

Inhalt der Stellungnahme

1. Lage und Vorprägung des Planstandortes

Der städtebaulichen Integration des Standortes wird widersprochen. Es handele sich um einen nicht – integrierten Solitärstandort. Der Standort verfüge über keine Vorprägung für großflächigen Einzelhandel.

2. Besonderheit des Decathlon - Konzeptes

Das Decathlon - Konzept unterscheide sich entgegen der gutachterlichen Darstellung nicht elementar vom klassischen Sporthandel (DLP, S.8). Unter anderem würde der Hauptanteil des Umsatzes mit klassischen Sportsortimenten, vor allem mit bekannten Marken wie Adidas, Puma oder Asics gemacht.

3. Wettbewerbsanalyse

Das bei den Sportanbietern gebundene Umsatzpotential sei nicht korrekt ermittelt. Es sei falsch den Sportfachgeschäften außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche eine deutlich geringere Flächenproduktivität zu zuordnen (DLP, S.24).

Die Aussage, dass die Mittelzentren im Einzugsgebiet über einen relativ geringen vorhabenrelevanten Flächenbestand verfügen (DLP, S.34), sei verfälscht. Um eine Vergleichbarkeit der Flächenbestände im Segment Sport zu ermöglichen, hätte eine Verkaufsflächendichte (Verkaufsfläche je EW) ausgewiesen müssen.

4. Einzugsgebiet

Das Einzugsgebiet des Sportfachmarktes sei mit einer Fahrzeit von 45 Minuten zu groß gewählt. Nach eigenen Darstellungen ginge das Unternehmen Decathlon bei Planstandorten vergleichbarer Größe von einer Fahrzeit von 30 Minuten aus.

Das Einzugsgebiet wurde in vier Zonen gegliedert. Infolge entsteht ein Marktpotential von 353.600 Einwohnern (DLP, S.36). Die Zone 3b könne bei realistischer Betrachtung jedoch nicht zum Einzugsgebiet hinzugerechnet werden.

Eine hypothetische Potenzialreserve in Höhe von 10% auf das bestehende Marktpotential (DLP, S.37) sei empirisch so nicht belegbar. Dabei werde die negative Bevölkerungsprognose für die Region kaum berücksichtigt.

Ein realistisches Einzugsgebiet ohne Zone 3b sowie ohne Potentialreserve läge bei ca. 275000 Einwohnern und einem Marktvolumen von ca. 30,7 Mio. €. Durch das zu groß gewählte Einzugsgebiet werde das Marktvolumen um 12 Mio. € künstlich erhöht.

5. Flächenproduktivität

Die angesetzte Flächenproduktivität von 2000 €/m² sei unrealistisch und nicht begründbar. Es müsse flächenbereinigt von einer Flächenproduktivität von 3001 €/m² ausgegangen werden. Dies ergebe sich aus einer Bilanz die von Decathlon für das Jahr 2011 veröffentlicht wurde. Bei einer Verkaufsfläche von 57.700m² sei ein Bruttoumsatz von 152,2 Mio. € generiert worden. Daraus resultiere eine durchschnittliche Flächenproduktivität von 2.671 €/m².

Infolge des zu gering angesetzten Planumsatzes des Vorhabens seien die Umsatzauswirkungen auf den Marktraum und die Sportgeschäfte im Nahbereich höher als genommen, was die städtebaulichen Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel verfälscht.

6. Wirkungsprognose

Der Umsatzanteil, welcher durch Kaufkraftrückholeffekte generiert werden soll würde in der Wirkungsprognose überschätzt. Im Segment Sportgroßgeräte sollen 95% des Umsatzes allein durch Rückholeffekte generierbar sein. Angesichts der im Einzugsgebiet vorhandenen Sportflächendichte im Einzugsgebiet und der im Vergleich mit anderen Decathlon - Standorten geringeren Verkaufsflächendichte seien Kompensationseffekte von maximal 20 – 30% realistisch.

7. Beeinträchtigungsgebot

Das Beeinträchtigungsgebot sei wahrscheinlich verletzt, da die Umsatzauswirkungen durch zu gering angesetzte Planumsätze und unrealistische Kaufkraftrückholeffekte unter die raumordnerisch relevante 10% Schwelle gerechnet würden. Das Gutachten liefere keinen Beweis, warum städtebauliche Auswirkungen ausgeschlossen werden können, obwohl in Teilen Umverteilungsquoten oberhalb der 10% - Schwelle ermittelt wurden (DLP 2011, S. 49).

8. Prüfung von Alternativstandorten

Die Prüfung von Alternativstandorten widerspreche teilweise den Ausführungen der Standortalternativenprüfung, weil dort zwei geeignete Standorte nachgewiesen seien.

9. Übereinstimmung mit dem kommunalen Einzelhandelskonzept

Es lägen Verstöße gegen Empfehlungen und Kommentare des Einzelhandelskonzeptes vor. Es sei mit deutlichen negativen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen auf die Schweriner Innenstadt sowie die im projektrelevanten Einzugsgebiet liegenden Zentren zu rechnen. Daher liege auch ein Verstoß gegen die Ziele der Raumordnung und Landesplanung aus dem LEP 4.3.2 vor.

10. Aufstellung des Bebauungsplans

Dem Bebauungsplanentwurf wird widersprochen.

Ergebnis der Prüfung

1. Aus stadtplanerischer und raumordnerischer Sicht ist ein Standort als teilintegriert einzustufen, wenn er verkehrlich gut erreichbar ist und einen baulichen Zusammenhang mit dem Siedlungsbereich des Ortes bildet.

Verkehrerschließung

Das Plangebiet verfügt über eine Anbindung an das öffentliche Nahverkehrsnetz. Die Straßenbahnlinien 3 und 4 (Hegelstraße bzw. Platz der Freiheit – Neu Pampow) bedienen das geplante Fachmarktzentrum über die Haltestelle Ludwigsluster Chaussee. Die einfache Entfernung beträgt ca. 200 m. Damit liegt der Standort innerhalb des üblichen Einzugsbereiches für ÖPNV - Haltestellen von 300 m.

Aufgrund der Lage im unmittelbaren Kreuzungsbereich der Ludwigsluster Chaussee mit den Bundesstraßen B 321 und B 106 ist die verkehrliche Erreichbarkeit mit dem motorisierten Individualverkehr als optimal zu beurteilen. Die Ludwigsluster Chaussee schafft eine direkte Verbindung zur Innenstadt und damit zum Hauptgeschäftszentrum. Im Standortbereich verlaufen beide Bundesstraßen auf der stadtnahen Tangente (Umgehungsstraße). Während über die Bundesstraßen die Auffahrten zu den Autobahnen A 14 (Wismar – Leipzig) und A 24 (Hamburg – Berlin) in kurzer Zeit erreichbar sind, verbindet die stadtnahe Tangente einen Großteil der Schweriner Stadtteile mit dem geplanten Fachmarktzentrum.

Straßen begleitend sind im Verlauf der vorab genannten Verkehrstrassen durchgängig Radwege in solidem Ausbauzustand vorhanden. Somit zeichnet sich der Standort selbstverständlich auch durch eine gute Erreichbarkeit für den Radverkehr aus.

Baulicher Zusammenhang

Das geplante Fachmarktzentrum befindet sich im Stadtteil Gartenstadt auf der Südseite der Mettenhimer Straße. Nördlich grenzt das Wohngebiet Neue Gartenstadt an. Dieses Wohngebiet hat sich innerhalb des vergangenen Jahrzehntes in drei Abschnitten aus der schon in den 1920er Jahren entstandenen sogenannten Alten Gartenstadt bis an die

Mettenheimer Straße entwickelt. Insgesamt leben derzeit im Stadtteil ca. 2440 Einwohner. Östlich der Ludwigluster Chaussee liegt das Wohngebiet Großer Dreesch mit ca. 7930 Einwohnern. Im westlichen Umfeld befinden sich gewerbliche Nutzungen u.a. der Technologie- und Forschungspark sowie dessen Erweiterungsflächen.

Ein unmittelbarer baulicher Zusammenhang zum Siedlungsbereich der Landeshauptstadt Schwerin als zentralem Ort besteht somit. Diese Einschätzung wird auch in der zum Bebauungsplan erarbeiteten landesplanerischen Stellungnahme des Ministeriums für Energie, Infrastruktur und Landesentwicklung getroffen.

Der Standort des geplanten Fachmarktzentrums erfüllt damit die Voraussetzungen für die städtebauliche Teilintegration.

Vorprägung für großflächigen Einzelhandel

Im näheren Umfeld des geplanten Fachmarktzentrums befinden sich mehrere großflächige Einzelhandelseinrichtungen. Dabei handelt es sich um das Nahversorgungszentrum Neue Gartenstadt (Entfernung ca. 0,5 km), einen Bau-, Heimwerker- und Gartenmarkt (ca. 0,7 km) sowie das Nahversorgungszentrum Köpmarkt (ca. 1,0 km) mit diversen Einzelhandels- und Dienstleistungseinrichtungen. Eine Vorprägung für großflächigen Einzelhandel ist für den Vorhabenstandort somit durchaus ableitbar.

2. Die Sortiments- und Markenstruktur des Betreibers Decathlon unterscheidet sich deutlich von derjenigen klassischer Sportgeschäfte.

Die Firma Decathlon bietet nur auf relativ kleiner Fläche (maximal 5 % der Gesamtfläche) Markenprodukte an. Gemessen an der Artikelzahl beträgt der Anteil der Eigenmarken – je nach Filiale – 75 bis 85 %. Der Umsatzanteil der Eigenmarken beträgt rd. 70 bis 80 %.

Im Vergleich zu klassischen Sportfachmärkten wird damit bei dem Konzept Decathlon ein deutlich überwiegender Umsatzanteil mit Eigenmarken erwirtschaftet. Die Markenprodukte haben damit eher einen sortimentsergänzenden Charakter; prägend für das Konzept sind eindeutig die günstigen Eigenmarken, die auch für Geringverdiener Sport- und Freizeitartikel bezahlbar machen.

3. Im Verträglichkeitsgutachten auf Seite 24 wird richtigerweise eine durchschnittliche Flächenproduktivität von 2.300 € je qm Verkaufsfläche für den sportrelevanten Einzelhandel außerhalb zentraler Versorgungsbereiche angegeben. Dieses resultiert gleichwohl nicht aus der Annahme stark unterschiedlicher Flächenproduktivitäten im Vergleich zu den Anbietern in den Zentren, sondern aus einer unterschiedlichen Sortimentsstruktur.

Beispiel: Fahrradfachmärkte sind aufgrund der zumeist benötigten größeren Flächen [zu geringen Mieten] außerhalb zentraler Versorgungsbereiche verortet. Das Sortiment Fahrräder erwirtschaftet deutlich geringere Flächenleistungen als die umsatzstarke Sortimentsgruppe Sportbekleidung/-schuhe, die für gewöhnlich stärker in den Zentren zu finden ist. Insofern ergibt sich die geringere Durchschnitts-Flächenproduktivität vor allen Dingen durch die im Vergleich zu den Zentren unterschiedlichen Anbieter und Sortimente.

Wenn man nur die Flächenleistung in der Sortimentsgruppe Sportbekleidung/-schuhe vergleicht, zeigt sich dass der Unterschied zwischen den Anbietern in den Zentren (3.300 €/qm) und dem Angebot an anderen Standorten (3.100 €/qm) nur gering ausgeprägt ist. Dieser geringe Unterschied ergibt sich dadurch, dass ein Teil des (peripheren) Angebots auch ein Randsortiment von SB-Warenhäusern (real,-) ist, die für gewöhnlich in den so genannten Non-Food-Sortimenten nur relativ geringe Flächenproduktivitäten erwirtschaften.

Im Vergleich zum Oberzentrum Schwerin weisen die Mittelzentren in der Tat eine deutlich geringere Flächenausstattung auf. Dieses zeigt ein Abgleich der (Sport-) Verkaufsflächendichten nach Einzugsgebietszonen. In der Zone 1, in der sich Schwerin befindet, beträgt die Verkaufsfläche (je 1.000 Einwohner) 49 qm. Im Vergleich dazu liegt in der Zone 3a (dazu gehören die Mittelzentren Ludwigslust, Grevesmühlen und Parchim) die Flächendichte nur bei 15 qm, in der Zone 3b (dazu gehört das Mittelzentrum mit oberzentraler Teilfunktion Wismar) bei 25 qm.

Als Beispiel kann darüber hinaus auf bestehende Einzelhandelskonzepte von vergleichbaren Städten verwiesen werden: So beträgt die Sport-Flächendichte im Oberzentrum Lübeck 62 qm, im Mittelzentrum Schleswig sogar 172 qm.

Die Vergleiche machen deutlich, dass einerseits die absolute Flächendichte im Bereich Sportbedarf im Einzugsgebiet gering ist, andererseits insbesondere in den Mittelzentren im Vergleich zum Oberzentrum Schwerin nur – relativ gesehen – wenig Bestand vorhanden ist.

4. Die Größe des Einzugsgebiets ist immer abhängig von den standortörtlichen und marktseitigen Gegebenheiten. Im ländlich geprägten Flächenland Mecklenburg-Vorpommern ist der Verbraucher bereit, weitere Distanzen zurückzulegen als beispielsweise in verdichteten Regionen wie dem Ruhrgebiet. Auch im Verträglichkeitsgutachten zum Ansiedlungsvorhaben von Decathlon in Rostock, welches ebenfalls Dr. Lademann & Partner erstellt hatte, wurden Entfernungen von bis zu 45 Fahrminuten dem Einzugsgebiet hinzugerechnet.

Eine weitere Betrachtungsebene ist diejenige der Angebotssituation: Wenn starke Wettbewerbsstandorte vorhanden sind, kann ein Einzugsgebiet auch deutlich begrenzt werden. Dieses ist jedoch bei dem geprüften Standort nicht der Fall. Da in Wismar die Verkaufsflächendichte im Sortiment Sportbedarf – wie zuvor skizziert – nur relativ gering ausgeprägt ist, würde sich ein Teil der Wismarer daher auch auf den Decathlon-Standort orientieren bzw. diesen fallweise ansteuern.

Eine Distanz in Fahrminuten ist folglich immer nur ein Anhaltspunkt, stellt jedoch an sich noch keine Abgrenzung eines Einzugsgebiets dar.

Wie im Gutachten bei der Betrachtung der Marktanteile ersichtlich ist, wird gleichwohl mit Kunden aus der Zone 3b nur ein Umsatzanteil von 13 % (bzw. 0,7 Mio. €) erwirtschaftet. Der Einwohneranteil (d.h. das Verhältnis der Einwohner in der Zone 3b zur Einwohnerzahl im Einzugsgebiet) ist gleichwohl mit 23 % deutlich höher. Das heißt, es wurde hier eine deutliche Abstufung zwischen den Einzugsgebietszonen vorgenommen.

Die im Gutachten angesetzte Potenzialreserve von 10 % bedeutet, dass 10 % des Umsatzes durch Kunden außerhalb des Einzugsgebiets generiert werden (=Streuumsätze). Die dazu hinterlegten Einwohnerzahlen bilden lediglich das theoretische „Einwohneräquivalent“. Es wird folglich immer nur auf Umsatz- nicht jedoch auf Kundenanteile abgestellt.

Hierzu gibt es in der Tat empirische Belege, und zwar durch die Messung (PLZ-Befragungen an den Kassen) in bestehenden Decathlon-Filialen in Deutschland: Dabei zeigte sich, dass in der Realität sogar 30-60 % der Umsätze mit Kunden außerhalb der 20 Fahrminuten und rd. 10-30 % außerhalb der 30 Fahrminuten generiert werden.

Hinzu kommt, dass im Gegensatz zu den meisten bestehenden Filialen in Schwerin auch noch spürbare Umsatzanteile mit Touristen erwirtschaftet werden.

Die für Schwerin angesetzten 10 % Umsatzanteil durch Streukunden sind folglich insgesamt als sehr vorsichtige Annahme im Sinne der Worst-Case Betrachtung zu bewerten und überdies eine normale Größenordnung in Verträglichkeitsgutachten. Eine vollständige Umsatzherkunft mit Kunden aus dem Einzugsgebiet (d.h. ein geschlossenes System) entspricht generell nicht der (Einkaufs-)Lebenswirklichkeit.

Darüber hinaus ist zu betonen, dass die negative Bevölkerungsentwicklung in Form des zukünftig geringeren Nachfragepotenzials berücksichtigt wurde.

5. Im Gegensatz zu klassischen Sport-Fachgeschäften verfügt DECATHLON über eine deutlich extensivere Flächennutzung (hohe Gangbreiten, Test- und Serviceflächen, etc.) sowie einen hohen Eigenmarkenanteil (diskontierender Fachmarkt).

Im Geschäftsjahr 2011 generierte DECATHLON im Durchschnitt rd. 2.550 €/qm (brutto), welches gegenüber anderen Betreibern von Sportfachmärkten einen unterdurchschnittlichen Wert darstellt.

Diese durchschnittliche Flächenproduktivität aller deutschen Decathlon-Filialen setzt sich gleichwohl aus mehreren, von den Umsätzen sehr unterschiedlichen Standorten zusammen. So erwirtschaften einige umsatzschwächere Decathlon-Filialen nur rd. 50 % der durchschnittlichen Flächenproduktivität, d.h. nur rd. 1.300 €/qm Verkaufsfläche.

Der erzielbare Umsatz eines Vorhabens differiert nämlich sehr stark in Abhängigkeit von der Makrolage des Standorts. Der Vorhabenstandort in Schwerin ist geprägt durch ein im Bundesschnitt unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau sowie einer eher geringen Einwohnerzahl der Standortgemeinde (Einwohnerzahl unter 100.000). Damit können die Vorhabenumsätze prinzipiell nicht an diejenigen von Objekten in Großstädten innerhalb wirtschaftsstarker Regionen heranreichen.

Die Prognose des Vorhabenumsatzes für das Ansiedlungsvorhaben resultiert zum einen aus Angaben des Investors, zum anderen aus der Prognose der konkret am Standort in Schwerin erzielbaren Marktanteile vor dem Hintergrund der besonderen Sortimentsstruktur von Decathlon (hoher Anteil an Sportgroßgeräten).

Zudem ist anzumerken, dass das zum HDE gehörende Beratungsunternehmen BBE in der Untersuchung ‚Struktur und Marktdaten im Einzelhandel 2010‘ Flächenproduktivitäten für Sportartikel-Fachmärkte ermittelt hat, die sich im Durchschnitt auf 2.300 €/qm belaufen. Die Spanne der Flächenleistungen wird mit 1.500 €/qm (min.) bis 3.100 €/qm (max.) angegeben.

Insgesamt ist auch bei der BBE-Studie darauf zu verweisen, dass diese Werte im Wesentlichen auf Angaben der bisher markbeherrschenden Unternehmen mit kleinteiligen Strukturen beruht, während bei den Flächenproduktivitäten des Decathlon-Marktes auch der überdurchschnittlich hohe Verkehrsflächenanteil (Event-/Serviceflächen, breite Gänge, Lauf-/Testflächen) zu berücksichtigen ist.

Insgesamt handelt es sich damit um eine - vor den gegebenen standort- und marktseitigen Bedingungen - realistische Umsatzprognose. Eine Flächenproduktivität oberhalb des prognostizierten Werts von 2.000 €/qm ist damit am Standort Schwerin nicht erzielbar.

6. Die vorgehenden Ausführungen zur Flächendichte haben gezeigt, dass im gesamten Einzugsgebiet eine nur geringe Ausstattung mit Sportbedarf vorhanden ist. Insbesondere im Bereich der Sportgroßgeräte ist derzeit praktisch kein Bestand vorhanden.

Das heißt, aktuell fließt die für diese Sortimente vorhandene Nachfrage an andere Einkaufsorte, wie z.B. größere Städte (z.B. Hamburg) oder auch das Internet.

Der Versandhandel (inkl. E-Commerce) hat insgesamt im Bereich Sportartikel eine große Bedeutung. Nach einer bbw Trendstudie aus dem Jahr 2007 hat der Versandhandel einen Umsatzanteil am gesamten Sparteinzelhandel (d.h. sowohl Sportgeräte als auch Sportbekleidung/-schuhe etc.) von 10 %. Mittlerweile dürfte der Anteil noch deutlich höher sein. Darüber hinaus ist zu erwähnen, dass Spezialprodukte von Randsportarten (z.B. Bogenschießen, Großprodukte wie Kanus etc.) bisher im klassischen Einzelhandel – außer in Spezialgeschäften in den großen Metropolen – nicht verfügbar sind. Verständlicherweise blieb da bisher in ländlichen Regionen nur der Bezug in den entfernten Oberzentren oder dem Versandhandel. Decathlon kann durch sein Konzept folglich einen Teil des Online-Umsatzes in den stationären Einzelhandel zurückholen.

Generell gilt: Wenn in einer Region relativ wenig vorhabenrelevanter Bestand vorhanden ist, fließt die Nachfrage i.d.R. an Standorte außerhalb des Einzugsgebiets sowie in den Onlinehandel. Letzteres zeigt auch die Tatsache, dass insbesondere in Regionen, in denen derzeit kein Decathlon-Markt vorhanden ist, der Umsatz mit dem Online-Store von Decathlon besonders hoch ausfällt.

Warum nur maximal 20-30 % der Umsätze als Kompensationseffekte anzusetzen seien, ist daher – insbesondere vor dem Hintergrund ähnlich hoher Kompensationseffekte in anderen Decathlon-Verträglichkeitsgutachten – nicht nachvollziehbar. Denn: wo kein Bestand ist, kann auch nichts umverteilt werden.

7. Die Vermutung, dass Planumsätze zu gering bemessen und unrealistische Kaufkraft-rückholungseffekte angesetzt seien, wurde bereits in den zuvor genannten Punkten widerlegt.

Bezüglich der Einschätzung, ab wann städtebauliche Auswirkungen auftreten können, zunächst folgender rechtlicher Hinweis:

Wesentliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sind solche, die zu einer Funktionsstörung des zentralen Versorgungsbereichs führen. Das Planvorhaben muss nach seiner konkreten Lage und Ausgestaltung erwarten lassen, dass die Funktionsfähigkeit des betroffenen zentralen Versorgungsbereichs insbesondere durch zu erwartende Kaufkraftabflüsse in beachtlichem Ausmaß beeinträchtigt und damit gestört wird. Die Störung muss zu einer Herbeiführung eines Zustandes der Unausgewogenheit des zentralen Versorgungsbereichs führen, der zur Folge hat, dass der Versorgungsbereich seinen Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr in substantieller Weise wahrnehmen kann.

so BVerwG, Urteil v. 11.10.2007 – 4 C 7.07 –, BRS 71 Nr. 89

Das Bundesverwaltungsgericht stellt maßgeblich auf die Funktion und die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs ab und betont an anderer Stelle in diesem Urteil, dass diese beeinträchtigt werden könne, wenn das Planvorhaben auf einen „Magnetbetrieb“ im zentralen Versorgungsbereich ziele, der für dessen Funktionsfähigkeit von großer Bedeutung sei. Aus dieser und anderen ober- und höchstrichterlichen Entscheidungen wird deutlich, dass von einem Funktionsverlust nicht bereits dann auszugehen ist, wenn ein einzelner Betrieb innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs beeinträchtigt ist. Dies liefe nämlich auf einen städtebaulich unzulässigen Konkurrentenschutz hinaus. Eine wesentliche Beeinträchtigung kann erst dann angenommen werden, wenn es sich bei dem betroffenen Betrieb bzw. der Branche um eine solche handelt, die für die Erfüllung des Versorgungsauftrages des zentralen Versorgungsbereichs von erheblicher

Bedeutung ist. In diesem Zusammenhang spielt u.a. auch die Frage eine Rolle, ob und in welchem Umfang in den jeweiligen Gemeindegebieten bereits systemgleiche Konkurrenten oder vergleichbare Anbieter außerhalb zentraler Versorgungsbereiche vorhanden sind.

vgl. OVG Münster, Urteil v. 06.11.2008 – 10 A 1417/07 –, bestätigt durch BVerwG, Beschluss v. 17.02.2009 – 4 B 4.09 –

Das bedeutet, ein Überschreiten des Abwägungsschwellenwertes von 10 % lässt nicht direkt städtebaulichen Auswirkungen erwarten. Im Untersuchungsgebiet sind die absoluten Umverteilungen in den Zentren [in den Sortimenten Fahrräder und Sportartikel] mit jeweils deutlich unter 100.000 € vielmehr derart gering, dass in keinem Falle städtebaulich relevante Auswirkungen auftreten werden.

8. Die städtebauliche und raumordnerische Verträglichkeitsuntersuchung nimmt Bezug auf die in einem eigenständigen Gutachten durchgeführte Standortalternativenprüfung zur Ansiedlung eines Decathlon – Sportfachmarktes. Als Standortalternativen wurden insgesamt 5 im Hauptgeschäftszentrum liegende Standorte untersucht und hinsichtlich ihrer städtebaulichen und funktionalen Eignung bewertet.

Die Verträglichkeitsuntersuchung stellt richtigerweise dar, dass von den untersuchten Standorten die Burgsee - Galerie aus städtebaulicher und funktionaler Sicht zwar für eine Ansiedlung geeignet wäre. Jedoch ist dieses Objekt von einem Lebensmittel - Vollsortimenter belegt. Aufgrund des Mietverhältnisses stünde die Burgsee Galerie frühestens ab dem Jahr 2017 zur Verfügung. Eine zeitnahe Ansiedlung des Sportfachmarktes im Rahmen des B – Planverfahrens ist somit objektiv nicht möglich.

In der Standortalternativenprüfung wurde zwar ein zweiter Standort, das ehemalige C&A Kaufhaus als bedingt geeignet herausgearbeitet. Jedoch entspricht das Gebäude, bei dem sich die Verkaufsfläche über zwei Etagen verteilt, nicht den funktionalen Anforderungen des Decathlon – Konzeptes. Entscheidend ist jedoch, dass das Gebäude nicht zur Verfügung steht. Es wurde durch ein Kaufhaus – Unternehmen erworben und wird seit geraumer Zeit als solches betrieben.

9. Die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes wurde im Jahr 2006 von der Stadtvertretung zur Kenntnis genommen. Das Konzept bildet eine Handlungsgrundlage auf der stadtentwicklungspolitische Weichenstellungen insbesondere aber bau- und planungsrechtliche Entscheidungen zur Steuerung von großflächigem Einzelhandel getroffen werden können. Die in Abschnitt 9 des Endberichtes zum Einzelhandelskonzept dargelegten Handlungsgrundsätze haben empfehlenden Charakter, was sich bereits aus der Kapitelüberschrift ergibt. Für die tägliche Planungspraxis stellen die Empfehlungen kein Dogma dar. In begründeten Einzelfällen, z.B. um auf neue Entwicklungen reagieren zu können, sind in Abstimmung mit den für die Raumordnung und Landesplanung zuständigen Behörden auch abweichende Ansiedlungsstrategien zulässig.

Aus Sicht der Stadtentwicklung ist im Zusammenhang mit der Entwicklung des geplanten Fachmarktzentrums kein Verstoß gegen das Einzelhandelskonzept erkennbar. Auch wurde durch die gutachterlichen Untersuchungen aufgezeigt, dass negative städtebauliche und raumordnerische Auswirkungen nicht zu befürchten sind. Letztendlich wurde mit landesplanerischer Stellungnahme des Ministeriums für Energie, Infrastruktur und Landesentwicklung Mecklenburg-Vorpommern bestätigt, dass dem Entwurf des Bebauungsplans keine Ziele der Raumordnung und Landesplanung entgegenstehen. Damit wurde gleichzeitig die Übereinstimmung mit den im Programmpunkt 4.3.2 des Landesraumentwick-

lungsprogramms Mecklenburg-Vorpommern definierten landesplanerischen Zielstellungen zur Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsvorhaben attestiert.

- 10.** Gegen einen im Aufstellungsverfahren befindlichen Entwurf des Bebauungsplans ist ein Widerspruch nicht möglich. Anregungen oder Bedenken in Form von Stellungnahmen können im Rahmen der vom Baugesetzbuch vorgeschriebenen Beteiligungsschritte vorgebracht werden. Das Baugesetzbuch sieht dazu u.a. die öffentliche Auslegung des Planentwurfs vor.

Über die zum Bebauungsplanentwurf während der öffentlichen Auslegung vorgebrachten Stellungnahmen wird im Rahmen der vorliegenden Beschlussvorlage planerisch abgewogen und beschlossen.

Rechtliche Einwendungen gegen den Bebauungsplan sind nach Eintritt seiner Rechtskraft als Satzung möglich. In der ortsüblichen Bekanntmachung sind entsprechende Hinweise enthalten.

Beschlussvorschlag

Die Inhalte der Stellungnahme werden nicht berücksichtigt.