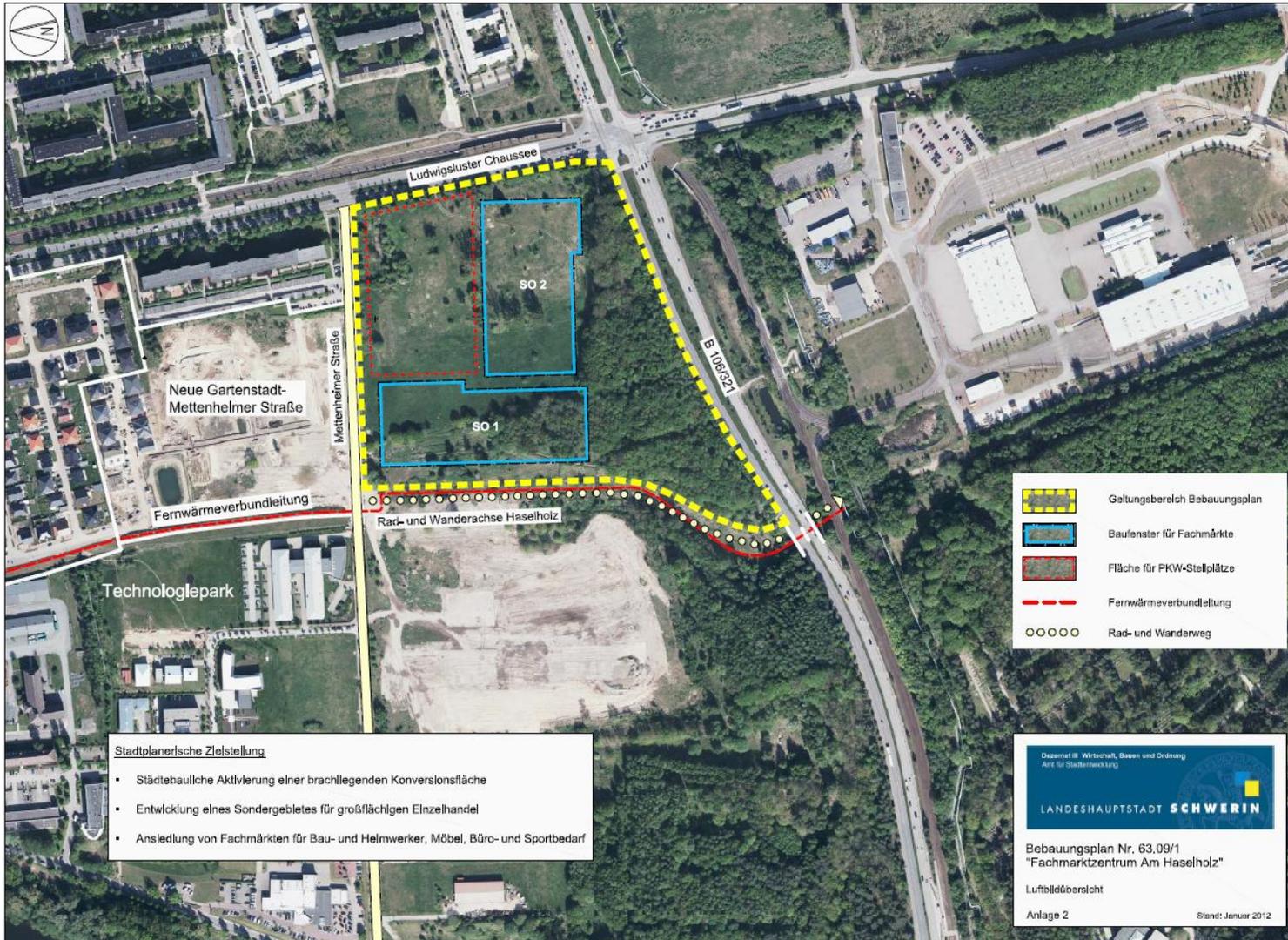
Darüber hinaus ist der Vorhabenstandort aus den nördlich und östlich angrenzenden Wohngebieten fußläufig zu erreichen. Für diese Wohnquartiere (vgl. Zone 1 in Abb. 3) kann der Standort somit eine wohnortnahe Versorgungsfunktion wahrnehmen.

Abb. 1: Übersicht des Vorhabenstandortes im Luftbild



Kartenbasis: google Earth Pro 2014  
Bearbeitung: cima GmbH 2014

Abb. 2: Luftbildübersicht zum Bebauungsplan Nr. 63.09/1



Quelle: Landeshauptstadt Schwerin, Stand Januar 2012; Abruf online am 22.12.2014

## 3 Untersuchungsgebiet und Wettbewerbssituation

### 3.1 Definition des Einzugsgebietes und des Untersuchungsgebietes

Das Naheinzugsgebiet beschreibt diejenigen Wohnquartiere, für welche das Vorhaben eine wohnortnahe Versorgungsfunktion im Sinne einer fußläufigen Erreichbarkeit<sup>1</sup> wahrnehmen kann, aus welchen also voraussichtlich die Kunden den geplanten Verbrauchermarkt zu Fuß aufsuchen würden. Diese **Zone 1 des Einzugsgebietes** stellt einen 500 m-Radius um den Vorhabenstandort dar, der an die tatsächlichen Bedingungen vor Ort (Fußwege und Wegebarrieren, Topografie) angepasst wurde. Das fußläufige Einzugsgebiet des Vorhabens wird südlich des Vorhabenstandortes von der Bundesstraße 321 begrenzt, erstreckt sich westlich bis etwa zur Hagenower Straße bzw. zum Ufer des Ostorfer Sees und reicht in dem Wohngebiet Neue Gartenstadt bis etwa an die Straße Blumenbrink im Norden. Östlich der Ludwigsluster Chaussee bilden die parallel zur Bernhard-Schwentner-Straße verlaufenden Straßenbahngleise die nördliche Grenze des Einzugsgebietes und im Osten erstreckt es sich bis etwa an die Max-Reichpietsch-Straße.

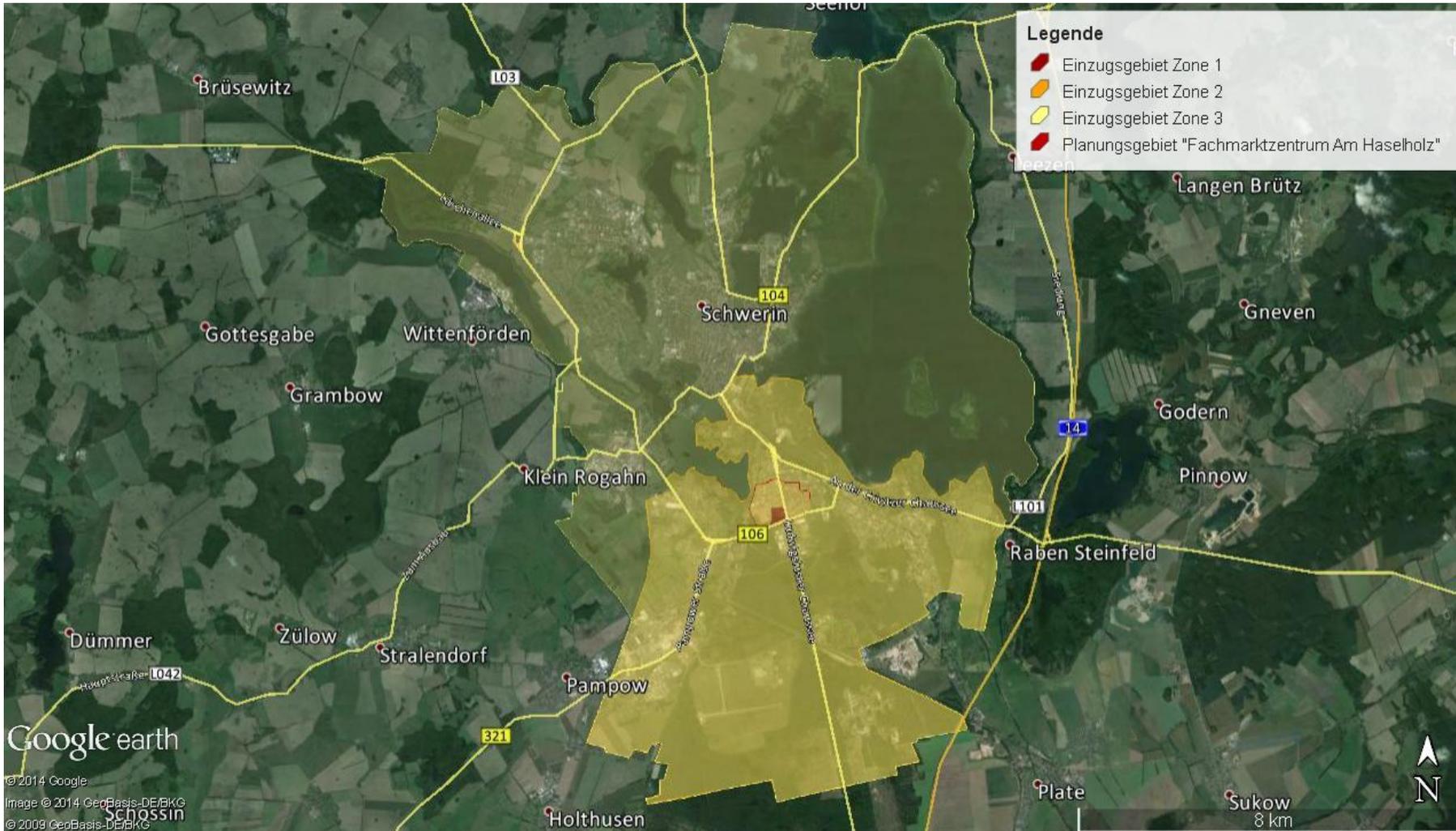
Die **Zone 2 des Einzugsgebietes** bildet zusammen mit der oben beschriebenen Zone 1 das Kerneinzugsgebiet des Planvorhabens. Das Kerneinzugsgebiet dürfte sich im Wesentlichen auf die südliche Hälfte des Schweriner Stadtgebietes beschränken. Hierzu zählen die folgenden Stadtteile, mit zusammen rd. 36.700 Einwohnern:

- Gartenstadt
- Göhrener Tannen
- Großer Dreesch
- Krebsförden
- Mueß
- Mueßer Holz
- Neu Zippendorf
- Ostorf
- Wüstmark
- Zippendorf

Der **Zone 3 des Einzugsgebietes** sind die restlichen Schweriner Stadtteile zugeordnet. Dort ist aufgrund der höheren Entfernung zum Vorhabenstandort mit geringeren Bindungsanteilen zu rechnen. Wir gehen davon aus, dass es auch außerhalb des oben beschriebenen Einzugsgebietes (Zonen 1 bis 3) zu Umverteilungseffekten durch das Planvorhaben kommen wird. Diese dürften jedoch aufgrund der im Schweriner Umland sehr verteilt liegenden Wettbewerbsstandorte eher diffus auftreten. Relevante zentrale Versorgungsbereiche sind im Schweriner Umland nicht vorhanden. Für die vorliegende Betrachtung wird daher ein **Untersuchungsgebiet** definiert, das sich im Wesentlichen auf das oben beschriebene Einzugsgebiet, also auf das Schweriner Stadtgebiet beschränkt. Sollten innerhalb dieses Untersuchungsgebietes keine strukturschädigenden Effekte durch das Planvorhaben zu ermitteln sein, kann daraus geschlossen werden, dass auch für weiter entfernt liegende Standorte außerhalb des Untersuchungsgebietes keine wesentlichen Auswirkungen zu erwarten sind.

<sup>1</sup> Die CIMA nimmt als Maß für eine fußläufige Erreichbarkeit bzw. als „Nahversorgungsradius“ in der Regel eine maximale Distanz von 500 m an. Untersuchungen haben ergeben, dass nur ein geringer Anteil der Bevölkerung längere Distanzen zum Einkaufen zu Fuß zurücklegt. Insbesondere mobilitätseingeschränkte Personen (z.B. Ältere) sind auf kurze Einkaufswege angewiesen.

Abb. 3: Untersuchungsgebiet für die ökonomische Wirkungsprognose



Kartenbasis: MS MapPoint 2014  
Bearbeitung: cima GmbH 2014

## 3.2 Angebotsstrukturen im Untersuchungsgebiet

Nachfolgend werden kurz die vorhabenrelevanten Einzelhandelsstrukturen innerhalb des Untersuchungsgebietes beschrieben. Durch Vor-Ort-Erhebungen durch cima-Mitarbeiter wurde im November 2014 erfasst, ob und in welchem Umfang innerhalb des Untersuchungsgebietes wettbewerbsrelevante Einzelhandelsstrukturen vorzufinden sind.

### 3.2.1 Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet Zone 1

Die Zone 1 des Einzugsgebietes bildet der fußläufige Naheinzugsbereich um den Vorhabenstandort. Innerhalb dieser Zone<sup>2</sup> sind zwar keine zentralen Versorgungsbereiche vorhanden, jedoch sind hier zwei relevante Wettbewerbsstandorte ansässig:

- Ebenfalls an der östlichen Seite der Ludwigsluster Chaussee, rd. 700 m nördlich des Vorhabenstandortes, befindet sich ein **Netto (Dansk)** Lebensmitteldiscounter. Dieser wird an seinem Standort ergänzt um einen Getränkemarkt, einen Bäcker, einen Fleischer, einen Blumenladen sowie einen Raumausstatter.
- Im Stadtteil Großer Dreesch befindet sich an der Friedrich-Engels-Straße ein **Penny** Lebensmitteldiscounter nebst einem Blumenladen und einem Sonderpostenmarkt für Elektrogeräte. In der Nähe befindet sich außerdem ein weiterer Elektro-Hausgerätemarkt (XXL Euronics).

### 3.2.2 Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet Zone 2

Die Zone 2 des Einzugsgebietes umfasst die Schweriner Stadtteile Gartenstadt, Göhrener Tannen, Großer Dreesch, Krebsförden, Mueß, Mueßer Holz, Neu Zippendorf, Ostorf, Wüstmark und Zippendorf. Hier sind die folgenden relevanten Wettbewerbsstandorte zu finden:

- Der zentrale Versorgungsbereich **Stadtteilzentrum Berliner Platz** liegt im Stadtteil Neu Zippendorf. Hier befinden sich zwei Lebensmitteldiscounter (Netto Markendiscount, Penny) sowie im periodischen Bedarf um eine Apotheke und einen Blumenladen ergänzt werden. Im aperiodischen Bedarf zählen ein Kik Bekleidungsfachmarkt, ein Tedi Haushaltswarenfachmarkt, ein Second-Hand-Bekleidungsgeschäft sowie in kleines Schmuckgeschäft zu den Anbietern im Stadtteilzentrum Berliner Platz.
- Der zentrale Versorgungsbereich **Stadtteilzentrum Dreescher Markt** befindet sich an der gleichnamigen Straße im Stadtteil Großer Dreesch. Zu den Ankerbetrieben im periodischen Bedarf zählen hier ein Rewe Lebensmittelvollsortimenter und ein Rossmann Drogeriemarkt. Weitere Anbieter des periodischen Bedarfs sind zwei Bäcker, ein Fleischer, zwei Apotheken, ein Blumenladen, ein Tee- und Kaffeegeschäft sowie ein Kiosk. Im aperiodischen Bedarf wird das Angebot ergänzt durch einen NKD Bekleidungsfachmarkt, einen Tedi Haushaltswarenfachmarkt, ein Sanitätshaus, einen Optiker, einen Hörgeräteakustiker, einen Schreibwarenladen, einen Fahrradladen sowie ein Fachgeschäft für Berufsbekleidung.
- Der zentrale Versorgungsbereich **Stadtteilzentrum Hamburger Allee** befindet sich an der gleichnamigen Straße im Stadtteil Mueßer Holz. Der zentrale Versorgungsbereich besteht im Wesentli-

<sup>2</sup> Zur Abgrenzung des fußläufigen Einzugsgebietes vgl. Kap. 3.1

chen aus der sog. Kepler-Passage, in welcher als Ankermieter ein Kaufland Verbrauchermarkt ansässig ist, dessen Verkaufsfläche sich allerdings über zwei Geschosse erstreckt. Weitere Mieter der Kepler-Passage sind ein Bäcker, ein Fleischer, eine Apotheke und ein Blumenladen sowie im aperiodischen Bedarfsbereich ein Postshop und ein Handyshop.

- Ebenfalls im Stadtteil Großer Dreesch, südlich der Straße Am Grünen Tal (B 321) befindet sich das **Nahversorgungszentrum Köpmarkt**. Hierbei handelt es sich zwar um einen im Einzelhandelskonzept für die Landeshauptstadt Schwerin ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereich, gleichwohl wird der Standort aufgrund seiner verkehrsgünstigen Lage überwiegend von Pkw-Kunden frequentiert und übernimmt nur untergeordnet wohnortnahe Versorgungsfunktionen. Zu den Anbietern im periodischen Bedarf zählen hier ein Sky Lebensmittelvollsortimenter, ein Aldi-Lebensmitteldiscounter, ein dm Drogeriemarkt, ein Bäcker, ein Getränkemarkt, eine Apotheke, ein Blumenladen und ein Tankstellenshop. Zu den Anbietern im aperiodischen Bedarf zählen die Bekleidungsfachmärkte Kik und Ernsting's family, ein Deichmann Schuhfachmarkt, ein Schmuckgeschäft, ein Fotostudio, ein Optiker, eine Bekleidungsboutique sowie ein Handyshop.
- Bei dem **Sonderstandort Sieben-Seen-Center** handelt es sich um ein zugkräftiges und regional bedeutsames Fachmarktzentrum in verkehrsgünstiger Lage an der Bundesstraße 106 im Stadtteil Krebsförden. Ankermieter des periodischen Bedarfs ist im Sieben-Seen-Center ein real SB-Warenhaus (nebst Getränkemarkt), welches ergänzt wird um einen Rossmann Drogeriemarkt, zwei Bäcker, zwei Fleischer, eine Apotheke, eine Parfümerie, zwei Blumenläden, ein Kiosk sowie ein Kaffee- und ein Süßwarengeschäft. Im aperiodischen Bedarfsbereich sind mehrere groß- und kleinflächige Bekleidungsgeschäfte (u.a. Adler, Bonita, Camp David, Engbers, Esprit, New Yorker), zwei Schuhfachmärkte (Deichmann, Reno), ein Intersport Sportfachmarkt, ein Expert Elektro-

nikfachmarkt und zahlreiche weitere, kleinflächige Anbieter im Sieben-Seen-Center ansässig. An dem Sonderstandort, aber außerhalb des Center-Komplexes, befinden sich außerdem noch zwei Einrichtungsfachmärkte (Hammer, Dänisches Bettenlager), ein Tierfutterfachmarkt, ein Küchenstudio, ein Computerladen sowie ein Kfz-Zubehörhandel. Mit diesem breiten Angebot stellt der Sonderstandort Sieben-Seen-Center den nach der Innenstadt bedeutendsten Einzelhandelsstandort Schwerins dar.

- Auch außerhalb der beschriebenen zentralen Versorgungsbereiche und des Sonderstandortes Sieben-Seen-Center befinden sich in der Zone 2 des Einzugsgebietes einige relevante Wettbewerbsstandorte in **Solitär- bzw. Streulagen**. Von Bedeutung sind hier ein Lidl Lebensmitteldiscounter an der Crivitzer Chaussee (Stadtteil Großer Dreesch), zwei Lebensmitteldiscounter im Stadtteil Krebsförden (Netto Dansk, Karl-Kleinschmidt-Straße und Aldi, Ellerried), ein Netto Dansk Lebensmitteldiscounter im Stadtteil Mueß (Alte Crivitzer Landstraße), zwei Lebensmitteldiscounter im Stadtteil Mueßer Holz (Penny, Bürgelstraße und Aldi, Pawlowstraße) sowie ein weiterer Lidl Lebensmitteldiscounter im Stadtteil Wüstmark (Schweriner Straße). Lebensmittelvollsortimenter sind somit in den Solitär- bzw. Streulagen der Zone 2 des Untersuchungsgebietes nicht vorzufinden. Zu erwähnen ist darüber hinaus noch ein Jawoll Sonderpostenmarkt mit großflächigem Lebensmittelsortiment in der Rudolf-Diesel-Straße im Stadtteil Wüstmark.

### 3.2.3 Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet Zone 3

Die Zone 3 des Einzugsgebietes umfasst die restlichen Schweriner Stadtteile nördlich der Zonen 1 und 2. Hier sind die folgenden wettbewerbsrelevanten Angebotsstrukturen vorzufinden:

- Der zentrale Versorgungsbereich **Hauptgeschäftszentrum Innenstadt** befindet sich im Stadtteil Altstadt und ist entsprechend seiner Funktion der bedeutendste Einzelhandelsstandort Schwerins für die eigene Bevölkerung, das Schweriner Umland sowie Touristen und Tagesbesucher. Als direkte Wettbewerber des Vorhabens sind hier ein real Verbrauchermarkt im Einkaufszentrum Schlosspark-Center zu finden sowie zwei Rewe Lebensmittelvollsortimenter (Marienplatz-Galerie und Mecklenburgstraße), ein Lidl Lebensmitteldiscounter an der Grünen Straße und ein kleinflächiger Edeka-Markt in der Schmiedestraße. Zahlreiche Bäcker, Fleischer, Lebensmittelspezialanbieter, Apotheken, Drogeriemärkte usw. ergänzen das Angebot des Hauptgeschäftszentrums im periodischen Bedarf. Ein innenstadttypisches, vielfältiges Angebot im aperiodischen Bedarf ergänzt das Angebot, wobei neben den beiden Shoppingcentern Schlosspark-Center und Marienplatz-Galerie als flächengrößte Anbieter die Modekaufhäuser Kressmann, Olymp & Hades und Stolz zu nennen sind.
- Der zentrale Versorgungsbereich **Nahversorgungszentrum Güstrower Straße** besteht aus einem Koppelstandort aus Sky Lebensmittelvollsortimenter und Aldi Lebensmitteldiscounter, die ergänzt werden von einem Bäcker, einem Kiosk und einem Handyshop. Zudem befindet sich gegenwärtig die Ergänzung dieses Nahversorgungszentrums um einen Drogeriemarkt in Planung.
- In dem zentralen Versorgungsbereich **Nahversorgungszentrum Kieler Straße** im Stadtteil Lankow bildet ein Penny Lebensmitteldiscounter den Ankermieter des periodischen Bedarfs. Er wird ergänzt um zwei Bäcker, einen Fleischer, zwei Apotheken, zwei Blumenläden, zwei Kioske sowie ein Geschäft für osteuropäische Lebensmittel. Im aperiodischen Bedarfsbereich sind im Nahversorgungszentrum Kieler Straße ein Tedi Haushaltswarendiscounter, zwei Optiker, ein Handarbeitsgeschäft, ein Sanitätshaus und eine kleine Bekleidungsboutique ansässig.
- Der zentrale Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Lesingstraße liegt im Stadtteil Weststadt. Mit zwei Lebensmittelvollsortimentern (Edeka, Sky) und einem Lebensmitteldiscounter (Aldi), ergänzt um zwei Bäcker und zwei Blumenläden, ist dieses Nahversorgungszentrum im periodischen Bedarf vergleichsweise breit aufgestellt. Im aperiodischen Bedarf werden die Angebote ergänzt durch einen Kik Bekleidungsfachmarkt, einen Tedi Haushaltswarenfachmarkt sowie ein Elektronikfachgeschäft.
- Der zentrale Versorgungsbereich **Nahversorgungszentrum Paulsstadt/Feldstadt** befindet sich im Übergangsbereich dieser beiden Stadtteile und außerdem an der Grenze zum Stadtteil Weststadt. Dieses Nahversorgungszentrum besteht aus einem Koppelstandort aus Rewe Lebensmittelvollsortimenter und Aldi Lebensmitteldiscounter. Angebotsergänzungen durch Anbieter aus dem aperiodischen Bedarfsbereich sind derzeit nicht vorhanden.
- Im Stadtteil Görries befindet sich der **Sonderstandort Am Fasanenhof**. Hier befindet sich ein HIT Verbrauchermarkt, der ergänzt wird um einen Tankstellenshop, einen Bäcker, einen Kiosk und einen Blumenladen. Außerdem sind am Sonderstandort Am Fasanenhof ein Sonderpostenmarkt, ein Baby- und Spielwarenfachmarkt, zwei Zoobedarfsgeschäfte, ein Fliesenmarkt sowie ein Kfz-Elektronikgeschäft ansässig. Insgesamt ist der Standortbereich eher durch gewerbliche und industrielle Nutzungen geprägt, in welche die Einzelhandelsnutzungen diffus „hineingewachsen“ sind. Auch die Pkw-Erreichbarkeit der Einzelhandelsgeschäfte ist – verglichen mit den anderen Sonderstandorten – eher als unattraktiv einzuordnen.

- Der **Sonderstandort Margaretenhof** befindet sich im Stadtteil Warnitz und ist geprägt durch ein Sky XXL SB-Warenhaus, welches als Ankerbetrieb im periodischen Bedarf fungiert. Weitere Anbieter des periodischen Bedarfs sind ein Aldi Lebensmitteldiscounter, ein Getränkemarkt, zwei Bäcker, eine Apotheke und ein Blumenladen. Im aperiodischen Bedarf sind ein Roller Möbelnahmemarkt, drei Bekleidungsfachmärkte (Kik, Takko, Ernsting's family), ein Zoofachmarkt, ein Fahrradgeschäft, ein Matratzenfachmarkt, ein Erotikshop, zwei Handyshops, ein Elektrogerätehandel, ein Bekleidungsgeschäft sowie ein Pflanzenmarkt.
- Außerhalb der beschriebenen zentralen Versorgungsbereiche und Sonderstandorte befinden sich in der Zone 3 des Einzugsgebietes weitere relevante Wettbewerbsstandorte in **Solitär- bzw. Streulagen**. Zu nennen sind hier im Stadtteil Lankow ein Edeka Verbrauchermarkt (Edgar-Bennert-Straße), ein Netto Dansk Lebensmitteldiscounter (Ratzeburger Straße), ein Lidl Lebensmitteldiscounter (Greifswalder Straße) und ein Norma Lebensmitteldiscounter (Dr.-Joseph-Herzfeld-Strasse). Im Stadtteil Lewenberg ist ein weiterer Edeka Lebensmittelvollsortimenter ansässig (Wismarsche Straße) und im Stadtteil Friedrichsthal ein Aldi Lebensmitteldiscounter (Lärchenallee). Im Stadtteil Neumühle ist ein Netto Dansk Lebensmitteldiscounter ansässig (Dohlenweg). In der Paulsstadt sind mit Norma (Gerhart-Hauptmann-Straße) und Penny (Wittenburger Straße) zwei Lebensmitteldiscounter vorhanden, ein weiterer in der Werdervorstadt (Netto Marken-Discount, Schelfstraße). Zwei Lebensmitteldiscounter befinden sich außerdem in Solitärlagen an der Lübecker Straße im Stadtteil Weststadt (Lidl und Netto Marken-Discount).

## 4 Wirkungsprognose des Planvorhabens

### 4.1 Umsatzerwartung des Planvorhabens

In der Landeshauptstadt Schwerin (Stadtteil Gartenstadt) wird derzeit die Neuansiedlung eines Verbrauchermarktes innerhalb des neu geplanten „Fachmarktzentrams Am Haselholz“ diskutiert. Der Verbrauchermarkt soll eine Verkaufsfläche von rd. 4.500 qm aufweisen. Bislang steht noch nicht fest, welches Einzelhandelsunternehmen den Verbrauchmarkt betreiben wird. Der Investor möchte konkrete Mietverhandlungen erst nach Abschluss des Planverfahrens durchführen und diese ergebnisoffen, also ohne Vorfestlegung auf einen bestimmten Betreiber durchführen.

Als potenzielle Mieter kommen insofern mehrere Betriebskonzepte infrage (E center/ Marktkauf, Rewe Center, Sky-center/ Sky-XXL, Kaufland, real, familia). Für die nachfolgende ökonomische Wirkungsprognose wird daher eine Verkaufsflächenaufteilung des Verbrauchermarktes zugrunde gelegt, die Durchschnittswerte aus den Erfahrungen der cima und aus der Betrachtung der Sortimentsaufteilung in vergleichbaren Märkten in Schwerin und Norddeutschland darstellen.

Für das Planvorhaben zur Ansiedlung eines Verbrauchermarktes am Sonderstandort „Fachmarktzentrum Am Haselholz“ geht die cima von einer Umsatzleistung von maximal rd. 20,5 Mio. € (brutto, p.a.) aus, was bei einer Verkaufsfläche von 4.500 qm einer Flächenproduktivität von rd. 4.550 €/qm entspricht. Diese Umsatzleistung stellt den „Worst case“ dar, also die höchste Umsatzleistung, die der Gutachter für dieses Vorhaben für realistisch hält.

Abb. 4: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur Verbrauchermarkt Am Haselholz, Schwerin

CIMA Warengruppe	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
<b>periodischer Bedarf</b>	<b>3.850</b>	<b>18,9</b>
Lebensmittel, Reformwaren	3.470	17,4
Gesundheit und Körperpflege	350	1,4
Schnittblumen, Zeitschriften	30	0,1
<b>aperiodischer Bedarf</b>	<b>650</b>	<b>1,6</b>
Bekleidung, Wäsche	80	0,3
Schuhe, Lederwaren	30	0,1
Bücher, Schreibwaren	40	0,1
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	120	0,4
Sportartikel, Fahrräder	60	0,2
Spielwaren	80	0,2
Hobbybedarf, Zooartikel	90	0,2
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	150	0,2
<b>vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt</b>	<b>4.500</b>	<b>20,5</b>

Quelle: cima GmbH 2014

Es muss davon ausgegangen werden, dass als Folge der Neuansiedlung eines Verbrauchermarktes im Zusammenhang mit dem geplanten Fachmarktzentrum Am Haselholz Umsatzumverteilungen innerhalb des Untersuchungsgebietes zu erwarten sind, die durch

den Gutachter zu bewerten sind. Aus diesem Grund werden nachfolgend die Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO für das Untersuchungsgebiet dargestellt.

In der nachfolgenden ökonomischen Wirkungsprognose werden schwerpunktmäßig die Warengruppen des periodischen Bedarfs betrachtet, die mit zusammen rd. 85 % Verkaufsflächenanteil bzw. rd. 92 % Umsatzanteil die Kernsortimente des Planvorhabens ausmachen. Die Warengruppen des aperiodischen Bedarfs werden nur kumuliert betrachtet, da jede Warengruppe nur höchstens 150 qm Verkaufsfläche bzw. höchstens rd. 0,4 Mio. € Umsatz umfassen würde. Der gesamtstädtische Einzelhandelsumsatz Schwerins liegt in diesen Warengruppen um ein Vielfaches höher, weshalb hier nur geringe Umsatzumverteilungsquoten zu erwarten sind. Zudem übernehmen die Angebote des aperiodischen Bedarfs in den – besonders schützenswerten – Stadtteil- und Nahversorgungszentren – nur angebotsergänzende Funktionen. Hier kommt es vor allem auf die Auswirkungen bei den nahversorgungsrelevanten Warengruppen des periodischen Bedarfs an.

## 4.2 Ökonomische Wirkungsprognose

### 4.2.1 Vorbemerkungen zur Umsatzumverteilungsquote

Ein maßgebliches Beurteilungskriterium von Planvorhaben ist die Umsatzumverteilungsquote, die in Mio. € und in % ausgedrückt wird. Allerdings bedeutet nicht jeder Kaufkraftabfluss eine unzumutbare Auswirkung. Denn die Veränderung der bestehenden Wettbewerbslage allein ist baurechtlich irrelevant.<sup>3</sup> Erforderlich ist vielmehr eine Wirkungsintensität, die sog. „städtebauliche Effekte“ nach sich zieht (Schließen von Einzelhandelsbetrieben mit städtebaulichen Folgen, wie Verödung einer Innenstadt, Unterversorgung der Bevölkerung).<sup>4</sup>

Bei der Beurteilung des Kaufkraftabzuges ist zwischen dem „Abstimmungsschwellenwert“ einerseits und dem „Hindernisschwellenwert“ andererseits zu unterscheiden. Das Bundesverwaltungsgericht hat die Frage eines numerisch-präzisen Schwellen- oder Rahmenwertes bislang offen gelassen.<sup>5</sup>

Das OVG Koblenz und das OVG Lüneburg haben unmittelbare Auswirkungen gewichtiger Art angenommen („Abstimmungsschwellenwert“), wenn ein Planvorhaben der Standortgemeinde zu

Lasten der Nachbargemeinde eine Umsatzumverteilung von wenigstens 10 % erwarten lassen.<sup>6 7</sup>

Nach den Ergebnissen einer Langzeitstudie sind wirtschaftliche Auswirkungen auf Einzelhandelsgeschäfte im Einzugsbereich eines Einzelhandelsprojektes in der Regel erst ab einem Umsatzverlust zwischen 10 % und 20 % relevant.<sup>8</sup>

Der Literatur und der Rechtsprechung lässt sich die Tendenz entnehmen, dass selbst diese Prozentsätze lediglich Bedeutung für die Frage der Abwägungsrelevanz eines Einzelhandelsgroßprojektes haben, nicht jedoch schon zwangsläufig die Obergrenze für noch zumutbare Auswirkungen markieren.<sup>9</sup>

Unzumutbar im Sinne eines „Hindernisschwellenwertes“ ist ein Kaufkraftabfluss nach der obergerichtlichen Rechtsprechung zu meist erst dann, wenn die Umsatzumverteilung deutlich mehr als 10 % beträgt. Genannt wird – allerdings abhängig unter anderem vom maßgeblichen Sortiment – ein Mindestwert von etwa 20 bis

<sup>6</sup> Urteil vom 25.04.2001, 8 A 11441/00, BauR 2002, 577 = NVwZ-RR 2001, 638; OVG Münster, Urteil vom 05.09.1997, 7 A 2902/93, BauR 1998, 309 = BRS 59, Nr. 70.

<sup>7</sup> OVG Lüneburg, E. v. 21.2.2002, 1 MN 4128/01, BauR 2003, 670 = NVwZ-RR 03,76; B. v. 30.10.2000, 1 M 3407/00, NStN 2001, 159 = NdsRPfl. 2001, 277

<sup>8</sup> Moench/Sandner, Die Planung für Factory-Outlet-Center, NVwZ 1999, 337.

<sup>9</sup> OVG Münster, Urteil vom 05.09.1997, 7 A 2902/93, BauR 1998, 307, 312 = BRS 59 Nr. 70; OVG Frankfurt/Oder, Beschluss 3 B 116/98, NVwZ 1999, 434 = BauR 1999, 613 = BRS 60 Nr. 201; OVG Koblenz vom 08.01.1999, 8 B 12650/98, UPR 1999, 154 = NVwZ 1999, 435 = BauR 1999, 367; OVG Lüneburg, B. v. 21.2.2002, 1 MN 4128/01 BauR 2003, 670 = NVwZ-RR 2003, 76 = auch Internetseite des OVG Lüneburg [www.dbovg.niedersachsen.de](http://www.dbovg.niedersachsen.de).

<sup>3</sup> Berkemann/Halama, Erstkommentierung zum BauGB, Bonn 2005, Rn. 24 zu § 34 BauGB

<sup>4</sup> OVG Greifswald, U. v. 15.4.1999, 3 K 36/97, NVwZ 2000, 826; OVG Münster, U. v. 6.6. 2005, 10 D 145 und 148/04.NE, BauR 2005, 1577 ff. (CentrO)

<sup>5</sup> BVerwG vom 01.08.2002, 4 C 5.01, BVerwGE 117, 25 = DVBl 2003, 62 = NVwZ 2003, 86 = UPR 2003, 35 u. a. Fundstellen (Gewerbepark Mühlheim-Kärlich); U. v. 17.9.2003, 4 C 14.01, S. 15 UA

25 %.<sup>10</sup> Das VG Göttingen hat in seinem Beschluss vom 10.03.2004, 2 B 51/04 einen zwischengemeindlichen Umsatzabfluss von bis zu 20 % für vertretbar gehalten und die Berufung zum OVG zugelassen.

Neuere Rechtsprechungen gehen demnach davon aus, dass erst bei einer Kaufkraftumlenkung von etwa 20 % schädliche Auswirkungen zu erwarten sind.<sup>11</sup>

Einschränkend muss angefügt werden, dass die Abwägung in Abhängigkeit vom Standort erfolgt. Außerdem geht die cima bei der Bewertung von Vorhaben davon aus, dass die reine Berechnung der Umsatzumlenkungsquote nicht allein ausschlaggebend für oder gegen die Realisierung eines Planvorhabens sein sollte. Es bleibt bei der Abwägung zu bedenken, dass der Umsatzabfluss nur ein Indiz im Sinne eines „Anfangsverdacht“ ist. Gesunde Einzelhandelsstrukturen sind z.B. bezüglich der Verträglichkeit anders zu bewerten als Zentren, die bereits durch „Trading-Down-Effekte“ gekennzeichnet sind. Maßgeblich sind bei Bewertungen letzten Endes erhebliche städtebauliche Funktionsverluste, die u. U. bereits bei Umsatzumverteilungen ab ca. 7 bis 11 % eintreten können. Diese Funktionsverluste können sich ausdrücken in städtischen Verödungen und zu erwartenden „Trading-Down-Effekten“.

Als Richtwert für die Verträglichkeit von Planvorhaben verwendet die cima im Allgemeinen die oben genannte 10 %-Schwelle als wesentlichen Bewertungsmaßstab, so auch im vorliegenden Fall die geplante Neuansiedlung eines Verbrauchermarktes im Fachmarktzentrum Am Haselholz in Schwerin. Je nach Situation vor Ort sind dabei jedoch branchenspezifische Abweichungen (nach oben und unten) grundsätzlich möglich, um gegebenenfalls den speziellen Gegebenheiten gerecht zu werden. Dies bedarf aus Gutachtersicht jedoch einer auf den Einzelfall bezogenen Begründung.

---

<sup>10</sup> OVG Koblenz, Urteil vom 25.04.2001, 8 A 11441/00, NVwZ-RR 2001, 638 = BauR 2002, 577; VGH München, Urteil vom 07.06.2000, 26 N 99.2961, NVwZ-RR 2001, 88 = BRS 63 Nr. 62.

<sup>11</sup> vgl. Prof. Dr. Berkemann, Großflächiger Einzelhandel: Auswirkungen der Entscheidungen des Bundesverwaltungsgerichts auf die kommunale Praxis, Hannover 2006.

## 4.2.2 Herkunft des Umverteilungsumsatzes

Die geplante Neuansiedlung eines Verbrauchermarktes mit rd. 4.500 qm Verkaufsfläche im Fachmarktzentrum Am Haselholz in Schwerin wird in erster Linie eine Verlagerung von Kundenfrequenzen innerhalb des definierten Untersuchungsgebietes, also des Schweriner Stadtgebietes zur Folge haben. Daher ist abzuwägen, inwieweit der bestehende Einzelhandel innerhalb des räumlich definierten Bereiches durch Frequenzverluste und Umsatzumverteilungseffekte tangiert wäre und negative städtebauliche Effekte zu erwarten wären. Die Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche sind dabei das maßgebliche Bewertungskriterium des § 11 Abs. 3 BauNVO.

Die Prognose der Umsatzverlagerungen innerhalb der Einzelhandelsstrukturen geht auf den ökonometrischen Modellansatz nach Huff<sup>12</sup> zurück. In die Berechnungen fließen die Attraktivität aller konkurrierenden Einzelhandelsstandorte sowie das Abwägen des Zeitaufwandes zum Aufsuchen von unterschiedlichen Wettbewerbsstandorten ein. Voraussetzung für die Entwicklung eines für Schwerin spezifischen Verhaltensmodells ist die detaillierte Analyse der Einzelhandelsstrukturen innerhalb des festgelegten Bereiches. Die Attraktivität der relevanten Wettbewerbsstandorte im Schweriner Stadtgebiet wurde dabei ebenso gewürdigt wie die Attraktivität konkurrierender Einkaufsstandorte außerhalb des Untersuchungsgebietes (z.B. Pampow, Crivitz, Gadebusch, Wittenburg etc.).

<sup>12</sup> Dr. David L. Huff: „Defining and Estimating a Trading Area“ (= „Abgrenzen und Abschätzen eines Einzugsgebietes“). Die CIMA interpretiert das ökonometrische Prognosemodell nach Huff als ein Denkmodell, das keine schlussfertigen Ergebnisse aus einer Formel ableitet. Vielmehr sind die Ergebnisse immer wieder in ihrer Plausibilität zu hinterfragen, ob tatsächlich ein realistisches Konsumverhalten abgebildet wird. Daher wurden die Berechnungen mit den Ergebnissen der Ortsbegehungen und weiteren gutachterlichen Bewertungen abgestimmt.

Abb. 5: Umsatzherkunft des Planvorhabens

Umsatzherkunft durch Umverteilung in ...	in Mio. €	in %
<b>Einzugsgebiet Zone 1</b>	<b>0,8</b>	<b>3,9</b>
<b>Einzugsgebiet Zone 2</b>	<b>11,8</b>	<b>57,6</b>
davon Stadtteilzentrum Berliner Platz (ZVB)	0,6	3,0
davon Stadtteilzentrum Dreescher Markt (ZVB)	0,5	2,5
davon Stadtteilzentrum Hamburger Allee (ZVB)	2,0	9,6
davon Nahversorgungszentrum Köpmarkt (ZVB)	1,4	6,8
davon Sonderstandort Sieben-Seen-Center	4,4	21,3
davon Solitär-/Streulagen in Zone 2 des Einzugsgebietes	2,9	14,4
<b>Einzugsgebiet Zone 3</b>	<b>6,9</b>	<b>33,7</b>
davon Hauptgeschäftszentrum Innenstadt (ZVB)	1,6	7,7
davon Nahversorgungszentrum Güstrower Straße (ZVB)	0,2	1,1
davon Nahversorgungszentrum Kieler Straße (ZVB)	0,1	0,5
davon Nahversorgungszentrum Lessingstraße (ZVB)	0,4	1,7
davon Nahversorgungszentrum Paulsstadt/Feldstadt (ZVB)	0,2	1,0
davon Sonderstandort Am Fasanenhof	1,8	8,7
davon Sonderstandort Margaretenhof	1,2	6,0
davon Solitär-/Streulagen in Zone 3 des Einzugsgebietes	1,4	6,9
<b>sonstige Orte, diffuse Umsatzverlagerungen</b>	<b>1,0</b>	<b>4,8</b>
<b>Gesamtsumme</b>	<b>20,5</b>	<b>100,0</b>

Quelle: CIMA GmbH 2014

Die ökonomische Wirkungsprognose hat ergeben, dass ca. 95,2 % des gesamten Vorhabenumsatzes in Höhe von rd. 20,5 Mio. € innerhalb des Schweriner Einzelhandels umverteilt werden würden.

Da es sich hierbei um reine Umsatzumverteilung handelt, ist die Aufteilung der Umsatzherkunft auf die einzelnen Standorte innerhalb des Untersuchungsgebietes stark an dem dort vorhandenen Wettbewerb orientiert. Es handelt sich hierbei um die gesamte Umsatzherkunft des Planvorhabens, je nach Wettbewerbssituation kann die Umsatzherkunft in den einzelnen Warengruppen stark variieren.

Rd. **3,9 %** des Vorhabenumsatzes stammen aus Umverteilung im direkten Standortumfeld, nämlich aus dem fußläufigen Einzugsbereich, der als **Zone 1 des Einzugsgebietes** definiert wurde. Hier befinden sich als Wettbewerbsstandorte der Netto Dansk-Standort am Blumenbrink und der Bereich um den Penny-Markt an der Friedrich-Engels-Straße.

Der größte Anteil des Vorhabenumsatzes stammt mit rd. **57,6 %** aus Umverteilung innerhalb der definieren **Zone 2 des Einzugsgebietes**. Hierbei wird gut ein Fünftel (rd. 21,3 %) des Vorhabenumsatzes aus dem Sonderstandort Sieben-Seen-Center, welcher durch seine verkehrsorientierte Lage, die fachmarktorientierte Angebotsstruktur und das Vorhandensein eines großen Verbrauchermarktes eine ähnliche Zielgruppenansprache aufweist wie der Vorhabenstandort Am Haselholz.

Rd. 14,4 % des Vorhabenumsatzes stammen aus Umverteilung in den Solitär- und Streulagen der Zone 2, wo sich unter anderem sieben Lebensmitteldiscounter befinden. Weitere rd. 9,6 % des Vorhabenumsatzes würden aus dem Stadtteilzentrum Hamburger Allee umverteilt werden, wo mit einem Kaufland Verbrauchermarkt ebenfalls ein direkter Wettbewerber des Planvorhabens ansässig ist. Zudem würden rd. 6,8 % des Vorhabenumsatzes aus dem – ebenfalls überwiegend Pkw-Kunden-orientierten – Nahversorgungszentrum Köpmarkt umverteilt werden. Aus den Stadtteilzentren Berliner Platz (rd. 3,0 %) und Dreescher Markt (rd. 2,5 %)

würden hingegen nur vergleichsweise geringe Anteile des Umverteilungsumsatzes stammen.

Aus den weiter entfernt liegenden Stadtteile Schwerins, der Zone 3 des Einzugsgebietes, würden rd. 33,7 % des Vorhabenumsatzes stammen. Hierunter entfallen die größten Anteile mit rd. 8,7 % auf den Sonderstandort am Fasanenhof und rd. 7,7 % auf das Hauptgeschäftszentrum Innenstadt. Weitere rd. 6,9 % entfallen auf die Solitär- und Streulagen in der Zone 3 – hier befinden sich u.a. zwei Lebensmittelvollsortimenter und zehn Lebensmitteldiscounter – und rd. 6,0 % auf den Sonderstandort Margaretenhof.

Zudem würden rd. 4,8 % der umverteilten Umsätze außerhalb des definierten Untersuchungsgebietes, also des Schweriner Stadtgebietes, umverteilt werden („sonstige Orte, diffuse Umsatzverlagerungen“). Dies sind Käufe von Kunden, die heute in weiter entfernten Einkaufsstandorten (Orte außerhalb des Untersuchungsgebietes) getätigt werden und zukünftig an den Planvorhabenstandort umverlagert werden würden. Hierunter fallen vor allem Pendler, aber auch sporadische Käufe von Touristen und Tagesbesuchern. Mit 4,8 % ist dieser Anteil im vorliegenden Fall vergleichsweise gering, da davon auszugehen ist, dass bereits gegenwärtig ein Großteil der Kaufkraft von Pendlern und Bewohnern des Schweriner Umlandes im Schweriner Stadtgebiet gebunden ist und es daher nur in begrenztem Umfang zu weiteren Umsatzumverteilungen aus Standortes außerhalb Schwerins kommen kann.

Bei der Bewertung des Planvorhabens bzw. bei der Berechnung der Umsatzumverteilungswirkungen gehen wir von einem „Worst-Case-Ansatz“ aus. Dieser stellt die maximal zu erwartenden Umverteilungswirkungen dar. Die nachfolgend ausgewiesenen Umsatzumverteilungsquoten beziehen sich nicht auf die vorhandene Nachfrage, sondern auf den im Einzelhandel getätigten Umsatz.

### 4.2.3 Umsatzumverteilungseffekte des Planvorhabens

Abb. 6: Umverteilungseffekte des Planvorhabens in der Zone 1 des Einzugsgebietes

Warengruppe	Einzugsgebiet Zone 1 gesamt		
	Umsatz aktuell in Mio. €	Umverteilungsumsatz in Mio. €	in %
<b>periodischer Bedarf</b>	<b>5,7</b>	<b>0,74</b>	<b>13,0</b>
Lebensmittel, Reformwaren	5,0	0,69	13,9
Gesundheit und Körperpflege	0,4	0,04	9,6
Schnittblumen, Zeitschriften	0,3	***	***
<b>aperiodischer Bedarf</b>	<b>2,8</b>	<b>0,05</b>	<b>1,9</b>
<b>vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt</b>	<b>8,5</b>	<b>0,79</b>	<b>9,3</b>

Quelle: cima GmbH 2014

\*\*\*: Umverteilungsumsatz unterhalb der Nachweisgrenze

Abb. 7: Umverteilungseffekte des Planvorhabens in der Zone 2 des Einzugsgebietes

Warengruppe	Stadtteilzentrum Berliner Platz (ZVB)			Stadtteilzentrum Dreescher Markt (ZVB)			Stadtteilzentrum Hamburger Allee (ZVB)		
	Umsatz aktuell	Umverteilungsumsatz		Umsatz aktuell	Umverteilungsumsatz		Umsatz aktuell	Umverteilungsumsatz	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
<b>periodischer Bedarf</b>	<b>6,8</b>	<b>0,59</b>	<b>8,6</b>	<b>10,1</b>	<b>0,47</b>	<b>4,7</b>	<b>18,8</b>	<b>1,89</b>	<b>10,0</b>
Lebensmittel, Reformwaren	4,3	0,54	12,6	4,0	0,43	10,9	15,2	1,74	11,5
Gesundheit und Körperpflege	2,4	0,04	1,8	5,8	0,04	0,6	3,4	0,14	4,2
Schnittblumen, Zeitschriften	0,2	***	***	0,3	***	***	0,3	0,01	4,1
<b>aperiodischer Bedarf</b>	<b>1,6</b>	<b>0,03</b>	<b>2,0</b>	<b>1,7</b>	<b>0,04</b>	<b>2,2</b>	<b>1,4</b>	<b>0,09</b>	<b>6,2</b>
<b>vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt</b>	<b>8,4</b>	<b>0,62</b>	<b>7,3</b>	<b>11,8</b>	<b>0,51</b>	<b>4,3</b>	<b>20,1</b>	<b>1,97</b>	<b>9,8</b>

Warengruppe	Nahversorgungszentrum Köpmarkt (ZVB)			Sonderstandort Sieben-Seen-Center			Solitär-/Streulagen in der Zone 2 des Einzugsgebietes		
	Umsatz aktuell	Umverteilungsumsatz		Umsatz aktuell	Umverteilungsumsatz		Umsatz aktuell	Umverteilungsumsatz	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
<b>periodischer Bedarf</b>	<b>13,4</b>	<b>1,32</b>	<b>9,8</b>	<b>28,2</b>	<b>3,80</b>	<b>13,5</b>	<b>29,5</b>	<b>2,81</b>	<b>9,5</b>
Lebensmittel, Reformwaren	8,1	1,21	15,1	21,2	3,47	16,3	24,8	2,60	10,5
Gesundheit und Körperpflege	5,2	0,10	1,9	6,1	0,29	4,8	4,2	0,19	4,5
Schnittblumen, Zeitschriften	0,2	0,01	4,8	0,8	0,03	3,9	0,5	0,02	3,8
<b>aperiodischer Bedarf</b>	<b>3,4</b>	<b>0,07</b>	<b>2,1</b>	<b>35,6</b>	<b>0,57</b>	<b>1,6</b>	<b>9,9</b>	<b>0,13</b>	<b>1,3</b>
<b>vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt</b>	<b>16,8</b>	<b>1,39</b>	<b>8,3</b>	<b>63,7</b>	<b>4,36</b>	<b>6,8</b>	<b>39,4</b>	<b>2,94</b>	<b>7,5</b>

Quelle: cima GmbH 2014

\*\*\*: Umverteilungsumsatz unterhalb der Nachweisgrenze

Abb. 8: Umverteilungseffekte des Planvorhabens in der Zone 3 des Einzugsgebietes

Warengruppe	Hauptgeschäftszentrum Innenstadt (ZVB)			Nahversorgungszentrum Güstrower Straße (ZVB)			Nahversorgungszentrum Kieler Straße (ZVB)		
	Umsatz aktuell	Umverteilungsumsatz		Umsatz aktuell	Umverteilungsumsatz		Umsatz aktuell	Umverteilungsumsatz	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
<b>periodischer Bedarf</b>	<b>66,4</b>	<b>1,36</b>	<b>2,0</b>	<b>9,1</b>	<b>0,22</b>	<b>2,5</b>	<b>7,9</b>	<b>0,09</b>	<b>1,2</b>
Lebensmittel, Reformwaren	39,4	1,21	3,1	8,2	0,21	2,5	3,2	0,09	2,7
Gesundheit und Körperpflege	25,0	0,13	0,5	0,6	0,01	2,3	4,2	0,01	0,2
Schnittblumen, Zeitschriften	2,0	0,02	0,8	0,2	***	***	0,5	***	***
<b>aperiodischer Bedarf</b>	<b>127,8</b>	<b>0,23</b>	<b>0,2</b>	<b>0,5</b>	<b>0,01</b>	<b>1,7</b>	<b>0,7</b>	<b>0,01</b>	<b>0,9</b>
<b>vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt</b>	<b>194,2</b>	<b>1,58</b>	<b>0,8</b>	<b>9,6</b>	<b>0,23</b>	<b>2,4</b>	<b>8,6</b>	<b>0,10</b>	<b>1,2</b>

Warengruppe	Nahversorgungszentrum Lessingstraße (ZVB)			Nahversorgungszentrum Paulsstadt/Feldstadt (ZVB)			Sonderstandort Am Fasanenhof		
	Umsatz aktuell	Umverteilungsumsatz		Umsatz aktuell	Umverteilungsumsatz		Umsatz aktuell	Umverteilungsumsatz	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
<b>periodischer Bedarf</b>	<b>12,7</b>	<b>0,34</b>	<b>2,7</b>	<b>7,4</b>	<b>0,20</b>	<b>2,8</b>	<b>10,5</b>	<b>1,70</b>	<b>16,2</b>
Lebensmittel, Reformwaren	11,5	0,31	2,7	6,8	0,19	2,8	9,4	1,56	16,6
Gesundheit und Körperpflege	0,9	0,02	2,6	0,5	0,01	2,5	0,9	0,13	13,7
Schnittblumen, Zeitschriften	0,3	***	***	0,1	***	***	0,2	0,01	5,8
<b>aperiodischer Bedarf</b>	<b>2,2</b>	<b>0,02</b>	<b>0,9</b>	<b>0,3</b>	<b>0,01</b>	<b>2,0</b>	<b>2,5</b>	<b>0,09</b>	<b>3,7</b>
<b>vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt</b>	<b>14,9</b>	<b>0,36</b>	<b>2,4</b>	<b>7,8</b>	<b>0,21</b>	<b>2,7</b>	<b>12,9</b>	<b>1,79</b>	<b>13,8</b>

Warengruppe	Sonderstandort Margaretenhof			Solitär-/Streulagen in der Zone 3 des Einzugsgebietes		
	Umsatz aktuell	Umverteilungsumsatz		Umsatz aktuell	Umverteilungsumsatz	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
<b>periodischer Bedarf</b>	<b>21,6</b>	<b>1,13</b>	<b>5,2</b>	<b>58,4</b>	<b>1,32</b>	<b>2,3</b>
Lebensmittel, Reformwaren	18,0	1,04	5,8	39,1	1,21	3,1
Gesundheit und Körperpflege	3,3	0,08	2,5	17,1	0,10	0,6
Schnittblumen, Zeitschriften	0,3	0,01	2,4	2,2	0,01	0,4
<b>aperiodischer Bedarf</b>	<b>6,6</b>	<b>0,09</b>	<b>1,3</b>	<b>9,0</b>	<b>0,09</b>	<b>1,0</b>
<b>vorhabenrelevanter Einzelhandel insgesamt</b>	<b>28,2</b>	<b>1,22</b>	<b>4,3</b>	<b>67,5</b>	<b>1,41</b>	<b>2,1</b>

Quelle: cima GmbH 2014

\*\*\*: Umverteilungsumsatz unterhalb der Nachweisgrenze

Die ökonomische Wirkungsprognose zeigt, dass durch das Planvorhaben zur Neuansiedlung eines Verbrauchermarktes mit rd. 4.500 qm Verkaufsfläche im Zusammenhang mit dem geplanten Fachmarktzentrum Am Haselholz messbare Umsatzumverteilungen ausgelöst werden würden, die teilweise über oder nur leicht unter dem Abwägungsschwellenwert (= 10 % Umsatzumverteilung) liegen. Im Folgenden wird daher in einer genaueren Betrachtung der Umsatzumverteilungswirkungen geprüft, ob ggf. schädliche Auswirkungen i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO durch das Planvorhaben identifizierbar sind.

#### Lebensmittel, Reformwaren (3.470 qm Vkfl. geprüft):

In der Warengruppe Lebensmittel, Reformwaren wird für die **Zone 1 des Einzugsgebietes** eine Umsatzumverteilungsquote von 13,9 % prognostiziert. Bei den hier tangierten Strukturen handelt es sich neben zwei Bäckern und einem Getränkemarkt vor allem um die Lebensmitteldiscounter Netto Marken-Discount (Blumenbrink) und Penny (Friedrich-Engels-Straße). Der Netto-Markt verfügt über eine zeitgemäße Verkaufsflächengröße und eine gute Leistungsfähigkeit, sodass davon auszugehen ist, dass das Planvorhaben hier lediglich absatzwirtschaftliche Auswirkungen haben wird, die jedoch nicht in negative städtebauliche Folgen wie eine Schließung des Marktes umschlagen würden. Der Penny-Markt an der Friedrich-Engels-Straße kann trotz seiner vergleichsweise geringen Verkaufsflächengröße (rd. 500 qm) als gut positioniert gelten. Er ist überwiegend auf eine fußläufige Nahversorgung der direkt umliegenden Wohnquartiere fokussiert und dürfte daher auch nach den prognostizierten Umsatzabzügen noch über eine ausreichende Basis verfügen, um weiterhin wirtschaftlich funktionieren zu können.

In der **Zone 2 des Einzugsgebietes** werden ebenfalls Umsatzumverteilungsquoten im abwägungsrelevanten Bereich erreicht. Der höchste Wert wird mit rd. 16,3 % für den Sonderstandort Sieben-

Seen-Center prognostiziert. Das dort lokalisierte real SB-Warenhaus gehört zu den bestfrequentieren Lebensmittelmärkten Schwerins, weshalb die CIMA hier lediglich von absatzwirtschaftlichen Auswirkungen ausgeht, die jedoch nicht zu negativen städtebaulichen Effekten führen würden.

Ähnlich hohe Werte werden mit 15,1 % für das Nahversorgungszentrum Köpmarkt prognostiziert, welches ebenfalls fachmarkt-affine Pkw-Kunden anspricht und sich, wie der Vorhabenstandort am Haselholz und das Sieben-Seen-Center auch, an der Hauptverkehrsachse B 106/ B 321 befindet. Die Lebensmittelanbieter im Nahversorgungszentrum Köpmarkt sind modern und leistungsfähig aufgestellt, negative städtebauliche Auswirkungen sind infolge der prognostizierten Umsatzumverteilungen nicht zu erwarten. Da der Standort Köpmarkt gegenwärtig nur über eine begrenzte Anzahl von Stellplätzen mit einer sehr hohen Auslastung verfügt, könnte die Verlagerung eines Teils der Kundenströme unter Umständen sogar zu einer Entlastung des Nahversorgungszentrums Köpmarkt im positiven Sinne führen.

Für das Stadtteilzentrum Berliner Platz wird eine Umsatzumverteilung in Höhe von 12,6 % prognostiziert. Die hier ansässigen Lebensmittelmärkte sind zeitgemäß aufgestellt und profitieren überwiegend aus Kaufkraft aus dem direkten, fußläufig erreichbaren Umfeld. Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Effekte in negative städtebauliche Folgen ist daher für diese Betriebe nicht zu erwarten. Allerdings ist in diesem Zusammenhang auch zu berücksichtigen, dass das Planvorhaben am Haselholz durchaus negative Auswirkungen auf die Bemühungen haben kann, das Stadtteilzentrum Berliner Platz durch Neuansiedlungen bspw. eines Lebensmittelvollsortimenters aktiv zu stärken und fortzuentwickeln (vgl. hierzu Kap. 6).

Für das Nahversorgungszentrum Hamburger Allee liegt die prognostizierte Umsatzumverteilungsquote in der Warengruppe Lebensmittel,

Reformwaren bei rd. 11,5 %. In dem Nahversorgungszentrum Hamburger Allee befindet sich mit dem Kaufland Verbrauchermarkt ein direkter Wettbewerber des Planvorhabens. Der Kaufland-Markt ist gegenwärtig schwach positioniert, die Kepler-Passage hat mit einer Leerstandsproblematik und stetig abnehmenden Kundenfrequenzen zu kämpfen. Dementsprechend gering ist auch die gegenwärtige Umsatzleistung des Kaufland Verbrauchermarktes zu bewerten, weshalb nicht ausgeschlossen werden kann, dass infolge der prognostizierten Umsatzabzüge mit umfangreichen Umstrukturierungen zu rechnen ist. Um einen Marktaustritt zu vermeiden, wird der derzeit auf zwei Etagen agierende Kaufland bspw. durch Schließung des Obergeschosses seine Verkaufsfläche verringern müssen und sich auf diese Weise von einem großen Verbrauchermarkt eher hin zu einem kleineren, an die Nachfrage im Mueßer Holz angepassten Verbrauchermarkt entwickeln müssen. Nur durch solche Umstrukturierungsmaßnahmen wird die Funktion des zentralen Versorgungsbereiches Stadtteilzentrum Hamburger Allee längerfristig aufrecht erhalten werden können (vgl. hierzu auch Ausführungen in Kap. 6).

Für das Stadtteilzentrum Dreescher Markt wird eine Umsatzumverteilungsquote von rd. 10,9 % prognostiziert. Es handelt sich hier um insgesamt zeitgemäße und ausreichend leistungsfähige Angebotsstrukturen, die überwiegend auf die Nahversorgung der umliegenden Wohnquartiere des Großen Dreesch ausgerichtet sind. Die cima geht hier von rein absatzwirtschaftlichen Auswirkungen aus. Negative städtebauliche Folgen, wie die Schließung des Hauptanbieters Rewe, sind nicht zu erwarten.

In den Solitär- und Streulagen der Zone 2 des Einzugsgebietes beträgt die Umsatzumverteilungsquote rd. 10,5 %. Die cima erwartet nicht, dass es hier infolge der Vorhabenrealisierung zu Geschäftsaufgaben kommen wird. Mithin können wesentliche negative Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO ausgeschlossen werden.

In der **Zone 3 des Einzugsgebietes** wird lediglich für den Sonderstandort Am Fasanenhof mit 16,6 % eine Umverteilungsquote im abwägungsrelevanten Bereich prognostiziert. Hier befindet sich mit dem HIT Verbrauchermarkt ein weiterer direkter Wettbewerber des Planvorhabens, allerdings ist die verkehrliche Erreichbarkeit sowie die Attraktivität des Einzelhandelsstandortes Am Fasanenhof insgesamt (aufgrund des Gewerbegebiets-Charakters) vergleichsweise schwach zu bewerten, weshalb seitens der Kunden eine hohe Bereitschaft bestehen dürfte, auf andere, attraktivere Fachmarktstandorte auszuweichen. Aufgrund der bereits heute schwachen Positionierung des Standortes und einer dementsprechend geringen Umsatzleistung des HIT-Marktes ist eine Standortaufgabe infolge der prognostizierten Umsatzumverteilungen nicht auszuschließen. In diesem Fall wäre gleichwertige Nachnutzung der Verbrauchermarkt-Immobilie durch einen anderen Lebensmittelanbieter als sehr unwahrscheinlich einzustufen. Gleichwohl wäre das Leerfallen der Verbrauchermarkt-Immobilie an dieser Stelle aus städtebaulicher Sicht nicht als gravierend zu bewerten, da der Standort keine bedeutende (Nah-)Versorgungsfunktion im Schweriner Standortgefüge übernimmt. Hier würde sich beispielsweise – entsprechend der Nutzungen im Standortumfeld – eine gewerbliche Nachnutzung des Areals anbieten.

Der Sonderstandort Margaretenhof würde mit rd. 5,8 % von den Umsatzumverteilungswirkungen durch das Planvorhaben tangiert sein. Dieser vergleichsweise geringe Wert ist auf die große räumlichen Distanz dieses Sonderstandortes zum Vorhabenstandort zurückzuführen. Hier geht die cima daher nicht von mehr als unwesentlichen negativen Auswirkungen aus. Negative städtebauliche Folgen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO sind nicht zu erwarten.

Die zentralen Versorgungsbereiche sowie die Solitär- und Streulagen in der Zone 3 des Einzugsgebietes werden nur vergleichsweise gering durch das Planvorhaben tangiert. Die Umsatzumverteilungsquoten liegen hier bei maximal rd. 3,1 % und damit deutlich unter

dem 10 %-Abwägungsschwellenwert. Mehr als unwesentliche Auswirkungen sind für diese Standorte daher nicht zu erwarten. Negative städtebauliche Folgen können ausgeschlossen werden.

#### Gesundheit und Körperpflege (350 qm Vkl. geprüft):

In der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege liegt die prognostizierte Umsatzumverteilungsquote für die **Zone 1 des Einzugsgebietes** bei rd. 9,6 % und damit nur knapp unter dem Abwägungsschwellenwert von 10 %. Bei den hier tangierten Angebotsstrukturen handelt es sich allerdings lediglich um Randsortimentsflächen der dort ansässigen Lebensmitteldiscounter. Bezogen auf die Gesamtumsätze der Betriebe dürfte der prognostizierte Umsatzabzug von zusammen rd. 0,04 Mio. € kaum ins Gewicht fallen, weshalb wir hier lediglich von unwesentlichen Auswirkungen ausgehen, die keine negativen städtebaulichen Folgen haben würden.

In der **Zone 2 des Einzugsgebietes** liegen die prognostizierten Umsatzumverteilungsquoten bei maximal rd. 4,8 % (Sonderstandort Sieben-Seen-Center) bzw. bezogen auf die zentralen Versorgungsbereiche bei maximal rd. 4,2 % (Stadtteilzentrum Hamburger Straße) und damit deutlich unter dem Abwägungsschwellenwert. Wir gehen hier ebenfalls nur von unwesentlichen Auswirkungen aus, die nicht zu negativen städtebaulichen Folgen führen würden.

In der **Zone 3 des Einzugsgebietes** wird am Sonderstandort Am Fasanenhof mit 13,7 % eine Umsatzumverteilungsquote im abwägungsrelevanten Bereich erreicht. Tangiert wäre hier (neben geringen Randsortimenten im ansässigen Babyfachmarkt und Sonderpostenmarkt) vor allem das Randsortiment des ansässigen HIT-Marktes. Die Umsatzabzüge in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege würden die Umsatzabzüge im Hauptsortiment Lebensmittel, Reformwaren noch verstärken, was die oben ausgeführte Annahme stärkt, dass eine Standortaufgabe des schwach positionierten HIT Verbrauchermarktes nicht ausgeschlossen werden kann.

An allen weiteren Standorten der Zone 3 betragen die Umsatzumverteilungsquoten maximal rd. 2,6 % (Nahversorgungszentrum Lesingstraße). Mehr als unwesentliche Auswirkungen sind hier nicht zu erwarten. Negative städtebauliche Folgen können ausgeschlossen werden.

#### Schnittblumen, Zeitschriften (30 qm Vkl. geprüft):

In der Warengruppe Schnittblumen, Zeitschriften umfasst das Planvorhaben lediglich ein Randsortiment von 30 qm Verkaufsfläche. Dementsprechend gering fallen auch die prognostizierten Umsatzumverteilungsquoten aus: Diese sind in der **Zone 1 des Einzugsgebietes** so gering, dass sie rechnerisch nicht nachweisbar sind.

In der **Zone 2 des Einzugsgebietes** liegen die Werte bei maximal rd. 4,8 % (Nahversorgungszentrum Köpmarkt) und sind außerdem in absoluten Werten so gering (maximal rd. 0,03 Mio. €), dass sich daraus keinerlei wesentliche Auswirkungen auf die tangierten Einzelhandelsstrukturen ableiten lassen. Negative städtebauliche Folgen können daher für alle Standorte in der **Zone 2 des Einzugsgebietes** ausgeschlossen werden.

Gleiches gilt für die Standorte in der **Zone 3 des Einzugsgebietes**, wo die Umverteilungsquoten bei maximal rd. 5,8 % liegen (Sonderstandort Am Fasanenhof) bzw. in den zentralen Versorgungsbereichen – mit Ausnahme der Innenstadt (0,8 %) – unterhalb der rechnerischen Nachweisgrenze.

#### vorhabenrelevanter aperiodischer Bedarf (kumuliert; 650 qm Vkl. geprüft):

In den vorhabenrelevanten Warengruppen des aperiodischen Bedarfsbereichs liegt die kumulierte Umsatzumverteilungsquote in der **Zone 1 des Einzugsgebietes** bei lediglich rd. 1,9 % und damit deutlich unter dem 10 %-Abwägungsschwellenwert. Mehr als unwe-

sentliche Auswirkungen sind daher nicht zu erwarten. Negative städtebauliche Folgen können ausgeschlossen werden.

In der **Zone 2 des Einzugsgebietes** wird für das Stadtteilzentrum Hamburger Allee eine Umverteilungsquote von rd. 6,2 % prognostiziert. Bei den tangierten Angebotsstrukturen würde es sich überwiegend um die Randsortimentsflächen des dort ansässigen Kaufland Verbrauchermarktes handeln, dessen Schließung bereits aufgrund der Umverteilungen im Hauptsortiment Lebensmittel, Reformwaren nicht ausgeschlossen werden kann (s.o.). Die Umsatzabzüge bei den aperiodischen Randsortimenten würden die Leistungsfähigkeit des Verbrauchermarktes weiter reduzieren.

Für die übrigen zentralen Versorgungsbereiche sowie die Solitär- und Streulagen in der Zone 2 werden nur geringe Umsatzumverteilungen von maximal rd. 2,2 % prognostiziert. Dort sind daher keine mehr als unwesentlichen Auswirkungen zu erwarten.

Auch in der **Zone 3 des Einzugsgebietes** sind die Umsatzumverteilungswirkungen im aperiodischen Bedarf vergleichsweise gering. Die höchste Quote wird mit 3,7 % am Sonderstandort Am Fasanenhof erwartet, in den zentralen Versorgungsbereichen liegen die Quoten bei maximal rd. 2,2 %. Auch in der Zone 3 sind somit keine mehr als unwesentlichen Auswirkungen zu erwarten.

Die ökonomische Wirkungsprognose hat gezeigt, dass das Planvorhaben zur Ansiedlung eines 4.500 qm Verkaufsfläche umfassenden Verbrauchermarktes am Sonderstandort „Fachmarktzentrum Am Haselholz“ zwar keine Gefährdung der Schweriner Nahversorgungsstrukturen in ihrer Gesamtheit auslösen würde. Allerdings kann für den schwach aufgestellten Verbrauchermarktstandort Am Fasanenhof eine Schließung des Magnetbetriebes (HIT) nicht ausgeschlossen werden. Im Stadtteilzentrum Hamburger Allee dürften die zu erwartenden Umsatzverluste zur Umsetzung notwendiger Umstrukturierungsmaßnahmen führen: Um einen Marktaustritt zu vermeiden dürfte die Verkaufsfläche des dort ansässigen Kaufland Verbrauchermarktes durch Schließung der oberen Etage auf eine leistungsfähigere Größe reduziert werden. In den nachfolgenden Kapiteln ist daher vertiefend zu prüfen, durch welche Maßnahmen eine Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Hamburger Allee erreicht werden könnte, um somit die negativen Auswirkungen durch das Planvorhaben auf ein verträgliches Maß zu reduzieren. Für das Stadtteilzentrum Berliner Platz können zwar keine direkten negativen Auswirkungen durch das Planvorhaben abgeleitet werden, allerdings muss berücksichtigt werden, dass das Planvorhaben durchaus negative Auswirkungen auf die Bemühungen haben kann, das Stadtteilzentrum Berliner Platz durch Neuansiedlungen bspw. eines Lebensmittelvollsortimenters aktiv zu stärken und fortzuentwickeln. Auch hierfür wird daher nachfolgend eine vertiefende Betrachtung möglicher Chancen und Risiken durch das Planvorhaben vorgenommen (vgl. Kap. 6).

## 5 Raumordnerische und einzelhandelskonzeptionelle Einordnung des Vorhabens

### 5.1 Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern

Das Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern (LEP M-V) formuliert die landesweit geltenden Ziele der Raumordnung und Landesentwicklung. Die derzeit gültige Fassung des LEP M-V stammt aus dem Jahr 2005. Gegenwärtig befindet sich eine Fortschreibung des LEP M-V im Beteiligungsverfahren. Da das Fortschreibungsverfahren jedoch nicht vor Ende 2015 abgeschlossen sein dürfte und sich zudem die Ziele im Hinblick auf großflächige Einzelhandelsvorhaben nicht wesentlich ändern werden, wird das Vorhaben nachfolgend an den Vorgaben des derzeit gültigen LEP M-V 2005 bewertet.

Eine verbindliche raumordnerische Bewertung des Vorhabens obliegt der Landesplanungsbehörde. Die nachfolgende Bewertung der cima kann daher nur eine erste, nicht bindende Einordnung darstellen.

#### Ziel „Einzelhandelsgroßprojekte“

*„Einzelhandelsgroßprojekte im Sinne des § 11 Abs. 3 der BauNVO – hierunter fallen auch Hersteller-Direktverkaufszentren und sonstige neue Betriebsformen des Einzelhandels, die mit diesen in ihren Auswirkungen vergleichbar sind – sind mit Ausnahme von (7) nur in zentralen Orten zulässig, bei einer Geschossfläche von mehr als 5.000 m<sup>2</sup> nur in Ober- und Mittelzentren.“ (4.3.2 Nr. 1 LEP M-V 2005)*

Bei dem vorliegenden Planvorhaben, einem Verbrauchermarkt mit 4.500 qm Verkaufsfläche im Zusammenhang mit einem Fachmarktzentrum, handelt es sich um ein Einzelhandelsgroßprojekt im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO.

Der Landeshauptstadt Schwerin ist raumordnerisch die Funktion eines Oberzentrums zugewiesen.

**Das Ziel „Einzelhandelsgroßprojekte“ kann somit als erfüllt gelten.**

#### Ziel „Zulässigkeitskriterien“

*„Neuansiedlungs-, Umnutzungs- oder Erweiterungsvorhaben von Einzelhandelsgroßprojekten sind nur zulässig wenn Größe, Art und Zweckbestimmung in einem angemessenen Verhältnis zu Größe und Versorgungsfunktion des zentralen Ortes stehen und die Auswirkungen des Vorhabens den Verflechtungsbereich des zentralen Ortes nicht wesentlich überschreiten.“ (4.3.2 Nr. 2 LEP M-V 2005)*

Das Vorhaben umfasst die Neuansiedlung eines Verbrauchermarktes mit rd. 4.500 qm Verkaufsfläche und einer Umsatzleistung von maximal rd. 20,5 Mio. €, davon rd. 17,4 Mio. € im Hauptsortiment Lebensmittel, Reformwaren. Dem steht im Oberzentrum Schwerin eine Kaufkraft von rd. 180,1 Mio. € gegenüber. Das Vorhaben steht insofern von seiner Größe in einem angemessenen Verhältnis zum Nachfragepotenzial des Oberzentrums Schwerin.

Auch von seiner Zweckbestimmung fügt sich das Vorhaben in die Versorgungsfunktion des Oberzentrums Schwerin ein. Das Vorhaben zielt darauf ab, eine Versorgungsfunktion überwiegend für die Schweriner Bevölkerung zu übernehmen (vgl. Ausführungen zum Einzugsgebiet in Kap. 3.1).

Insofern würden auch die Auswirkungen des Planvorhabens überwiegend innerhalb der Schweriner Einzelhandelsstrukturen zum Tragen kommen. Der maßgebliche Verflechtungsbereich der Landeshauptstadt Schwerin, der im periodischen Bedarf das eigene Stadtgebiet und den raumordnerisch zugewiesenen Nahbereich (vgl.

Abb. 9 in Kap. 5.2) umfasst, wird durch die Auswirkungen des Planvorhabens nicht wesentlich überschritten.

**Das Ziel „Zulässigkeitskriterien“ kann somit als erfüllt gelten.**

**Ziel „räumlich ausgewogene Versorgung“**

*„Einzelhandelsgroßprojekte dürfen weder die verbrauchernahe Versorgung der nicht motorisierten Bevölkerung noch eine ausgewogene und räumlich funktionsteilig orientierte Entwicklung von Versorgungsschwerpunkten zwischen Innenstadt / Orts- bzw. Wohngebietszentrum und Randlage gefährden.“ (4.3.2 Nr. 3 LEP M-V 2005)*

Wie die ökonomische Wirkungsprognose ergeben hat, werden die wohnortnahen Versorgungsstrukturen durch das Planvorhaben überwiegend nicht gefährdet. Lediglich für das Stadtteilzentrum Hamburger Allee und für den Sonderstandort Am Fasanenhof kann eine Schließung des jeweiligen Verbrauchermarktes nicht ausgeschlossen werden.

Im Fall des Sonderstandortes Am Fasanenhof kann dies aus Sicht der verbrauchernahen Versorgung hingenommen werden, da der Standort keine wohnortnahe Versorgungsfunktion übernimmt.

Im Fall des Stadtteils Hamburger Allee übernehmen die solitären Nahversorgungsstandorte Bürgelstraße (Penny) und Pawlowstraße (Aldi) eine ergänzende Nahversorgungsfunktion zum Stadtteilzentrum Hamburger Allee. Für das Stadtteilzentrum selbst muss es gelingen, Durch Umstrukturierungsmaßnahmen einem Marktaustritt des Verbrauchermarktes entgegenzuwirken. Dies kann – auch unabhängig von dem Planvorhaben am Haselholz – dadurch gelingen, dass die Verkaufsfläche des Kaufland-Verbrauchermarktes durch Schließung des Obergeschosses reduziert wird, wodurch die Größe des Betriebes an das begrenzte Nachfragepotenzial im Stadtteil Mueßer Holz angepasst und außerdem die Betriebskosten reduziert werden. Durch derartige Umstrukturierungsmaßnahmen

(vgl. hierzu auch Ausführungen in Kap. 6) könnte eine tragfähige Nahversorgung im Stadtteil Mueßer Holz längerfristig gesichert werden.

Die funktionsteilige Entwicklung des Hauptzentrums Innenstadt, der Stadtteil- und Nahversorgungszentren und der Sondergebietsstandorte wird durch das Vorhaben nicht gefährdet. Der Standort würde selbst einen Pkw-Kunden-orientierten Sonderstandort darstellen. Die Entstehung eines neuen Sonderstandortes in Schwerin kann aus Gutachtersicht insbesondere dann positiv gewertet werden, wenn dadurch perspektivisch der ungeordnet entstandene Standort Am Fasanenhof wieder in eine gewerbliche Nutzung zurückgeführt wird.

**Das Ziel „räumlich ausgewogene Versorgung“ wird durch das Planvorhaben nur teilweise erfüllt. Eine Zieleinhaltung dürfte davon abhängen, welche Entwicklungsperspektiven für das Stadtteilzentrum Hamburger Allee gesichert werden können.**

**Ziel „zentrenrelevante Sortimente“**

*„Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten sind nur an städtebaulich integrierten Standorten zulässig.“*

*Bei Standortentwicklungen außerhalb der Innenstadt ist nachzuweisen, dass diese die Funktionsentwicklung und Attraktivität der Innenstadt nicht gefährden.“ (4.3.2 Nr. 4 LEP M-V 2005)*

Bei dem Planvorhaben handelt es sich um nahversorgungsrelevante Kernsortimente, die eine Sonder- bzw. Unterform der zentrenrelevanten Sortimente darstellen, da sie der wohnortnahen Versorgung dienen sollen und damit grundsätzlich auch außerhalb der Innenstädte und Ortsmitten angeboten werden sollen.

Das Vorhaben erfüllt zwar die Voraussetzung, dass eine Gefährdung der Funktionsentwicklung und Attraktivität der Innenstadt nachweislich nicht zu erwarten ist, allerdings erfüllt der Vorhaben-

standort nicht alle Kriterien einer städtebaulich integrierten Lage. Als städtebaulich integriert gelten Standorte im räumlichen und funktionalen Zusammenhang mit zentralen Versorgungsbereichen; dies ist im vorliegenden Fall nicht gegeben.

Allerdings ist in der Betrachtung zu berücksichtigen, dass im vorliegenden Fall eine städtebaulich integrierte Lage auch gar nicht gewollt ist. Der geplante Verbrauchermarkt geht von seiner Dimensionierung über die Größe eines reinen Nahversorgungsbetriebes hinaus. Er soll in verkehrsgünstiger Lage die Versorgungsfunktion für Pkw-Kunden aus dem gesamten Schweriner Stadtgebiet, schwerpunktmäßig aus den südlichen Stadtteilen, wahrnehmen und damit im Schweriner Standortgefüge eine Versorgungsfunktion übernehmen, die mit den Sonderstandorten Sieben-Seen-Center, Am Haselholz und Margaretenhof vergleichbar ist.

Das Kriterium eines gewichtigen fußläufigen Einzugsbereiches wird hingegen erfüllt (vgl. 3.1) ebenso wie das Kriterium der Anbindung an das ÖPNV-Netz (vgl. Kap. 2). Somit kann der Standort insgesamt als teilintegriert bewertet werden.

**Das Ziel „zentrenrelevante Sortimente“ wird durch das Planvorhaben nicht vollständig erfüllt. Bei dem Vorhabenstandort handelt es sich um eine teilintegrierte Lage. Denn der Standort befindet sich zwar nicht im räumlichen und funktionalen Zusammenhang mit einem zentralen Versorgungsbereich, was jedoch auch nicht gewollt ist, da das Vorhaben im Schweriner Standortgefüge eine Sonderfunktion übernehmen soll, die in einer städtebaulich integrierten Lage aufgrund der Größe und des Verkehrsaufkommens nicht realisiert werden kann. Der Standort ist jedoch aus den umliegenden Wohngebieten fußläufig erreichbar und in das ÖPNV-Netz eingebunden.**

Ziel „nicht zentrenrelevante Sortimente“

*„Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten sind an teilintegrierten verkehrlich gut erreichbaren Standorten zulässig, wenn diese einen baulichen Zusammenhang mit dem Siedlungsbereich des zentralen Ortes bilden. Zentrenrelevante Randsortimente innerhalb der Großprojekte nach Satz 1 sind zulässig, wenn keine negativen Auswirkungen auf die Innenstadtentwicklung und Nahversorgungsstrukturen zu erwarten sind (Einzelfallprüfung erforderlich).“ (4.3.2 Nr. 5 LEP M-V 2005)*

Da es sich bei dem Planvorhaben nicht um nicht-zentrenrelevante Kernsortimente handelt, wird dieses Ziel nicht tangiert. Das Kriterium einer teilintegrierten, verkehrlich gut erreichbaren Lage im baulichen Zusammenhang mit dem Siedlungsgebiet würde gleichwohl erfüllt werden.

**Das Ziel „nicht zentrenrelevante Sortimente“ wird nicht tangiert.**

**Grundsatz „Einzelhandelskonzepte“**

*„Ausgewogene zentrenstärkende Einzelhandelsstrukturen sollen in zentralen Orten auf der Grundlage von Einzelhandelskonzepten entwickelt werden.“ (4.3.2 Nr. 6 LEP M-V 2005)*

Bei dem Vorhabenstandort handelt es sich nicht um ein Zentrum im Sinne eines zentralen Versorgungsbereiches, sondern um ein Fachmarktzentrum mit der Charakteristik eines Sonderstandortes. Der Standort befindet sich gegenwärtig noch in der Planung und wurde daher in der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Landeshauptstadt Schwerin aus dem Jahr 2005 noch nicht berücksichtigt. Es handelt sich jedoch zumindest auf die bislang vorgesehenen Fachmärkte des aperiodischen Bedarfs um einen planerisch gewollten Fachmarktstandort, wie die Unterlagen zum Planverfahren für den Bebauungsplan Nr. 63.09/1 „Fachmarktzentrum Am Haselholz“ belegen.

Die vorliegend zu bewertende Ansiedlung eines Verbrauchermarktes verfolgt das Ziel, die Besucherfrequenzen in dem geplanten

Fachmarktzentrum zu erhöhen und dadurch eine gute Funktionsfähigkeit dieses neu geplanten Sonderstandortes abzusichern.

**Der Grundsatz „Einzelhandelskonzepte“ wird nicht erfüllt, da die geplante Ansiedlung nicht auf der Grundlage eines Einzelhandelskonzeptes basiert. Das Vorhaben dürfte jedoch in der nächsten Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes berücksichtigt werden.**

**Ziel „Vorhaben in Stadt-Umland-Räumen“**

*„Im Einzelfall können Einzelhandelsgroßprojekte in den Randbereichen der Stadt-Umland-Räume dann angesiedelt werden, wenn die Ansiedlungsgemeinde mit der Kernstadt intensive funktionale Verflechtungen aufweist, verkehrlich mit Öffentlichem Personennahverkehr gut erreichbar ist und die Entwicklung der Einzelhandelsfunktion der Kernstadt nicht beeinträchtigt. Standortentscheidungen für die Entwicklung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen in Stadt-Umland-Räumen sind auf der Basis interkommunaler Abstimmungen – (regionale Einzelhandelsentwicklungskonzepte) zu treffen.“ (4.3.2 Nr. 7 LEP M-V 2005)*

Der Vorhabenstandort befindet sich in der Landeshauptstadt Schwerin und somit nicht in einem Randbereich des Stadt-Umland-Raumes.

**Das Ziel „Vorhaben in Stadt-Umland-Räumen“ wird erfüllt bzw. nicht tangiert.**

**Grundsatz „Factory-Outlet-Center“**

*„Factory-Outlet-Center sind im Einzelfall auf ihre Auswirkungen, insbesondere im Hinblick auf die Funktions- und Entwicklungsfähigkeit der Zentralen Orte und ihrer Innenstädte zu überprüfen.“ (4.3.2 Nr. 8 LEP M-V 2005)*

Bei dem Vorhaben handelt es sich um einen Verbrauchermarkt im Zusammenhang mit einem Fachmarktzentrum und nicht um ein Factory-Outlet-Center.

**Der Grundsatz „Factory-Outlet-Center“ wird nicht tangiert.**

**Grundsatz „Einzelhandel und Tourismus“**

*„Einzelhandelsvorhaben sollen den Ausbau des Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern unterstützen. Das trifft sowohl für die Entwicklung und Attraktivitätsstärkung der historischen Altstädte als auch für die Tourismusorte zu.“ (4.3.2 Nr. 9 LEP M-V 2005)*

Bei dem Vorhaben handelt es sich um die Neuansiedlung eines Verbrauchermarktes. Dieser Betriebstyp dürfte keinerlei touristische Anziehungskraft entfalten, sondern er ist ausschließlich auf die Versorgung der Schweriner Bevölkerung fokussiert.

Es handelt sich nicht um einen Vorhabenstandort im Bereich der Schweriner Altstadt oder sonstiger touristisch bedeutsamer Destinationen.

Die Ansiedlung eines Verbrauchermarktes als leistungsfähigem Magnetbetrieb für das Fachmarktzentrum Am Haselholz erhöht allerdings die Chancen für die planerisch gewollte Ansiedlung eines Decathlon Sportfachmarktes. Der Sportfachmarkt dürfte aufgrund seiner Einzigartigkeit nicht nur im Schweriner Raum, sondern in ganz Mecklenburg-Vorpommern und aufgrund der Durchführung von Sportveranstaltungen eine gewisse Anziehungskraft auf Touristen bzw. Tagesbesucher entfalten.

**Der Grundsatz „Einzelhandel und Tourismus“ wird durch das Vorhaben nicht direkt tangiert. Indirekt können positive Effekte entstehen.**

## 5.2 Regionales Raumentwicklungsprogramm Westmecklenburg

Das Oberzentrum Schwerin ist Teil der Planungsregion Westmecklenburg, für welche – unterhalb der Ebene der Landesplanung – das Regionale Raumentwicklungsprogramm Westmecklenburg (RREP WM) gilt, dessen aktuelle Fassung aus dem Jahr 2011 stammt.

Die einzelhandelsbezogenen Ziele und Grundsätze des RREP WM stimmen im Wesentlichen überein mit den Inhalten des LEP M-V. Wir verweisen daher in diesem Zusammenhang auf die Ausführungen in Kapitel 5.1. Im Folgenden sollen daher nur noch die regionsspezifischen Abweichungen vertiefend betrachtet werden.

### Ziel „Einzelhandelsgroßprojekte“

*„Großflächige Einzelhandelsvorhaben im Sinne § 11 BauNVO, hierunter fallen auch Hersteller-Direktverkaufszentren und sonstige neue Betriebsformen des Einzelhandels, die ähnliche Auswirkungen erwarten lassen, sind mit Ausnahme von (7) nur in Zentralen Orten, bei einer Geschossfläche über 5.000 m<sup>2</sup> nur in Schwerin, Wismar, Parchim, Grevesmühlen, Ludwigslust und Hagenow zulässig.“ (4.3.2 Nr. 1 RREP WM 2011)*

**Das Ziel „Einzelhandelsgroßprojekte“ kann als erfüllt gelten.**

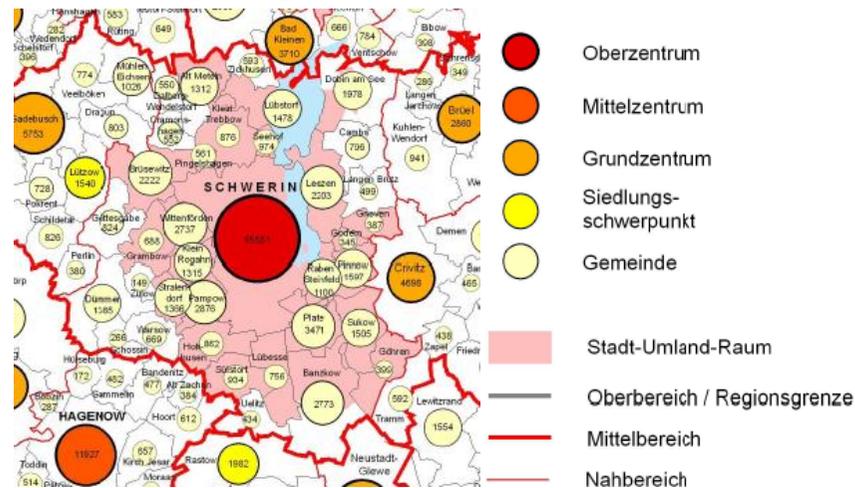
### Ziel „Zulässigkeitskriterien“

*„Neuansiedlungs-, Umnutzungs-, Erweiterungs- oder Agglomerationsvorhaben von Einzelhandelsgroßprojekten sind der Größe und der Versorgungsfunktion des Zentralen Ortes und seines Einzugsbereiches sowie dessen regionalspezifischem Kaufkraftpotenzial anzupassen.“ (4.3.2 Nr. 2 RREP WM 2011)*

Der maßgebliche Verflechtungsbereich der Landeshauptstadt Schwerin umfasst im periodischen Bedarf das eigene Stadtgebiet und den raumordnerisch zugewiesenen Nahbereich (vgl. Abb. 9). Dieser Nahbereich wird durch die Auswirkungen des Planvorhabens nicht wesentlich überschritten.

**Das Ziel „Zulässigkeitskriterien“ kann somit als erfüllt gelten.**

Abb. 9: Abgrenzung des Nahbereichs der Landeshauptstadt Schwerin



Quelle: RREP Westmecklenburg 2005, Übersichtskarte 2 (Ausschnitt)

**Ziel „räumlich ausgewogene Nahversorgung“**

„Einzelhandelsgroßprojekte dürfen weder die verbrauchernahe Versorgung der nicht motorisierten Bevölkerung noch eine ausgewogene und räumlich funktionsteilig orientierte Entwicklung von Versorgungsschwerpunkten zwischen Innenstadt/ Orts- bzw. Wohngebietszentrum und Randlage gefährden.“ (4.3.2 Nr. 3 RREP WM 2011)

Das Ziel „räumlich ausgewogene Versorgung“ wird durch das Planvorhaben nur teilweise erfüllt. Eine Zieleinhaltung dürfte davon abhängen, welche Entwicklungsperspektiven für das Stadtteilzentrum Hamburger Allee gesichert werden können.

**Ziel „zentrenrelevante Sortimente“**

„Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten sind nur an städtebaulich integrierten Standorten zulässig. Bei Standortentwicklungen außerhalb der Innenstadt und anderer zentraler Versorgungsbereiche ist nachzuweisen, dass diese die Funktionsentwicklung und Attraktivität der Innenstadt bzw. anderer zentraler Versorgungsbereiche nicht gefährden.“ (4.3.2 Nr. 4 RREP WM 2011)

Das Ziel „zentrenrelevante Sortimente“ wird durch das Planvorhaben nicht vollständig erfüllt. Bei dem Vorhabenstandort handelt es sich um eine teilintegrierte Lage. Denn der Standort befindet sich zwar nicht im räumlichen und funktionalen Zusammenhang mit einem zentralen Versorgungsbereich, was jedoch auch nicht gewollt ist, da das Vorhaben im Schweriner Standortgefüge eine Sonderfunktion übernehmen soll, die in einer städtebaulich integrierten Lage aufgrund der Größe und des Verkehrsaufkommens nicht realisiert werden kann. Der Standort ist jedoch aus den umliegenden Wohngebieten fußläufig erreichbar und in das ÖPNV-Netz eingebunden.

**Ziel „nicht zentrenrelevante Sortimente“**

„Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten sind an teilintegrierten verkehrlich gut erreichbaren Standorten zulässig, wenn diese einen baulichen Zusammenhang mit dem Siedlungsbereich des Zentralen Ortes bilden. Zentrenrelevante Randsortimente innerhalb der Großprojekte nach Satz 1 sind zulässig, wenn keine negativen Auswirkungen auf die Innenstadtentwicklung und Nahversorgungsstrukturen zu erwarten sind (Einzelfallprüfung erforderlich).“ (4.3.2 Nr. 5 RREP WM 2011)

Das Ziel „nicht zentrenrelevante Sortimente“ wird nicht tangiert.

#### Grundsatz „Einzelhandelskonzepte“

*„Ausgewogene zentrenstärkende Einzelhandelsstrukturen sollen in Zentralen Orten auf der Grundlage von Einzelhandelskonzepten entwickelt werden. Dabei sollen auch die zentralen Versorgungsbe-  
reiche benannt werden.“ (4.3.2 Nr. 6 RREP WM 2011)*

Der Grundsatz „Einzelhandelskonzepte“ wird nicht erfüllt, da die geplante Ansiedlung nicht auf der Grundlage eines Einzelhandelskonzeptes basiert. Das Vorhaben dürfte jedoch in der nächsten Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes berücksichtigt werden und dort als Sonderstandort ausgewiesen werden.

#### Ziel „Vorhaben in Stadt-Umland-Räumen“

*„Im Einzelfall können Einzelhandelsgroßprojekte in Stadt-Umland-Räumen dann angesiedelt werden, wenn die Ansiedlungsgemeinde mit der Kernstadt intensive funktionale Verflechtungen aufweist, verkehrlich mit Öffentlichem Personennahverkehr gut erreichbar ist und die Entwicklung der Einzelhandelsfunktion der Kernstadt nicht beeinträchtigt. Standortentscheidungen für die Entwicklung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen in Stadt-Umland-Räumen sind auf der Basis interkommunaler Abstimmungen – (regionale Einzelhandelsentwicklungskonzepte) zu treffen.“ (4.3.2 Nr. 7 RREP WM 2011)*

Das Ziel „Vorhaben in Stadt-Umland-Räumen“ wird erfüllt bzw. nicht tangiert.

#### Grundsatz „Factory-Outlet-Center“

*„Factory-Outlet-Center sollen im Einzelfall auf ihre Auswirkungen insbesondere im Hinblick auf die Funktions- und Entwicklungsfähigkeit der Zentralen Orte und ihrer Innenstädte überprüft werden.“ (4.3.2 Nr. 8 RREP WM 2011)*

Der Grundsatz „Factory-Outlet-Center“ wird nicht tangiert.

#### Grundsatz „Einzelhandel und Tourismus“

*„Einzelhandelsvorhaben sollen den Ausbau des Tourismus in Westmecklenburg unterstützen. Das trifft sowohl für die Entwicklung und Attraktivitätsstärkung der historischen Altstädte als auch für die Tourismusorte zu.“ (4.3.2 Nr. 9 RREP WM 2011)*

Der Grundsatz „Einzelhandel und Tourismus“ wird durch das Vorhaben nicht tangiert. Indirekt können positive Effekte entstehen.

## 5.3 Einzelhandelskonzept für die Landeshauptstadt Schwerin

Aktuell bildet die Fassung der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Landeshauptstadt Schwerin (Junker und Kruse, Dortmund) aus dem Jahr 2005 die geltende städtebauliche Planungsgrundlage für die Einzelhandelsentwicklung in der Landeshauptstadt Schwerin.

Darüber hinaus liegt eine Teilfortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadtteile Großer Dreesch, Neu Zippendorf und Mueßer Holz (cima, Lübeck) aus dem Jahr 2014 vor, die sich gegenwärtig in der politischen Beratung befindet. Da sich der Vorhabenstandort allerdings im Stadtteil Gartenstadt befindet, wird dieser in der Teilfortschreibung nicht explizit behandelt. Die Teilfortschreibung hat daher nur mittelbaren Einfluss auf das Planvorhaben, da es eine Ausstrahlung in die betreffenden Stadtteile Großer Dreesch, Neu Zippendorf und Mueßer Holz erreichen würde und somit auch Einfluss auf die dort vorhandenen Einzelhandelsstrukturen und die verfolgten Entwicklungsziele haben kann.

Das Einzelhandelskonzept 2005 formuliert ein Zielsystem zur Zentren- und Einzelhandelsentwicklung in der Landeshauptstadt Schwerin (a.a.O., Kap. 8), dem in der Teilfortschreibung 2014 (Kap. 5.1) attestiert wurde, dass es weiterhin aktuell ist und somit seine Gültigkeit behalten soll. Darin sind die folgenden Entwicklungsziele definiert, deren Einhaltung nachfolgend kurz bewertet werden soll:

### Erhaltung und Stärkung der regionalen Ausstrahlung und oberzentralen Versorgungsfunktion der Innenstadt

„Ein bedeutendes Ziel für ein Einzelhandelsentwicklungskonzept ist die Erhaltung und Stärkung der durch die Regionalplanung zugewiesenen zentralörtlichen Funktion. Die Landeshauptstadt Schwerin

*besitzt deutliche Ausstrahlungskraft in das Umland.“ (Einzelhandelskonzept 2005, S. 116)*

Das geplante Fachmarktzentrum Am Haselholz wird eine Ausstrahlungskraft auf das Schweriner Umland erreichen können und damit zum Erhalt bzw. zur Stärkung der regionalplanerisch zugewiesenen zentralörtlichen Versorgungsfunktion Schwerins beitragen können.

Dies bezieht sich allerdings auf den Standort Schwerin in seiner Gesamtheit, eine Stärkung der Schweriner Innenstadt wird durch das Vorhaben nicht zu erreichen sein. Jedoch ist durch den geplanten Verbrauchermarkt auch keine Schwächung der Schweriner Innenstadt zu befürchten, da sich deren Attraktivität vor allem über die zentrenrelevanten Angebote des aperiodischen Bedarfs, also vor allem die innerstädtischen „Leitsortimente“ (Bekleidung, Schuhe usw.) definiert.

**Die regionale Ausstrahlung und oberzentrale Versorgungsfunktion der Schweriner Innenstadt wird durch den geplanten Verbrauchermarkt Am Haselholz zwar nicht gestärkt, aber auch nicht geschwächt.**

### Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelszentralität der Innenstadt

*„Die europäische Stadttradition weist der Innenstadt eine herausgehobene Funktion zu. Die Konzentration städtebaulicher und infrastruktureller Investitionen auf das Hauptgeschäftszentrum von Schwerin zeigt den Stellenwert, den die Stadt dem Ziel der Entwicklung der Innenstadt bereits in der Vergangenheit zugemessen hat. Trotz bedeutender Konkurrenzstandorte (u. a. Margaretenhof, Sieben-Seen-Center in nicht integrierten Lagen) hat Schwerin ein quantitativ sehr gut ausgestattetes Hauptgeschäftszentrum. Das Ziel, den innerstädtischen Einzelhandel zu erhalten und zu stärken,*

*ist eng verknüpft mit der Bedeutung des Einzelhandels für die Funktionsfähigkeit und Attraktivität der Innenstadt und somit der Ausstrahlung der Gesamtstadt.“ (Einzelhandelskonzept 2005, S. 116-117)*

Wie bereits beschrieben, definiert sich die Attraktivität der Schweriner Innenstadt vor allem über die zentrenrelevanten Angebote des aperiodischen Bedarfs, also vor allem die innerstädtischen „Leit-sortimente“ (Bekleidung, Schuhe usw.). In diesen zentrenrelevanten Angeboten liegt auch die Konkurrenzsituation der Sonderstandorte Sieben-Seen-Center und Margaretenhof für die Innenstadt begründet.

Bei dem vorliegend zu prüfenden Vorhaben handelt es sich hingegen um einen Verbrauchermarkt und damit um ein nicht originär innenstadttypisches Angebot. Die Einzelhandelszentralität der Schweriner Innenstadt würde daher durch das Vorhaben auch nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

Im Rahmen der Teilfortschreibung des Einzelhandelskonzeptes 2014 wurde für die Schweriner Innenstadt ein Umsatz von rd. 211,90 Mio. € (brutto, p. a.) ermittelt, was einer „unechten Einzelhandelszentralität“<sup>13</sup> von rd. 43,4 % entspricht. Durch die Planvorhabenrealisierung würde der Umsatz der Innenstadt um rd. 1,58 Mio. € reduziert werden (vgl. Abb. 8), was eine Absenkung der „unechten Einzelhandelszentralität“ um marginale 0,7 % auf rd. 43,1 % entspräche.

**Das Vorhaben würde zwar nicht zur Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelszentralität der Schweriner Innenstadt beitragen, es würde diese jedoch auch nicht wesentlich negativ beeinträchtigen.**

<sup>13</sup> Die „unechte Einzelhandelszentralität“ setzt die Kaufkraft (also das Nachfragevolumen) der Gesamtstadt ins Verhältnis mit dem Umsatz der Innenstadt.

**Erhaltung und Stärkung der Einzelhandels- / Funktionsvielfalt der Innenstadt**

*„Neben der Zentralität – also der vorrangig quantitativen Komponente – soll aber auch die Vielfalt an Funktionen in der Innenstadt erhalten werden: Eine Mischung von Wohnen, Einzelhandel, öffentlichen wie privaten Dienstleistungen, Gastronomie und Kultur. Daneben soll der Einzelhandel von verschiedenen Betriebstypen geprägt sein, welche die eigene Identität des Hauptgeschäftszentrums von Schwerin erhalten bzw. stärken.“ (Einzelhandelskonzept 2005, S. 117)*

Auch in qualitativer Hinsicht erwartet die cima für die Schweriner Innenstadt keine Beeinträchtigung durch das Planvorhaben. Mit u.a. einem großen Verbrauchermarkt, drei weiteren Lebensmittelvollsortimentern und einem Lebensmitteldiscounter ist die Schweriner Innenstadt im Bereich der Lebensmittelmärkte gut aufgestellt. Wesentliche Beeinträchtigungen dieser Betriebe, mithin Geschäftsaufgaben, sind durch die Vorhabenrealisierung nicht zu erwarten (vgl. hierzu Ausführungen in Kap. 4.2.3). Die bestehende Funktions- und Betriebstypenvielfalt in der Schweriner Innenstadt wird durch das Vorhaben nicht wesentlich beeinträchtigt.

**Das Vorhaben würde zwar nicht zur Erhaltung und Stärkung der Einzelhandels- und Funktionsvielfalt der Schweriner Innenstadt beitragen, es würde diese jedoch auch nicht wesentlich negativ beeinträchtigen.**

**Erhaltung und Stärkung der Identifikation des Hauptgeschäftszentrums von Schwerin**

*„Die identitätsstiftende Wirkung des Hauptgeschäftszentrums wird durch verschiedene Faktoren (historische Strukturen, Einzelhandels- und Dienstleistungsmix etc.) geprägt, die es zu erhalten und zu stärken gilt. Vor allem im Hinblick auf den zunehmenden kommunalen Wettbewerb ist die Entwicklung bzw. Stärkung eines klaren*

*Profils von wesentlicher Bedeutung.“ (Einzelhandelskonzept 2005, S. 117)*

**Das Vorhaben hat weder im negativen noch im positiven Sinne einen wesentlichen Einfluss auf die identitätsstiftende Wirkung des Schweriner Hauptgeschäftszentrums.**

**Flächendeckende Versorgung mit Nah- und Grundversorgungszentren**

*„So weit möglich, sollte eine fußläufige Grund- und Nahversorgung der Bevölkerung gewährleistet sein. Zumindest in den größeren, dicht besiedelten Stadtteilen müssen die Einwohner die Möglichkeit haben, den periodisch nachgefragten Bedarf (insb. Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) in räumlicher Nähe auch fußläufig abdecken zu können. Die Nah- und Grundversorgungszentren müssen ein entsprechend breites und tiefes Angebot vorhalten, um diesen Bedarf abdecken zu können.“ (Einzelhandelskonzept 2005, S. 117)*

Bei dem Vorhabenareal handelt es sich um einen Standort in siedlungsstruktureller Randlage. Er wird eine fußläufige Versorgungsfunktion für die nördlich und östlich angrenzenden Wohngebiete der Stadtteile Gartenstadt und Großer Dreesch übernehmen (vgl. hierzu Kap. 3.1) und darüber hinaus für nicht motorisierte Kunden auch per ÖPNV zu erreichen sein.

Es steht aber außer Frage, dass das Vorhaben von seiner Dimensionierung und seiner verkehrlichen Lage so konzipiert ist, dass im Vordergrund nicht die wohnortnahe Versorgung der angrenzenden Wohnquartiere steht, sondern dass das Vorhaben eine Versorgungsfunktion für das gesamte südliche Schweriner Stadtgebiet und teilweise darüber hinaus übernehmen soll. Von seinem vergleichsweise weiträumigen, überwiegend auf Pkw-Kunden orientierten Einzugsgebiet ist das Vorhaben damit vergleichbar mit den Sonderstandorten Sieben-Seen-Center oder Am Fasanenhof.

Die ökonomische Wirkungsprognose hat ergeben, dass das Vorhaben die bestehenden Nah- und Grundversorgungsstrukturen in Schwerin nicht wesentlich gefährden würde. Lediglich für das Stadtteilzentrum Hamburger Allee (Mueßer Holz) kann ein Wegbrechen der dortigen Angebotsstrukturen nicht ausgeschlossen werden. Gleichwohl würden in diesem Fall die benachbarten Lebensmitteldiscounter Penny (Bürgerstraße) und Aldi (Pawlowstraße) die wohnortnahe Versorgung im Stadtteil Mueßer Holz aufrechterhalten.

**Die flächendeckenden Grund- und Nahversorgungsstrukturen in Schwerin werden durch das Planvorhaben nicht wesentlich beeinträchtigt. Für Stadtteile bzw. Wohnquartiere ohne adäquate Nahversorgungsstrukturen bietet der Vorhabenstandort eine bequem erreichbare Versorgungsalternative.**

**Eine räumliche Konzentration des Einzelhandels auf leistungsfähige und somit zukunftsfähige Standorte**

*„Eng mit dem Ziel der verbrauchernahen Versorgung verbunden ist die Sicherung leistungsfähiger zentraler Versorgungsbereiche im Stadtgebiet. Solitäre Anbieter in verstreuten Handelslagen in den Stadtteilen sind im Wettbewerb mit neuen zumeist großflächigen, in zum Teil nicht ins Siedlungsgefüge integrierten, Anbietern benachteiligt. Die Konzentration des Handels auf in das Siedlungsgefüge integrierte zentrale Versorgungsbereiche schafft die Voraussetzung für notwendige Synergievorteile dieser Standorte und sichert somit die Existenz bestehender Anbieter. Gleichzeitig wird so eine attraktive und vollständige Grund- und Nahversorgung der Bevölkerung sichergestellt.“ (Einzelhandelskonzept 2005, S. 117-118)*

Bei dem Vorhaben wird es sich um ein Fachmarktzentrum mit dem Charakter eines Sonderstandortes haben, nicht um einen integrierten zentralen Versorgungsbereich. Durch die Realisierung

des Verbrauchermarktes an dieser Stelle dürften die stadtplanerischen Bemühungen erschwert werden, das Stadtteilzentrum Berliner Platz durch die Neuansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters zu stärken.

**Das Vorhaben entspricht daher nicht der Zielsetzung, durch eine räumliche Konzentration leistungsfähige zentrale Versorgungsbereiche zu erhalten.**

#### Ergebnis: Stadt der kurzen Wege

*„Ein kompaktes Hauptgeschäftszentrum sowie wohnortnahe Grundversorgungsstrukturen stellen wichtige Voraussetzungen für die Entwicklung und das Entstehen lebendiger urbaner Räume dar. Die damit einhergehende Verkürzung der in der Stadt erforderlichen Wege dient zum einen umwelt- und verkehrspolitischen Belangen. Zum anderen ist eine "Stadt der kurzen Wege" aber auch für die immobilere Teile der Bevölkerung von erheblicher Bedeutung.“ (Einzelhandelskonzept 2005, S. 118)*

**Da es sich um ein überwiegend auf Pkw-Kunden orientiertes Vorhaben handelt, trägt es nicht zu der Zielsetzung einer „Stadt der kurzen Wege“ bei.**

#### Zukunftsfähige „Arbeitsteilung“ der zentralen Versorgungsbereiche und der Sonderstandorte

*„Eine zukunftsfähige Arbeitsteilung der Versorgungsbereiche bedeutet nicht nur, dass die Grund- und Nahversorgung in den entsprechenden Zentren der Stadtteile stattfindet und das Hauptgeschäftszentrum vor allem die mittelzentrale und regionale Versorgung mit Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs übernimmt. Auch die Existenz von Sonderstandorten muss in die Versorgungsstrukturen der Stadt mit einbezogen werden. Hier können Aufgaben übernommen werden, die nicht notwendigerweise in den Zen-*

*tren angeboten werden, wie z. B. ein attraktives Angebot mit nicht-zentrenrelevanten großflächigen Sortimenten (Möbel, Bau- und Gartenmärkte, Autohäuser etc.)“ (Einzelhandelskonzept 2005, S. 118)*

Das geplante „Fachmarktzentrum Am Haselholz“ würde insgesamt die formulierte Aufgabe übernehmen, ein attraktives Angebot mit nicht-zentrenrelevanten großflächigen Sortimenten vorzuhalten. Geplant sind neben einem Sportfachmarkt Bau- und Gartenmarkt, ein Möbelfachmarkt sowie ein Fachmarkt für Bürotechnik, also zum überwiegenden Teil nicht-zentrenrelevante Angebote.

Der geplante Verbrauchermarkt soll dazu dienen, die Besucherfrequenzen des Fachmarktzentums zu erhöhen und damit die Attraktivität und Funktionsfähigkeit des Sonderstandortes zu stärken.

Auch die übrigen, bereits vorhandenen Sonderstandorte im Schweriner Stadtgebiet verfügen über solche „Frequenzbringer“ im periodischen Bedarf. Sie tragen also zu einer funktionierenden „Arbeitsteilung“ zwischen zentralen Versorgungsbereichen und Sonderstandorten bei.

**Der geplante Verbrauchermarkt entspricht der Zielsetzung einer funktionierenden „Arbeitsteilung“ zwischen zentralen Versorgungsbereichen und Sonderstandorten.**

#### Integrierte Leerstandskonzepte

*„Schwerin „leidet“, wie viele ostdeutsche Städte, unter einem strukturellen Missverhältnis zwischen Angebot und Nachfrage im (Einzelhandels-)Immobilienbereich. Dies äußert sich in einer hohen Leerstandsquote. Es besteht Nach- oder Umnutzungsdruck, der nicht selten zu Einzelhandelsansiedlungen an – im Sinne einer gezielten Stadtentwicklung – ungewünschten Standorten führt. Der Umgang mit Leerständen muss in diesem Zusammenhang kompatibel mit den übrigen Zielen der Einzelhandelsentwicklung im Spe-*

*ziellen und der Stadtentwicklung im Allgemeinen sein.“ (Einzelhandelskonzept 2005, S. 118)*

Bei dem Vorhabenstandort handelt es sich um eine Brachfläche, die durch das geplante Fachmarktzentrum einer neuen Nutzung zugeführt werden soll.

Infolge der Vorhabenrealisierung kann an zwei Standorten das Entstehen von Leerständen nicht ausgeschlossen werden (vgl. Aussagen in Kap. 4.2.3):

Am Sonderstandort Am Fasanenhof ist ein Leerfallen der dortigen Verbrauchermarkt-Immobilie möglich. Aus städtebaulicher Sicht wäre dort die Nachnutzung des Areals durch gewerbliche Nutzungen wünschenswert. Dies sollte in einem integrierten Leerstandskonzept berücksichtigt und vertieft werden.

Im Stadtteilzentrum Hamburger Allee ist bereits seit längerem – und auch unabhängig von dem Planvorhaben am Standort Haselholz – die Notwendigkeit eines integrierten Leerstandskonzeptes ablesbar. Zur Vermeidung eines Marktaustrittes des dortigen Magnetbetriebes (Kaufland) erscheinen Umstrukturierungsmaßnahmen unumgänglich, die den Betrieb an das begrenzte Kaufkraftpotenzial im Stadtteil Mueßer Holz anpassen. Dies kann beispielsweise durch die Schließung der oberen Etage des Kaufland Verbrauchermarktes, also durch eine Reduzierung der Verkaufsfläche (und damit auch eine Verringerung der Betriebskosten) und eine attraktive Neuausrichtung des Marktes geschehen.

**Die Forderung nach einem integrierten Leerstandskonzept ist grundsätzlich richtig und weiterhin zeitgemäß. Auch unabhängig von dem Planvorhaben zeigen strukturschwache Standorte wie der Sonderstandort Am Fasanenhof oder das Stadtteilzentrum Hamburger Allee die Erforderlichkeit und Sinnhaftigkeit eines integrierten Leerstandskonzeptes auf. Dabei ist ein Leerstandskonzept nicht so zu verstehen, dass dadurch nur bereits entstandene Leerstände beseitigt werden. Vielmehr soll ein Leerstandskonzept**

**bereits vorbeugend eingreifen, um z.B. durch Umstrukturierungen des Kaufland-Marktes in der Kepler-Passage einen Leerstand rechtzeitig zu verhindern.**

## 6 Chancen-Risiken-Bilanz und fachliche Bewertung

In der ökonomischen Wirkungsprognose wurden bereits einige Risiken des Vorhabens aufgezeigt, ebenso können sich aus dem Vorhaben aber Chancen ergeben. Für eine abschließende Bewertung des Vorhabens ist es erforderlich, die unterschiedlichen Entwicklungsperspektiven und -möglichkeiten für den Schweriner Einzelhandel – sowohl die positiven als auch die negativen – aufzuzeigen und näher zu beleuchten.

### Schaffung eines neuen Sonderstandortes

Der geplante Verbrauchermarkt soll Teil des Gesamtvorhabens „Fachmarktzentrum Am Haselholz“ werden, mit dem ein neuer Sonderstandort im südlichen Schweriner Stadtgebiet geschaffen werden soll. Dieser Standort würde somit in der Schweriner Einzelhandelsstruktur eine vergleichbare Funktion übernehmen wie die bestehenden Sonderstandorte Sieben-Seen-Center, Am Fasanenhof und Margaretenhof und mit diesen in direkte Konkurrenz treten.

Ein Unterschied ist allerdings darin festzustellen, dass die bestehenden Sonderstandorte über einen großen Anteil zentrenrelevanter Angebote (also bspw. Bekleidung und Schuhe) verfügen, während der am Sonderstandort Am Haselholz lediglich ein Fachmarkt mit zentrenrelevantem Kernsortiment (Sportfachmarkt) angesiedelt werden soll, und alle weiteren Fachmärkte neben dem Verbrauchermarkt nicht-zentrenrelevante Sortimente (Möbel, Bau- und Gartenbedarf, Bürobedarf) anbieten sollen.

Der Verbrauchermarkt Am Haselholz dürfte damit ähnliche Zielgruppen ansprechen wie die in den übrigen Sonderstandorten ansässigen Verbrauchermärkte bzw. SB-Warenhäuser. Dies sind bspw. Fachmarkt-affine Kunden, die aus Gründen der Bequemlichkeit oder des Transportbedarfs (Stichwort „Großeinkauf“) den Pkw für

den Lebensmitteleinkauf benutzen und daher einen bequem erreichbaren Einkaufsort mit guten Stellplatzmöglichkeiten bevorzugen. Häufig wird der Einkauf in dem Lebensmittelmarkt dabei auch mit Einkäufen in den übrigen Geschäften des Standortes gekoppelt, was – aufgrund der Anzahl und der Sortimente der ergänzenden Betriebe – an den Sonderstandorten Sieben-Seen-Center und Margaretenhof häufiger der Fall sein dürfte als an den Sonderstandorten Am Fasanenhof und Am Haselholz.

Unmittelbare **Chancen** durch die Schaffung eines neuen Verbrauchermarktes an einem neuen Sonderstandort sind zunächst nicht ersichtlich. Nur mittelbar bestehen Chancen darin, dass überhaupt ein neuer Sonderstandort geschaffen werden soll, welcher Anbieter beherbergen soll, die bislang nicht in Schwerin ansässig sind (insb. Sportfachmarkt), wodurch die Attraktivität Schwerins als Einkaufsdestination in der Region erhöht wird. Die Ansiedlung eines Verbrauchermarktes an diesem Fachmarktstandort dient der Erhöhung der Kundenfrequenzen und damit auch einem guten und langfristigen Funktionieren dieses Standortes.

**Risiken** durch die Schaffung eines neuen Verbrauchermarktes an einem neuen Sonderstandort ergeben sich vor allem dadurch, dass mit Frequenzverlagerungen aus den anderen Sonderstandorten zu rechnen ist. Dort dürften also die Besucherfrequenzen zurückgehen, was sich vor allem an den Standorten bemerkbar machen dürfte, die bereits heute vergleichsweise schlecht positioniert sind. Wie bereits im Kapitel 4.2.3 dargelegt wurde, dürfte somit vor allem der Sonderstandort Am Fasanenhof unter den Frequenzverlusten zu leiden haben. In der Folge ist nach gutachterlicher Sicht eine Schließung des dort ansässigen Verbrauchermarktes nicht auszuschließen, während für die Sonderstandorte Sieben-

Seen-Center und Margartenhof solche Folgen nicht zu erwarten sind.

Die Schließung des Verbrauchermarktes am Sonderstandort Am Fasanenhof kann allerdings auch als Chance betrachtet werden. Denn bei dem Sonderstandort am Fasanenhof handelt es sich um eine ungeplant gewachsene und diffuse Ansammlung von Einzelhandelsbetrieben, die stark mit anderen, vor allem gewerblichen Nutzungen durchmischt ist. Auch die verkehrliche Erschließung ist vergleichsweise ungünstig, weshalb der Standortbereich aus Kundensicht weniger attraktiv ist und es zudem zu Konflikten zwischen den Kundenverkehren der Einzelhandelsbetriebe und den Logistik-Verkehren der Gewerbebetriebe kommen kann. Aus stadtplanerischer Sicht wäre daher eine Schließung des Verbrauchermarktes am Sonderstandort Am Fasanenhof zugunsten eines, neuen, attraktiveren und verkehrlich besser angebundenen Standortes durchaus zu begrüßen, wenn in der Folge die freiwerdenden Flächen für eine gewerbliche Nachnutzung zur Verfügung stehen würden. Denn dadurch könnte der Standort Am Fasanenhof perspektivisch in eine – in diesem Bereich sinnvolle – gewerbliche Nutzung (zurück-) überführt werden.

#### **Konkurrenz für integrierte Versorgungsstandorte – Stadtteilzentrum Hamburger Allee**

Die Schaffung eines neuen Verbrauchermarktes würde aber nicht nur auf Lebensmittelmärkte in den bestehenden Sonderstandorten Auswirkungen haben, sondern natürlich auch auf die Lebensmittelmärkte in städtebaulich integrierten Lagen, also insbesondere in den Stadtteil- und Nahversorgungszentren (zentrale Versorgungsbe- reiche).

**Risiken** ergeben sich, wie bereits im Kapitel 4.2.3 dargelegt wurde vor für das Stadtteilzentrum Hamburger Allee mit der dort vorhandenen Kepler-Passage. Dieser Standort weist bereits seit Län-

gerem strukturelle Schwierigkeiten auf. Hier ist ein großer Kaufland Verbrauchermarkt ansässig, dessen Verkaufsräume sich zudem über zwei Etagen erstrecken. Andererseits führen die sackgassenartige Ausprägung der Hamburger Allee (der Stadtteil Mueßer Holz befindet sich im äußersten Osten des Schweriner Stadtgebietes) und die problematische Stellplatzsituation um die Kepler-Passage dazu, dass das Stadtteilzentrum Hamburger Allee kaum von Kunden von außerhalb des Stadtteils frequentiert wird. In der Folge sind die Kundenfrequenzen zu gering, um ein gutes Funktionieren eines großen Verbrauchermarktes an diesem Standort zu rechtfertigen. Die von Leerständen geprägten, wenig attraktiven Angebotsstrukturen der Kepler-Passage bieten Kunden von außerhalb auch wenig Anreiz, dieses Stadtteilzentrum aufzusuchen.

Die Eröffnung eines neuen, attraktiven Verbrauchermarktes im Fachmarktzentrum Am Haselholz spricht dafür, dass auch zukünftig nicht mit externen Kaufkraftzuflüssen in den Stadtteil Mueßer Holz zu rechnen ist. Für den Verbrauchermarkt in der Kepler-Passage dürften also auch zukünftig keine Umsatzzuwächse zu erwarten sein. Eher ist von weiter abnehmenden Umsätzen auszugehen. Allerdings ergeben sich auch **Chancen**, die Funktionsfähigkeit des Stadtteilzentrums Hamburger Allee zu stärken:

Wie bereits dargelegt, ist die strukturelle Schwäche des Stadtteilzentrums Hamburger Allee auf verschiedene Ursachen zurückzuführen. Die Tatsache, dass der Verbrauchermarkt für das im Stadtteil vorhandene Kaufkraftpotenzial überdimensioniert ist, macht grundsätzlich eine Umstrukturierung – z.B. in Form einer Verkaufsflächenreduzierung – erforderlich. Insbesondere wenn der geplante Verbrauchermarkt im Fachmarktzentrum Am Haselholz ebenfalls durch Kaufland betrieben werden würde, würde dies bedeuten, dass für das Unternehmen auch die Filiale im Stadtteilzentrum Hamburger Straße wirtschaftlicher betrieben werden könnte, da bspw. die Logistikkosten verringert werden könnten. Es entstünde somit eine Funktionsteilung zweier Kaufland-Standorte: einem klei-

neren, auf die Stadtteilversorgung bezogenen Verbrauchermarkt an der Hamburger Allee einerseits und einem größeren, auf die Versorgung von Pkw-Kunden aus einem weiträumigen Einzugsgebiet fokussierten Verbrauchermarkt am Haselholz andererseits.

Die Schließung des Obergeschosses in der Kepler-Passage kann dabei aber nur eine kurzfristige Lösung sein. Wenn es gelingt, den Kaufland Verbrauchermarkt langfristig an das Stadtteilzentrum Hamburger Allee zu binden, bietet sich längerfristig im Idealfall an, die Immobilie der Kepler-Passage durch einen zeitgemäßen Neubau zu ersetzen, der optimal an die Anforderungen potenzieller Mieter angepasst werden könnte.

#### Konkurrenz für integrierte Versorgungsstandorte – Stadtteilzentrum Berliner Platz

Auch für das Stadtteilzentrum Berliner Platz gehen von dem Vorhaben zur Ansiedlung eines Verbrauchermarktes im Fachmarktzentrum Am Haselholz **Risiken** aus, wenn auch nicht auf unmittelbare Art. Schließungen oder maßgebliche Schädigungen der dort ansässigen Nahversorgungsbetriebe sind infolge des Planvorhabens nicht zu befürchten. Allerdings wird seitens der Stadt das planerische Ziel verfolgt, das Stadtteilzentrum Berliner Platz in seiner – gegenwärtig eher schwach ausgeprägten – Versorgungsfunktion künftig zu stärken und weiterzuentwickeln. Zu diesem Zweck wird nicht nur eine Aufwertung des öffentlichen Raumes angestrebt, sondern es soll auch weiterer Nahversorgungseinzelhandel angesiedelt werden. Vorrangig wird die Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters und eines Drogeriemarktes angestrebt<sup>14</sup>. Die Ansiedlung eines Verbrauchermarktes im Bereich Am Haselholz würde die Wettbe-

werbslage im südlichen Stadtgebiet von Schwerin weiter verschärfen, was die Chancen verringern würde, einen Betreiber für einen Lebensmittelvollsortimeter im Bereich des Berliner Platzes anzusiedeln.

In diesem Zusammenhang muss allerdings auch erwähnt werden, dass es im Stadtteilzentrum Berliner Platz gegenwärtig an ausreichenden Freiflächen mangelt, um die gewünschten Neuansiedlungen zu realisieren. Die Freifläche östlich des Netto-Marktes würde zwar für die Ansiedlung eines Drogeriemarktes ausreichen, für einen Lebensmittelvollsortimeter zzgl. Stellplätzen wären jedoch mindestens rd. 6.000 qm Fläche erforderlich, die zurzeit nur in „zweiter Reihe“ zur Verfügung stünden, beispielsweise nördlich des Penny-Marktes. Die Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters am Berliner Platz dürfte daher frühestens in einigen Jahren Aussicht auf Erfolg haben, wenn die geplanten Rückbauten einiger Wohnblocks realisiert wurden und dadurch neue Potenzialflächen geschaffen wurden.

---

<sup>14</sup> vgl. hierzu auch Empfehlungen der cima in der Teilfortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Landeshauptstadt Schwerin – Schwerpunkt Großer Dreesch, Neu Zippendorf, Mueßer Holz – Kap. 4.4.1

## 7 Zusammenfassung und abschließende Bewertung

### Ausgangslage

In der Landeshauptstadt Schwerin wird zurzeit die Entwicklung eines Fachmarktzentrums im nordwestlichen Kreuzungsbereich der Ludwigsluster Chaussee mit der B 321/B 106 geplant. Der gültige Bebauungsplan sieht hier derzeit noch die Ansiedlung eines Bau- und Gartenmarktes, eines Sportfachmarktes, eines Möbelfachmarktes sowie ein Fachmarktes für Bürotechnik vor.

### Planvorhaben und Standort

Um für das Fachmarktzentrum eine gute Wirtschaftlichkeit und damit letztlich auch ein langfristiges Funktionieren dieses Versorgungsstandortes zu sichern wird nunmehr diskutiert, neben den bereits planungsrechtlich gesicherten Nutzungen auch einen „Frequenzbringer“ aus dem periodischen Bedarf anzusiedeln. Es ist daher angedacht, die Fachmärkte um einen leistungsfähigen Verbrauchermarkt mit ca. 4.500 qm Verkaufsfläche zu ergänzen. Die Zulässigkeit und Verträglichkeit eines solchen Verbrauchermarktes wurde in dem vorliegenden Verträglichkeitsgutachten geprüft.

Bei dem Vorhabenstandort handelt es sich um derzeit brachliegende Flächen einer ehemaligen Tierzucht sowie ehemals militärisch genutzter Flächen, die durch die Fachmarkt-Bebauung einer neuen, sinnvollen Nutzung zugeführt werden sollen. Die Fachmärkte sollen in zwei Gebäudeblöcken L-förmig an der Südseite sowie an der Westseite des Vorhabenareals angeordnet werden, im nordöstlichen Bereich des Vorhabenareals, zur Ludwigsluster Chaussee und Mettenheimer Straße hin soll die gemeinsame Stellplatzanlage mit rd. 600 Stellplätzen befinden.

### Erreichbarkeit

Durch die Lage an der Ludwigsluster Chaussee und unweit der B 321/B 106 verfügt der Vorhabenstandort über eine sehr gute Pkw-Erreichbarkeit aus dem gesamten Stadtgebiet sowie aus dem Schweriner Umland. Darüber hinaus ist der Vorhabenstandort aus den nördlich und östlich angrenzenden Wohngebieten fußläufig zu erreichen und über die Straßenbahnhaltestelle „Ludwigsluster Chaussee“ in fußläufiger Entfernung in das ÖPNV-Netz eingebunden.

### Einzugsgebiet

Entsprechend der sehr guten verkehrlichen Erreichbarkeit des Standortes dürfte der Verbrauchermarkt ein vergleichsweise großes Einzugsgebiet erreichen. Dieses dürfte im Kern die südliche Hälfte des Schweriner Stadtgebietes mit rd. 36.700 Einwohnern umfassen (Stadtteile Gartenstadt, Göhrener Tannen, Großer Dreesch, Krebsförden, Mueß, Mueßer Holz, Neu Zippendorf, Ostorf, Wüstmark, Zippendorf). In den nördlicheren Schweriner Stadtteilen und im Umland dürfte der geplante Verbrauchermarkt aufgrund der höheren Entfernung zum Vorhabenstandort geringerer Bindungsanteile erreichen.

### Ökonomische Wirkungsprognose

Für die ökonomische Wirkungsprognose wurde ein Verbrauchermarkt mit 4.500 qm Gesamtverkaufsfläche und einer branchenüblichen bzw. durchschnittlichen Sortimentsaufteilung zugrunde gelegt. Der Gesamtumsatz wird auf maximal rd. 20,5 Mio. € (brutto, p.a.)

geschätzt, was einer Flächenproduktivität von rd. 4.550 €/qm entspricht.

Die ökonomische Wirkungsprognose hat ergeben, dass das Planvorhaben zwar keine Gefährdung der Schweriner Nahversorgungsstrukturen in ihrer Gesamtheit auslösen würde. Allerdings kann für den schwach aufgestellten Verbrauchermarktstandort Am Fasanenhof eine Schließung des Magnetbetriebes (HIT) nicht ausgeschlossen werden. Im Stadtteilzentrum Hamburger Allee dürften die zu erwartenden Umsatzverluste zur Umsetzung notwendiger Umstrukturierungsmaßnahmen führen. Und für das Stadtteilzentrum Berliner Platz können zwar keine direkten negativen Auswirkungen durch das Planvorhaben abgeleitet werden, allerdings muss berücksichtigt werden, dass das Planvorhaben durchaus negative Auswirkungen auf die Bemühungen haben könnte, das Stadtteilzentrum Berliner Platz durch Neuansiedlungen bspw. eines Lebensmittelvollsortimenters aktiv zu stärken und fortzuentwickeln.

### **Vertiefende Betrachtung der Auswirkungen**

Eine vertiefende Betrachtung zeigt auf, dass die strukturelle Schwäche des Stadtteilzentrums Hamburger Allee auf verschiedene Ursachen zurückzuführen und generell besteht, also nicht ursächlich auf das Planvorhaben zurückgeführt werden kann. Denn die Tatsache, dass der Verbrauchermarkt für das im Stadtteil Mueßer Holz vorhandene Kaufkraftpotenzial überdimensioniert ist, macht grundsätzlich eine Umstrukturierung erforderlich. Dies könnte beispielsweise durch eine Verkaufsflächenreduzierung erfolgen. Denn derzeit agiert der Kaufland-Markt in der Kepler-Passage auf zwei Etagen; eine Reduzierung auf das Erdgeschoss würde die Fläche an das begrenzte Nachfragepotenzial anpassen und zudem die Betriebskosten reduzieren. Insbesondere wenn der geplante Verbrauchermarkt im Fachmarktzentrum Am Haselholz ebenfalls durch Kaufland betrieben werden würde, hätte dies den positiven Effekt,

dass für das Unternehmen auch die Filiale im Stadtteilzentrum Hamburger Straße wirtschaftlicher betrieben werden könnte, da bspw. die Logistikkosten verringert werden könnten. Es entstünde somit eine Funktionsteilung zweier Kaufland-Standorte: einem kleineren, auf die Stadtteilversorgung bezogenen Verbrauchermarkt an der Hamburger Allee einerseits und einem größeren, auf die Versorgung von Pkw-Kunden aus einem weiträumigen Einzugsgebiet fokussierten Verbrauchermarkt am Haselholz andererseits.

Für den Sonderstandort Am Fasanenhof kann eine Schließung des dortigen Verbrauchermarktes nicht ausgeschlossen werden, ebenso ist eine Verlagerung des HIT-Marktes an den Vorhabenstandort denkbar. Dies kann aus stadtplanerischer Sicht durchaus als Chance betrachtet werden, da es sich bei dem Sonderstandort Am Fasanenhof um eine ungeplant gewachsene und diffuse Ansammlung von Einzelhandelsbetrieben handelt, die stark mit anderen, vor allem gewerblichen Nutzungen durchmischt ist. Auch die verkehrliche Erschließung ist vergleichsweise ungünstig, weshalb der Standortbereich aus Kundensicht weniger attraktiv ist und es zudem zu Konflikten zwischen den Kundenverkehren der Einzelhandelsbetriebe und den Logistik-Verkehren der Gewerbebetriebe kommen kann. Die Schließung des dortigen Verbrauchermarktes zugunsten eines, neuen, attraktiveren und verkehrlich besser angelegenen Standortes hätte den positiven Effekt, dass die frei werdenden Flächen am Fasanenhof für eine gewerbliche Nachnutzung zur Verfügung stehen würden und dieser Standort perspektivisch in eine – in diesem Bereich sinnvolle – gewerbliche Nutzung (zurück-) überführt werden könnte.

### **Landes- und regionalplanerische Vorgaben**

Eine Prüfung des Vorhabens an den landes- und regionalplanerischen Vorgaben hat ergeben, dass die raumordnerischen Ziele „Einzelhandelsgroßprojekte und „Zulässigkeitskriterien“ erfüllt wer-

den dürften. Die Ziele „nicht zentrenrelevante Sortimente“ und „Vorhaben in Stadt-Umland-Räumen“ sowie der Grundsatz „Factory-Outlet-Center“ werden nicht tangiert und auch der Grundsatz „Einzelhandel und Tourismus“ wird durch das Vorhaben nicht direkt tangiert bzw. könnten indirekt positive Effekte entstehen.

Das Ziel „räumlich ausgewogene Versorgung“ wird durch das Planvorhaben nur teilweise erfüllt. Eine Zieleinhaltung dürfte davon abhängen, welche Entwicklungsperspektiven für das Stadtteilzentrum Hamburger Allee gesichert werden können.

Das Ziel „zentrenrelevante Sortimente“ wird durch das Planvorhaben nicht vollständig erfüllt. Bei dem Vorhabenstandort handelt es sich um eine teilintegrierte Lage. Denn der Standort befindet sich zwar nicht im räumlichen und funktionalen Zusammenhang mit einem zentralen Versorgungsbereich, was jedoch auch nicht gewollt ist, da das Vorhaben im Schweriner Standortgefüge eine Sonderfunktion übernehmen soll, die in einer städtebaulich integrierten Lage aufgrund der Größe und des Verkehrsaufkommens nicht realisiert werden kann. Der Standort ist jedoch aus den umliegenden Wohngebieten fußläufig erreichbar und in das ÖPNV-Netz eingebunden.

Der raumordnerische Grundsatz „Einzelhandelskonzepte“ wird zwar gegenwärtig nicht erfüllt, da die geplante Ansiedlung nicht auf der Grundlage eines Einzelhandelskonzeptes basiert. Das Vorhaben dürfte jedoch in der nächsten Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes berücksichtigt werden.

#### Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes

Eine Bewertung des Vorhabens anhand des Zielsystems zur Zentren- und Einzelhandelsentwicklung in der Landeshauptstadt Schwerin hat ergeben, dass das Vorhaben überwiegend mit den Zielsetzungen des kommunalen Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2005 bzw. dessen Teilfortschreibung 2014 vereinbar wäre:

Das Vorhaben würde die regionale Ausstrahlung und oberzentrale Versorgungsfunktion der Schweriner Innenstadt nicht schwächen und auch deren Einzelhandelszentralität sowie deren Einzelhandels- und Funktionsvielfalt nicht wesentlich negativ beeinträchtigen.

Die flächendeckenden Grund- und Nahversorgungsstrukturen in Schwerin würden durch das Planvorhaben ebenso nicht wesentlich beeinträchtigt werden. Für Stadtteile bzw. Wohnquartiere ohne adäquate Nahversorgungsstrukturen bietet der Vorhabenstandort eine per Pkw oder ÖPNV gut erreichbare Versorgungsalternative.

Da es sich um ein überwiegend auf Pkw-Kunden orientiertes Vorhaben handelt, trägt es nicht zu der Zielsetzung einer „Stadt der kurzen Wege“ bei. Ebenso entspricht das Vorhaben nicht der Zielsetzung, durch eine räumliche Konzentration leistungsfähige zentrale Versorgungsbereiche zu erhalten. Dafür entspricht der geplante Verbrauchermarkt der Zielsetzung einer funktionierenden „Arbeitsteilung“ zwischen zentralen Versorgungsbereichen und Sonderstandorten.

Die Forderung des Einzelhandelskonzeptes nach einem integrierten Leerstandskonzept ist aus Sicht der cima grundsätzlich richtig und weiterhin zeitgemäß. Auch unabhängig von dem Planvorhaben zeigen strukturschwache Standorte wie der Sonderstandort Am Fasanhof oder das Stadtteilzentrum Hamburger Allee die Erforderlichkeit und Sinnhaftigkeit eines integrierten Leerstandskonzeptes auf. Dabei ist ein Leerstandskonzept nicht so zu verstehen, dass dadurch nur bereits entstandene Leerstände beseitigt werden. Vielmehr soll ein Leerstandskonzept bereits vorbeugend eingreifen, um z.B. durch Umstrukturierungen des Kaufland-Marktes in der Kepler-Passage einen Leerstand rechtzeitig zu verhindern.

**Für eine Genehmigungsfähigkeit des Planvorhabens wäre im Vorfeld mit dem Träger der Landes- bzw. der Regionalplanung ein Einvernehmen über die nicht oder nur teilweise erfüllten Ziele und**

Grundsätze der Raumordnung herzustellen. Die zuständigen Gremien der Landeshauptstadt Schwerin müssten außerdem die Vereinbarkeit mit den Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes prüfen. Wir empfehlen der Landeshauptstadt Schwerin, sich vertiefend mit den stadtplanerischen Chancen und Risiken des Vorhabens auseinander zu setzen und – soweit möglich – positive Entwicklungen planungsrechtlich oder vertraglich abzusichern. So zeigen etwa Beispiele aus anderen Städten, dass es gelingen kann, durch eine Betriebsverpflichtung vertraglich abzusichern, dass Kaufland den Standort in der Kepler-Passage weiterbetreibt, wenn im Gegenzug ein neuer Standort im Fachmarktzentrum Am Haselholz eröffnet werden darf. Auch die Sicherung von Haushaltsmitteln für ein integriertes Leerstandskonzept könnte eine vorbeugende Maßnahme sein, um negative Effekte des Planvorhabens zu vermeiden. Außerdem sollten vertiefende Untersuchungen dahingehend angestellt werden, unter welchen Umständen und mit welchem Zeithorizont am Berliner Platz die Ansiedlung eines Verbrauchermarktes gelingen kann.

Sofern das Planvorhaben als Anstoß dazu dienen kann, die dringend erforderlichen Umstrukturierungsmaßnahmen im Stadtteilzentrum Hamburger Allee anzugehen oder zu beschleunigen, überwiegen aus Sicht der cima die positiven Effekte des Planvorhabens die zu erwartenden negativen Folgen deutlich. Insbesondere die Perspektive, durch die Schaffung eines neuen, leistungsfähigen Fachmarktstandortes den städtebaulich diffusen Sonderstandort Am Fasanenhof wieder in ein Gewerbegebiet zu überführen, muss aus Sicht der cima als Chance gewertet werden. Wenn es darüber hinaus gelingt, das Stadtteilzentrum Hamburger Allee durch Umstrukturierungsmaßnahmen abzusichern und die Entwicklungsperspektiven des Stadtteilzentrums Berliner Platz nicht zu schwächen, dürfte sich die Einzelhandelsstruktur auf längere Sicht in Schwerin besser darstellen als zum gegenwärtigen Zeitpunkt.

## 8 Methodik

Die Analyse des Einzelhandels im Untersuchungsgebiet wurde auf der Basis der wichtigsten Kennzahlen vorgenommen, die sich auf die Angebots- oder die Nachfrageseite des Einzelhandels beziehen.

Die Ermittlung der Daten auf der Angebotsseite erfolgte auf Basis bestehender cima-Daten, welche für die vorliegende Untersuchung im November 2014 vorhabenrelevant aktualisiert und fortgeschrieben wurden.

Dabei wurde die folgende Methodik zu Grunde gelegt:

- Vollständige Bestandserhebung der Einzelhandelsflächen
- Erfassung von einzelnen Sortimenten in den jeweiligen Betrieben
- Erfassung aller vorhabenrelevante Einzelhandelsbetriebe
- Branchenmix (32 Sortimente, Zusammenfassung auf 15 cima Waren-gruppen)
- Betriebstypendifferenzierung (Facheinzelhandel, Discounter, Filialisten, „Regionalisten“, Kaufhäuser, Fachmärkte, SB-Warenhäuser)
- Bewertung der Nahversorgungssituation
- Einschätzung der Leistungsfähigkeit der Betriebe während der Erhebung
- Einschätzung der Flächenproduktivität nach Bundesdurchschnitt sowie Einschätzung durch Experten
- Darstellung der 15 Warengruppen sowie Differenzierung der Sortimente in den periodischen (kurzfristigen) und den aperiodischen (mittel- und langfristigen) Bedarf

Abb. 10: Die 32 cima-Sortimente

Lebensmittel	Antiquitäten, Kunstgegenstände
Reformwaren	Eisenwaren, Baumarktartikel
Arzneimittel (Apotheken)	Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat
Drogerie- und Parfümeriewaren	Farben, Tapeten, Bodenbeläge, Teppiche
Schnittblumen, Floristik	Elektrogeräte, Leuchten
Oberbekleidung	Unterhaltungselektronik
Wäsche, sonstige Bekleidung	Foto
Heimtextilien	Optik, Hörgeräteakustik
Sportartikel	Uhren, Schmuck
Schuhe	Lederwaren
Sanitätswaren	Musikinstrumente, Waffen, Sammelhobbies
Bücher	Fahrräder
Schreibwaren	Kfz-Zubehör
Spielwaren	Computer, Büro-/ Telekommunikation
Zoobedarf	Pflanzen, Gartenbedarf
Möbel	Zeitschriften, Zeitungen

Quelle: cima GmbH 2014

**Abb. 11: Die von der cima differenzierten Betriebstypen**

**Fachgeschäft**

Sehr unterschiedliche Verkaufsflächengrößen, branchenspezialisiert, tiefes Sortiment, in der Regel umfangreiche Beratung und Kundenservice.

**Fachmarkt**

Großflächiges Fachgeschäft mit breitem und tiefem Sortimentsangebot, in der Regel viel Selbstbedienung und Vorwahl, häufig knappe Personalbesetzung.

**Supermarkt (Lebensmittel-Vollsortimenter)**

Ca. 400 bis 1.500 qm Verkaufsfläche, Lebensmittelvollsortiment inklusive Frischfleisch, in der Regel ab 800 qm Verkaufsfläche bereits zunehmender Non-Food-Anteil.

**Lebensmittel-Discounter**

Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 600 und 1.400 qm Verkaufsfläche, ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit geringer Artikelzahl, grundsätzlich ohne Bedienungsabteilungen.

**Fachmarktzentrum**

Großflächige Konzentration mehrerer Fachmärkte verschiedener Branchen, i.d.R. kombiniert mit einem Verbrauchermarkt und/oder einem Lebensmittel-Discounter, periphere Lage, viele Parkplätze.

**Verbrauchermarkt**

Verkaufsfläche ca. 1.500 bis 5.000 qm, Lebensmittelvollsortiment und mit zunehmender Fläche ansteigender Anteil an Non-Food-Abteilungen (Gebrauchsgüter).

**SB-Warenhaus**

Verkaufsfläche über 5.000 qm, neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung umfangreiche Non-Food-Abteilungen, Standort häufig peripher, großes Angebot an eigenen Kundenparkplätzen.

**Warenhaus**

In der Regel Verkaufsflächengröße über 3.000 qm, Lebensmittelabteilung, breites und tiefes Sortiment bei den Non-Food-Abteilungen, in der Regel zentrale Standorte.

**Kaufhaus**

In der Regel Verkaufsflächen über 1.000 qm, breites und tiefes Sortiment, im Gegensatz zum Warenhaus meist mit bestimmtem Branchenschwerpunkt.

**Shopping-Center**

Großflächige Konzentration vieler Einzelhandelsfachgeschäfte diverser Branchen, Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe i.d.R. unter einem Dach, oft ergänzt durch Fachmärkte, Kaufhäuser, Warenhäuser und Verbrauchermärkte; großes Angebot an Kundenparkplätzen; i.d.R. zentrale Verwaltung und Gemeinschaftswerbung.

Quelle: cima GmbH 2014

Die Berechnung der Kennzahlen der Nachfrageseite erfolgte mit der folgenden Methodik:

- Aktuelle Einwohnerzahl
- Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (KKZ) in %  
(Bundesdurchschnitt = 100 %)
- Ausgabesatz im Einzelhandel: Pro-Kopf-Ausgaben in €/Einwohner p. a. (gemäß statistischer Warenkorb für 2013)
  - Periodischer Bedarf: 2.972 € /Einwohner p. a.
  - Aperiodischer Bedarf: 2.696 € /Einwohner p. a.
  - Ausgabesatz gesamt: 5.668 € /Einwohner p. a.
  
- Berechnung des Nachfragepotenzials: Einwohner x Ausgabesatz  
(gewichtet mit der KKZ)