

Potenzial- und Auswirkungsanalyse

Potenzialanalyse mit Auswirkungsanalyse für die geplante Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes im Ostseebad Nienhagen

Für die

Gemeinde Ostseebad Nienhagen

Strandstraße 30

18211 Ostseebad Nienhagen

Ihre Ansprechpartner

Dipl.-Geogr. Andreas Weidmann

Projektleitung Standort

Tel +49 40 180 410 6-23

E-Mail weidmann@bbe.de

Dipl.-Geogr. Oliver Ohm

Projektleitung Standort

Tel +49 40 180 410 6-24

E-Mail ohm@bbe.de

BBE Handelsberatung GmbH

Wendenstraße 1a

20097 Hamburg

Deutschland

© BBE Handelsberatung 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 Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. 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. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft

München – Hamburg – Köln – Leipzig - Berlin

Inhaltsverzeichnis

	<u>Seite</u>
1. Ausgangslage und Aufgabenstellung	5
1.1. Ausgangslage	5
1.2. Methodische Vorgehensweise	8
2. Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel	10
2.1. Entwicklungstrends	10
2.2. Distributionsstrukturen	11
2.3. Online-Einzelhandel mit Lebensmitteln	14
3. Entwicklung Tourismus in Deutschland, Mecklenburg-Vorpommern und Nienhagen	15
4. Makrostandort Ostseebad Nienhagen	19
5. Projektskizze	24
6. Mikrostandortanalyse	25
7. Prüfung alternativer Standortoptionen im Gemeindegebiet	29
8. Wettbewerbssituation im Lebensmitteleinzelhandel	31
9. Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftvolumen	40
9.1. Perspektivisches Einzugsgebiet	40
9.2. Projektrelevantes Nachfragevolumen	42
9.3. Einzelhandelszentralität und Ableitung der Bedarfe	45
10. Planungsrechtliche und planerische Beurteilungsgrundlagen	46
10.1. Baunutzungsverordnung - § 11 Abs. 3	46
10.2. Landes- und Regionalplanung	48
10.3. Einzelhandelsentwicklungskonzept Stadt-Umland-Raum-Rostock und Entwicklungsrahmen	50
11. Auswirkungsanalyse	51
11.1. Marktabschöpfung und Umsatzleistung des Planvorhabens	51
11.2. Umsatzzumlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen	56
11.3. Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahе Versorgung / städtebauliche Auswirkungen	60
12. Bewertung und Kompatibilität des Planvorhabens mit den Zielen der Landes- und Regionalplanung sowie dem Einzelhandelsentwicklungskonzept	63
12.1. Kompatibilität mit der Landes- und Regionalplanung	63
12.2. Kompatibilität mit dem Einzelhandelsentwicklungskonzept	66
13. Zusammenfassung	67

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Entwicklung der Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland	10
Abbildung 2: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel in Deutschland	11
Abbildung 3: Einkaufsanlässe nach Betriebstypen	12
Abbildung 4: Gründe für die Wahl des Betriebstyps	13
Abbildung 5: Umsatzanteil des online-Handels im Einzelhandel: Food/ Nonfood	14
Abbildung 6: Entwicklung der Gästeankünfte und Übernachtungen in Deutschland	15
Abbildung 7: Entwicklung der Gästeübernachtungen in Mecklenburg-Vorpommern	16
Abbildung 8: Übernachtungen je Einwohner im Ländervergleich	17
Abbildung 9: Entwicklung der Gästeübernachtungen im Ostseebad Nienhagen	18
Abbildung 10: Lage im Raum und zentralörtliche Einstufung	19
Abbildung 11: Städtebauliches Entwicklungskonzept Ostseebad Nienhagen	20
Abbildung 12: Einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex im Vergleich	22
Abbildung 13: Projektskizze	24
Abbildung 14: Mikro-Standort und Umfeldstrukturen	25
Abbildung 15: Planstandort und städtebauliches Entwicklungskonzept	26
Abbildung 16: Fußläufiger Nahversorgungsbereich des Projektstandortes	27
Abbildung 17: Planstandort und städtebauliches Entwicklungskonzept	29
Abbildung 18: Hauptwettbewerber im Untersuchungsgebiet	31
Abbildung 19: Siedlungsschwerpunkt und Besatzstruktur Ostseebad Nienhagen	33
Abbildung 20: Projektrelevante Wettbewerbsstrukturen in der Gemeinde Börgerende-Rethwisch	34
Abbildung 21: Wettbewerbsstrukturen in der Gemeinde Elmenhorst-Lichtenhagen	35
Abbildung 22: Projektrelevante Wettbewerbsstrukturen in Bad Doberan	36
Abbildung 23: Perspektivisches Einzugsgebiet des Planvorhabens	41

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bevölkerung und Bevölkerungsentwicklung	21
Tabelle 2: Nahversorgungsrelevante Verkaufsflächen und Umsätze im Untersuchungsgebiet	32
Tabelle 3: Einwohner und Nachfragevolumen im perspektivischen Einzugsgebiet	42
Tabelle 4: Projektrelevantes Nachfragepotenzial der Übernachtungsgäste in Nienhagen	43
Tabelle 5: Projektrelevantes Nachfragepotenzial der Tagesgäste in Nienhagen	43
Tabelle 6: Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet aus Einwohner, Übernachtungs- und Tagesgästen	44
Tabelle 7: Zentralitäten im Einzugsgebiet	45
Tabelle 8: Marktanteile und Umsatz des geplanten EDEKA-Lebensmittelmarktes mit 1.200 m ² VKF	52
Tabelle 9: Marktanteile und Umsatz des geplanten EDEKA-Lebensmittelmarktes mit 1.500 m ² VKF	53
Tabelle 10: Umsatzanteile des geplanten EDEKA-Lebensmittelmarktes (1.200 m ² VKF) zzgl. Bäckerei	54
Tabelle 11: Marktanteile und Umsatz des geplanten EDEKA-Lebensmittelmarktes (1.200 m ² VKF) zzgl. Bäckerei	55
Tabelle 12: Umsatzumlenkung und Umlenkungsquoten nach Lagen	57

1. Ausgangslage und Aufgabenstellung

1.1. Ausgangslage

Die terraplan GmbH beabsichtigt in Abstimmung mit der Gemeinde Nienhagen die Realisierung eines EDEKA Lebensmittelvollsortimenter zzgl. Bäckerei/Café im Ostseebad.

Das Ostseebad Nienhagen mit knapp 2.000 Einwohnern ist integraler Bestandteil des Stadt-Umland-Raum Rostock (SUR Rostock) und im Regionalen Raumentwicklungsprogramm Mittleres Mecklenburg/Rostock als Tourismusschwerpunkt ausgewiesen. So konnte das Seebad im Jahr 2019 rd. 141.000 Übernachtungsgäste (Einrichtungen > 10 Betten) verzeichnen und weist eine Reihe von touristischen Attraktionen auf (u.a. den bundesweit bekannten "Gespensterwald").

Im Zusammenhang mit der wachsenden Zahl der Übernachtungsgäste/Tagestouristen sowie dem Tourismusboom im Bundesland Mecklenburg-Vorpommern, steht die Gemeinde Nienhagen vor der Herausforderung ihre touristische Infrastruktur kontinuierlich weiter zu entwickeln. Dabei zeigt sich im Hinblick auf die vorhandene Angebotsausstattung im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels ein deutliches Entwicklungspotenzial. Aktuell verfügt das Ostseebad mit einem "Tante-Emma-Laden" über eine sehr überschaubare Angebotskompetenz im Lebensmittelsegment, die angesichts der stark wachsenden Übernachtungsgäste mittel- bis langfristig als nicht standortadäquat zu bewerten ist. Zudem hat der Betreiber des "Tante-Emma-Laden" bereits angekündigt in absehbarer Zeit seinen Betrieb aus altersbedingten Gründen einzustellen.

Vor diesem Hintergrund beabsichtigt die Gemeinde Nienhagen in Zusammenarbeit mit der terraplan GmbH einen standortadäquaten Lebensmittelmarkt im Ostseebad zu realisieren. Der Fokus liegt dabei auf der Betriebsform eines Lebensmittelvollsortimenter, um zum einen die haushaltsnahe Grundversorgung der ortsansässigen Wohnbevölkerung abzusichern und zum anderen die Konsumentenansprüche aus der wachsenden Anzahl von Übernachtungsgästen im Seebad abzudecken.

In diesem Kontext hat sich das Unternehmen EDEKA bereit erklärt einen entsprechenden Lebensmittelmarkt in einer Größenordnung von rd. 1.200 m² bis rd. 1.500 m² Verkaufsfläche zu realisieren.

In einer absatzwirtschaftlichen Vorab-Prüfung von Seiten der BBE Handelsberatung hat sich jedoch gezeigt, dass für eine Realisierung eines Lebensmittelmarktes mit einer Verkaufsflächendimensionierung von rd. 1.500 m² kein ausreichendes projektrelevantes Marktvolumen / Kaufkraftpotenzial in der Gemeinde Nienhagen besteht. Diese gutachterliche Einschätzung dokumentiert sich, auch unter der Berücksichtigung des touristischen Potenzials vor Ort, in der prognostizierten Kaufkraftbindungsquote von knapp 50 % (49 %) im Gemeindegebiet von Nienhagen. Diese prognostizierte Kaufkraftbindungsquote im Kerneinzugsgebiet würde bedeuten, dass knapp die Hälfte des potenziell im Gemeindegebiet vorhandenen Kaufkraftpotenzials für die periodischen Bedarfsgüter (Nahrungs- und Genussmittel / Drogerie- und Gesundheitsbedarf) durch den Lebensmittelvollsortimenter mit einer Größe von rd. 1.500 m² Verkaufsfläche gebunden wird. Dies ist aus gutachterlicher Sicht jedoch als unrealistisch einzustufen und würde das ortsansässige Marktvolumen (inkl. Tourismus) 'sprengen'. Ein wirtschaftlich noch tragbarer Marktanteil für einen Lebensmittelvollsortimenter (Betriebsform Supermarkt) liegt bei maximal rd. 40 %, was auch durch die Entwicklung der Marktanteile des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland dokumentiert wird (siehe hierzu auch Abbildung 2 auf Seite 11).

Für eine erfolgreiche Umsetzung wird von Seiten der Betreiber jedoch eine Mindestgröße von 1.200 m² Verkaufsfläche zu Grunde gelegt, um ein entsprechendes Lebensmittelvollsortiment marktgerecht am Standort abbilden zu können. Mit einer Flächendimensionierung < 1.200 m² Verkaufsfläche lässt sich aus Betreibersicht kein entsprechendes Angebot realisieren, da es sich bei der Gemeinde Nienhagen auch um keinen urbanen Hochfrequenzstandort (z.B. Bahnhof, Flughafen, großstädtische A-Einkaufslage) handelt, an dem ein kleineres City-Konzept mit hohem Convenience-Anteil 'greifen' würde.

Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass der geplante Lebensmittelmarkt ein Gros seiner Umsatzleistung aus dem Tourismus generieren wird und hierbei in erster Linie in den Sommermonaten. Vor diesem Hintergrund werden die Besucherzahlen des Lebensmittelmarktes insbesondere in den Monaten Mai bis September besonders hoch ausfallen und in den Wintermonaten spürbar absinken. Daher ist auch eine entsprechende Mindestgröße der Verkaufsfläche zwingend notwendig, um in den Hochfrequenzzeiten des Fremdenverkehrs einen marktgerechten Einkauf zu ermöglichen und einer standortseitigen Überlastung entgegen zu wirken.

Zur 'Abrundung' des Angebotes ist darüber hinaus die Arrondierung einer Bäckerei/Café mit Sitzgelegenheiten im Innen- und Außenbereich geplant.¹

Der Planstandort befindet sich unmittelbar südlich des Kernortes an der Doberaner Straße. Der Aufstellungsbeschluss für den Bebauungsplan wurde durch die Gemeinde Nienhagen bereits im Jahr 2019 gefasst. Die kommunale Gemeindeentwicklungskonzeption sieht zudem vor, den Bereich südlich der Doberaner Straße mit Wohnungsbau weiter zu entwickeln und im Umfeld des geplanten Lebensmittelmarktes eine neue Ortsmitte zu schaffen. Ziel ist es, die zergliederten Siedlungsstrukturen nördlich und südlich der Doberaner Straße miteinander zu verbinden und somit ein räumliches Ortszentrum zu kreieren.

Aufgrund der Mindestanforderung hinsichtlich der Verkaufsflächengröße von 1.200 m² Verkaufsfläche, wird das Planvorhaben die Schwelle zur Großflächigkeit, die bei > 800 m² Verkaufsfläche liegt, überschreiten. Vor dem Hintergrund der Großflächigkeit der geplanten Einzelhandelsansiedlung im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO, sollen im Rahmen einer Auswirkungsanalyse die möglichen ökonomischen sowie städtebaulichen Auswirkungen des Projektvorhabens mit einer Größendimensionierung von rd. 1.200 m² Verkaufsfläche auf die nahversorgungsrelevanten Versorgungsstrukturen bzw. zentralen Versorgungsbereiche im Gemeindegebiet von Nienhagen und angrenzenden Kommunen im SUR untersucht werden.

Darüber hinaus sind für den geplanten EDEKA-Markt mögliche Standortalternativen im Gemeindegebiet von Nienhagen zu prüfen. Dies erfolgt auf Basis der von der Gemeinde zur Verfügung gestellten Informationen zu möglichen Alternativstandorten.

Die BBE Handelsberatung GmbH hat hierzu eine umfassende Potenzialanalyse erstellt. In vertiefter Form wird das Projekt dabei hinsichtlich der nachfrage- und angebotsseitigen Rahmenbedingungen begutachtet. Insbesondere wird auch die lokale und regionale Wettbewerbsposition einer genauen Prüfung unterzogen. Im Zuge der Analyse werden insbesondere folgende Fragestellungen thematisiert:

- Welche einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen herrschen vor (Soziodemografie, Lage, Erreichbarkeit etc.)? Welche angebots- und nachfrageseitigen Strukturdaten sind für den Einzelhandel vor Ort von Bedeutung (Makrostandortanalyse)?
- Wie ist der Mikrostandort des Vorhabens unter städtebaulichen Aspekten zu bewerten?
- Welches Einzugsgebiet kann das Vorhaben erschließen?
- Welche Größendimensionierung des Lebensmittelmarktes ist vor dem Hintergrund der vorhandenen Nachfrageplattform im Gemeindegebiet sowie dem Tourismusaufkommen als standortadäquat zu bewerten?

¹ Davon sind rd. 20 m² als reine Verkaufsfläche für den Verkauf von Backwaren mit einem Mehrwertsteuersatz von 7% einzustufen, während der Sitzbereich als Gastronomiefläche mit einem Mehrwertsteuersatz von 19% zu bewerten ist.

- Welche Auswirkungen sind bei Realisierung des Lebensmittelmarktes auf die haushaltsnahe Grundversorgung in der Gemeinde Nienhagen sowie angrenzenden Kommunen im Stadt-Umland-Bereich von Rostock zu erwarten?

Die Aussagen der vorliegenden Analyse basieren auf einer aktuellen Vor-Ort-Erhebung der relevanten Angebots- bzw. Wettbewerbssituation sowie einer Besichtigung des Vorhabenstandortes im März 2020.

1.2. Methodische Vorgehensweise

Die Grundlage der Analyse bilden Recherchen des Gutachters in der Gemeinde Nienhagen. In Ergänzung erfolgt eine Aufbereitung von sekundärstatistischen Daten. Im Einzelnen werden folgende Erhebungen und Recherchen durchgeführt:

- Durchführung von Vor-Ort-Recherchen zur Bewertung des Projektstandortes im März 2020.
- Erhebung relevanter Anbieter von nahversorgungsrelevanten Sortimenten. Hierzu gehören vor allem strukturprägende Lebensmittelmärkte im Untersuchungsgebiet.
- Umsatzschätzung für die erfassten Einzelhandelsbetriebe unter Berücksichtigung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern.
- Aufbereitung relevanter sekundärstatistischer Daten und Informationsquellen (u. a. Einzelhandelskonzepte der untersuchungsrelevanten Kommunen, Kommunale Gemeindeentwicklungskonzeption).
- Verwendung von aktuellen Datenmaterialien der BBE Marktforschung (z. B. gemeindebezogene Kaufkraftkennziffern und sortimentspezifische Pro-Kopf-Ausgaben).

Die Untersuchung basiert in einem ersten Arbeitsschritt auf einer Markt- und Standortanalyse, die im Wesentlichen folgende Aspekte beleuchtet:

- Einwohnerzahlen und einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Einzugsgebiet.
- Attraktivität der untersuchungsrelevanten Einkaufsziele im Untersuchungsgebiet, ausgedrückt durch das Verkaufsflächenangebot, die Angebotsstruktur, den Marktauftritt und die Erreichbarkeit.
- Bereitschaft der Konsumenten zur „Raumüberwindung“ beim Einkauf bestimmter Warengruppen.²

Im zweiten Arbeitsschritt erfolgt eine Bewertung des Vorhabens in Bezug auf die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen. Den Bezugsmaßstab dieser Prüfung bildet § 11 Abs. 3 BauNVO.

Im Hinblick auf die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen ist der zu erwartende Planumsatz als maßgebliche Bewertungsgröße heranzuziehen, der Auslöser für Veränderungen von Kaufkraftströmen und in deren Folge für Auswirkungen auf bestehende Angebotsstrukturen sein kann.

² Während beispielsweise bei Artikeln des täglichen Bedarfes (v. a. Lebensmittel und Drogeriewaren) das Kriterium der räumlichen Nähe des Einkaufszieles gegenüber dem Kriterium der Attraktivität relativ wichtiger ist, dominiert bei Artikeln des mittel- und längerfristigen Bedarfes (u. a. Sportartikel oder Bekleidung / Schuhe) das Kriterium der (vermuteten) Attraktivität.

Die Ermittlung der derzeitigen und der durch das Planvorhaben beeinflussten zukünftigen Kaufkraftbewegungen und damit der von Einzelhandelsvorhaben ausgehenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen, werden auf Basis dieser Annahmen und in Anlehnung an eine wissenschaftliche Arbeit von Huff ("Defining and Estimating a Trading Area"³) für die jeweiligen projektrelevanten Warengruppen bzw. Betriebstypen die maximalen Umsatzleistungen prognostiziert.

Dabei werden folgende Faktoren berücksichtigt:

- Zeitdistanzen zwischen den Wohnortstandorten im Einzugsbereich und den projektrelevanten Einzelhandelsstandorten.
- Einwohnerzahlen im Untersuchungsgebiet.
- Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau der Kommunen im Untersuchungsgebiet.
- Attraktivität der überörtlich relevanten Einkaufsziele im Untersuchungsgebiet, ausgedrückt durch das Verkaufsflächenangebot, die Angebotsstruktur und die Erreichbarkeit.
- Bereitschaft der Konsumenten zur „Raumüberwindung“ beim Einkauf bestimmter Warengruppen: Während beispielsweise bei Artikeln des täglichen Bedarfs (v. a. Lebensmittel, Getränke) das Kriterium der räumlichen Nähe des Einkaufszieles gegenüber dem Kriterium der Attraktivität relativ wichtiger ist, dominiert bei Artikeln des längerfristigen oder gehobenen Bedarfs (z. B. Oberbekleidung, Schuhe, Elektrogeräte, Möbel) das Kriterium der (vermuteten) Attraktivität.

Die Modellberechnung ermittelt für jeden der betrachteten Wohnortbereiche im Untersuchungsgebiet die Wahrscheinlichkeit, mit der ein Konsument die relevanten Einkaufsziele in seiner Umgebung aufsucht bzw. welche Verteilung seines „Budgets“ für die betrachteten Sortimente auf die verschiedenen Einkaufsorte zu erwarten ist. Je nach Entfernung der potenziellen Einkaufsorte zu seiner Wohnung und in Abhängigkeit von deren Attraktivität, wird er möglicherweise an nur einem Standort einen Großteil seines Budgets ausgeben oder aber es auf mehrere Standorte aufteilen. Werden die einem Einkaufsort aus allen Wohnortbereichen potenziell zufließenden Budgetanteile zusammengezählt, ergibt sich der insgesamt dort zu erwartende Umsatz.

In einem zweiten Schritt wird der in der dargestellten Weise modellhaft abgebildeten Realität die Situation nach Veränderung der Angebotsstruktur durch Realisierung des Planvorhabens gegenübergestellt. Die sonstigen Rahmenbedingungen werden als unverändert betrachtet, um den Effekt der Wettbewerbsbeeinflussung durch das Planvorhaben isoliert bewerten zu können. Selbstverständlich muss in der Realität im Lauf der Zeit auch mit Reaktionen der Marktteilnehmer und mit Änderungen sonstiger Rahmenbedingungen (Einwohnerzahlen, Kaufkraftniveau, Konsumentenverhalten, Bereitschaft zur Raumüberwindung etc.) gerechnet werden.

Bei Gegenüberstellung der Situation vor und nach Realisierung des Planvorhabens ergibt sich für jede Relation zwischen Wohnortbereichen (Kaufkrafttherkunft) und Einkaufszielen (Kaufkraftbindung) eine Aussage zu möglichen Veränderungen. Je stärker ein neuer Wettbewerber Kaufkraft auf sich ziehen kann, die zuvor bestehenden Einkaufszielen zugeflossen ist, desto stärker sind Letztere absolut und relativ von der „Umverteilung“ betroffen.

Das eingesetzte Prognosemodell wurde bereits in zahlreichen Praxissituationen erprobt und verfeinert, so dass es auch in diesem Fall zur Abschätzung der Auswirkungen von Einzelhandel auf die Kaufkraftbindung und die Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet geeignet erscheint.

³ In: Journal of Marketing, Vol. 28 (1964), No. 3, S. 34 - 38

2. Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel

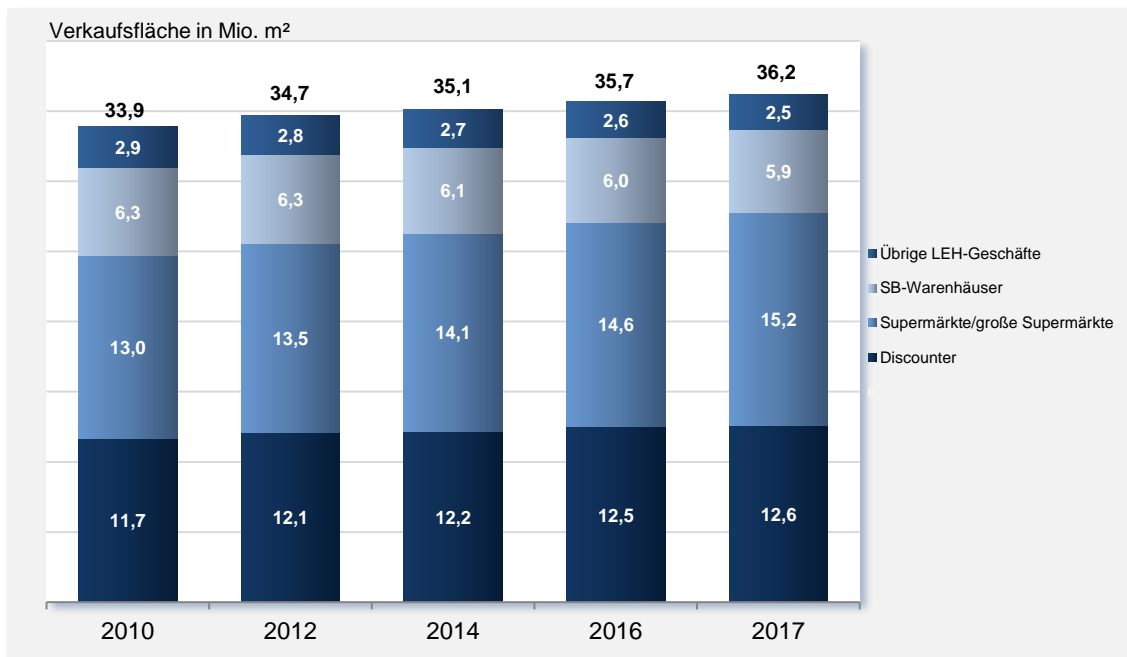
2.1. Entwicklungstrends

Die Zahl der Einwohner in Deutschland wird abnehmen, die Menschen werden immer älter werden und in immer kleineren Haushalten leben. Zudem zieht es eine immer größere Zahl an Menschen in die urbanen Räume. Damit verbunden ist ein geändertes Mobilitätsverhalten, da für die urbane Bevölkerung das motorisierte Individualverkehrsmittel an Bedeutung verliert. Aus den demografischen Rahmenbedingungen und der zunehmenden Digitalisierung ergeben sich geänderte Anforderungen, nicht zuletzt auch an den Lebensmitteleinzelhandel.

Die Trends im Lebensmitteleinzelhandel führen daher u. a. zu mehr Convenience-Produkten, zu einer zunehmenden Kombination von Gastronomie und Handel, zu mehr Services wie Kartenzahlung und Lieferdienst. Im Wettbewerb um die Verbraucher werden auch die Trendthemen Regionalität, artgerechte Tierhaltung, vegane/vegetarische Ernährung, Vermeidung von Verpackungen, aber auch Eventmarketing, gastronomische Angebote oder soziales Engagement zunehmend aufgegriffen.

Dabei steigt das nahversorgungsbezogene Ausgabenbudget der Deutschen seit Jahren an. Von den jährlichen Einzelhandelsausgaben in Deutschland von ca. 523,7 Mrd. € entfallen aktuell ca. 43 % auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren (ca. 226,3 Mrd. €).⁴

Abbildung 1: Entwicklung der Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland



Quelle: EHI Handelsdaten aktuell 2018, BBE-Darstellung 2019

⁴ Vgl. IfH-Brancheninformationssystem, Marktvolumen 2017, BBE-Berechnungen 2018

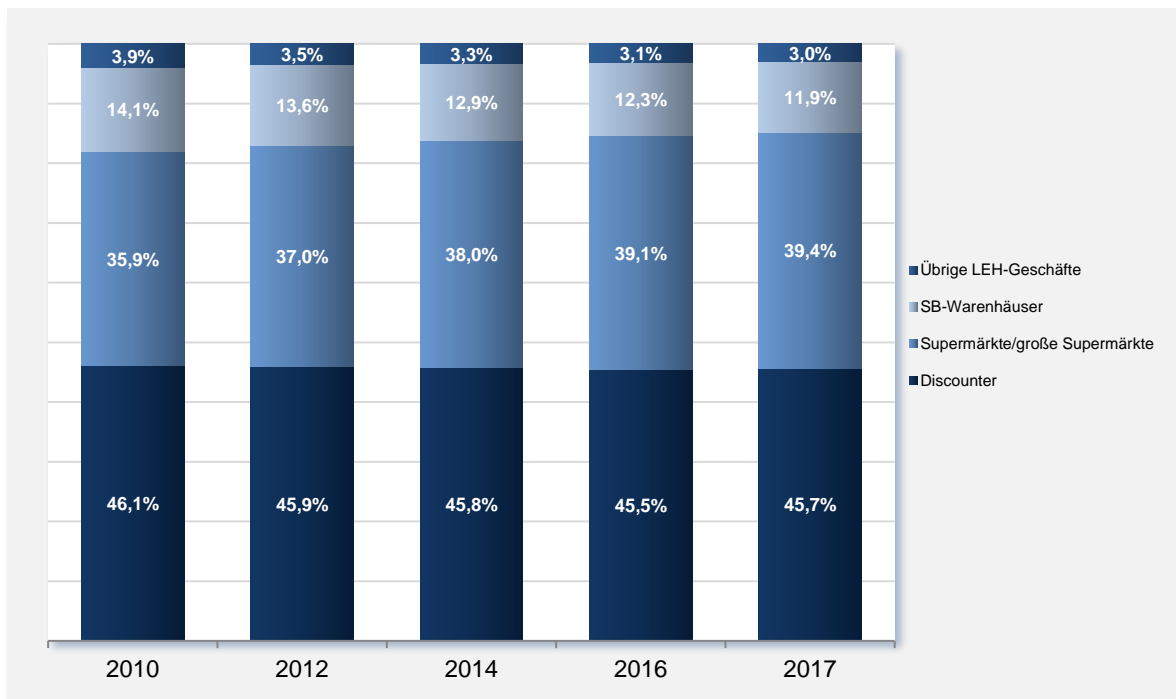
Auf der Angebotsseite hat der Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland ebenfalls ein Flächenwachstum zu verzeichnen. Wie die Abbildung 1 illustriert, hat die Verkaufsfläche des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland (ohne Spezialgeschäfte und nicht-organisierte Betriebe) von ca. 33,9 Mio. m² im Jahr 2010 auf ca. 36,2 Mio. m² im Jahr 2017 zugelegt. Im statistischen Mittel steht jedem Bundesbürger somit eine Verkaufsfläche von ca. 0,44 m² zur Verfügung.

Besonders vom Flächenwachstum profitiert haben die Supermärkte (Supermärkte bis 2.500 m² Verkaufsfläche + 17 %, große Supermärkte + 15 %), während die SB-Warenhäuser (- 6 %) und insbesondere die sonstigen, überwiegend kleinteiligen Betriebsformen (- 14 %) Verkaufsflächen verloren haben.

2.2. Distributionsstrukturen

Der Lebensmitteleinzelhandel wird wesentlich durch die Betriebstypen des Supermarktes und Lebensmitteldiscountmarktes geprägt. Der Marktanteil der SB-Warenhäuser ist seit vielen Jahren – trotz Umstrukturierungen (u. a. mehr Lebensmittel, weniger Nonfood-Artikel) und Schaffung zusätzlicher Serviceangebote (u. a. Selbstbedienungskassen, Abholstationen für online bestellte Waren) – rückläufig. Auch das Aussterben der kleinen Lebensmittelgeschäfte mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche ist nicht aufzuhalten, wenngleich vor allem in Hochfrequenzlagen kleinformatige Convenience-Geschäfte entstehen, die jedoch im Regelfall nicht für den Versorgungseinkauf aufgesucht werden.

Abbildung 2: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel in Deutschland



Quelle: EHI Handelsdaten aktuell 2018, BBE-Darstellung 2019

So stehen in Deutschland ca. 16.162 Discounter mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von ca. 780 m² den 12.049 Supermärkten mit durchschnittlich ca. 1.250 m² Verkaufsfläche gegenüber.⁵

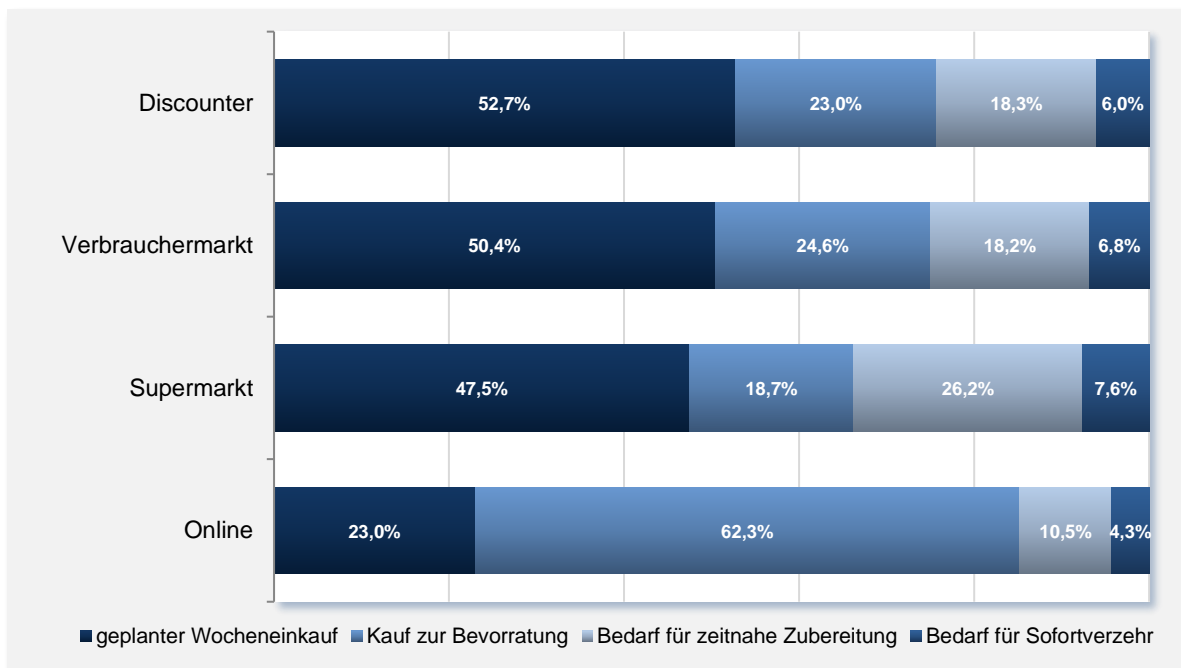
Die durchschnittliche Artikelzahl liegt bei den Discountern bei ca. 2.295 und bei Supermärkten bei 11.830, während große Supermärkte durchschnittlich 25.005 Artikel und SB-Warenhaus 48.870 Artikel

⁵ Vgl. EHI, Handelsdaten aktuell 2018, Stand: 2017 (inkl. große Supermärkte mit mehr als 2.500 m² VKF)

anbieten.⁶ Der Convenience-Store „Rewe to Go“ weist auf 100 – 300 m² Verkaufsfläche ein Angebot von ca. 1.000 - 1.400 Artikeln mit Schwerpunkt bei verzehrfertigen Produkten, Getränken und einem begrenzten Sortiment an gängigen Waren des täglichen Bedarfs auf. Dieses Angebotskonzept wird ausschließlich in Hochfrequenzlagen wie großstädtischen Fußgängerzonen, Bahnhöfen, Flughäfen und Tankstellen umgesetzt.

Discountmärkte und größere Verbrauchermärkte werden von rd. drei Vierteln der Kunden für den regelmäßigen Versorgungseinkauf (Wocheneinkauf/ Bevorratung) aufgesucht. Auch der Supermarkt dient der Grundversorgung, gleichzeitig ist der Anteil der „spontanen Kaufanlässe“ (zeitnahe Zubereitung/ Sofortverzehr) mit rd. einem Drittel für diese Betriebsform deutlich höher. Demgemäß ist es den Supermarktbetreibern in den letzten Jahren gelungen, die Marktanteile auszubauen.

Abbildung 3: Einkaufsanlässe nach Betriebstypen



Quelle: BBE-Darstellung auf Basis HDE/IFH Handelsreport Lebensmittel 2018 (bevölkerungsrepräsentative Befragung 2018, 719 ≤ n ≤ 1.176)

Die Verbraucher präferieren bei Lebensmitteln das „One-Stop-Shopping“ an einem Standort mit einem oder mehreren Lebensmittelmärkten. Das steht jedoch nicht im Widerspruch zu einer abnehmenden Kundentreue, da der mobile Kunde nicht nur in seinem Wohnumfeld, sondern auch am Arbeitsplatz oder auf dem Weg zwischen Wohn- und Arbeitsplatz bzw. in Verbindung mit anderen Erledigungen Lebensmittel/ Drogeriewaren einkauft. Andererseits sind die Kunden nicht nur auf eine Betriebsform fokussiert. So werden neben den Lebensmittelmärkten auch regelmäßig andere Anbieter wie Fachhandel, Wochenmarkt/ Hof-Verkauf, Online-Handel oder Convenience-Handel aufgesucht, ohne dass sich feste Einkaufshäufigkeiten ergeben. Die Verbraucher wechseln anlassbezogen.

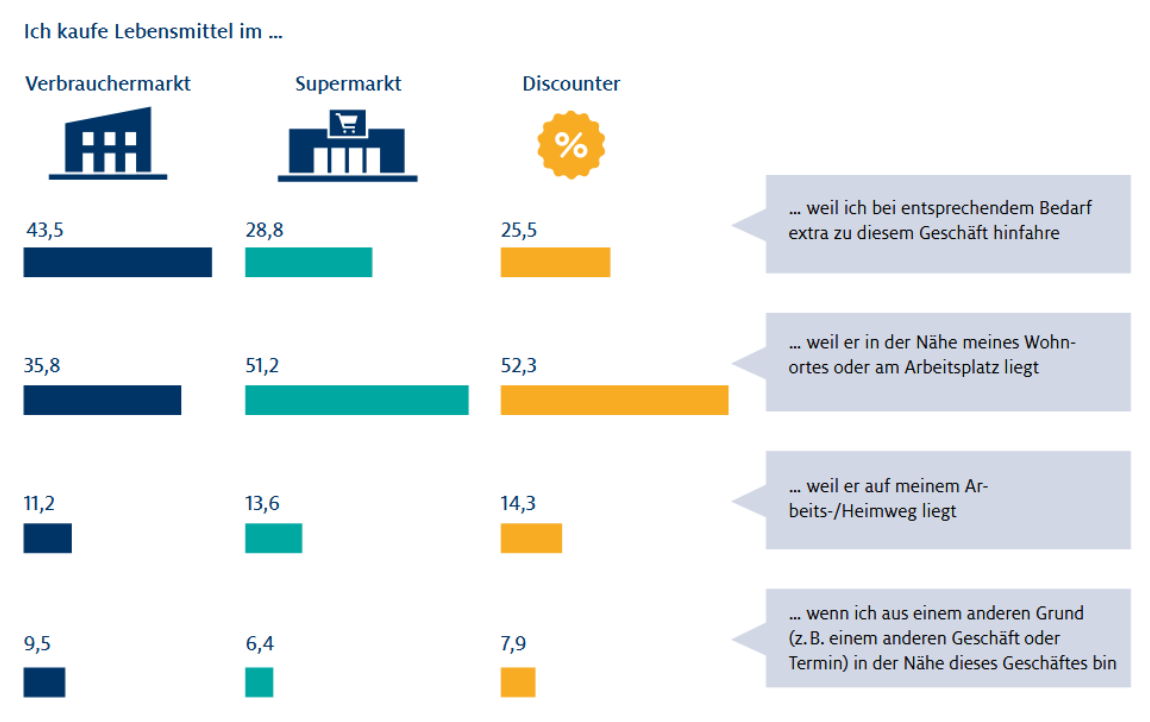
Vor diesem Hintergrund haben die Supermärkte und die Discounter kontinuierlich ihr Angebot und ihr Erscheinungsbild geändert. Das Sortiment ist breiter und tiefer geworden; vor allem das Angebot frischer Waren wurde deutlich ausgebaut. Damit geht ein anhaltend steigender Verkaufsflächenbedarf einher.

⁶ Ebenda, Stand: 2016

Um die notwendige Kompetenz hinsichtlich Sortiment und Service zu vermitteln, verfügen die Discounter der neuesten Generation in der Regel über mindestens 1.200 m² Verkaufsfläche, bei Supermärkten sind heute 1.500 - 3.000 m² Verkaufsfläche üblich.

Die Neuaufstellung der Lebensmittelmärkte hat nicht nur zu einem größeren Flächenbedarf geführt, sondern auch zu einer Diversifizierung des Sortiments. Die Supermärkte setzen verstärkt auf Bio, Regionalität und Gesundheit, während die Discounter insbesondere ihr Frische- und Markenangebot ausgebaut haben. Das Trading-up hat sich in Form wachsender Marktanteile und der Rückgewinnung jüngerer Konsumenten niedergeschlagen.

Abbildung 4: Gründe für die Wahl des Betriebstyps



Quelle: HDE/IFH Handelsreport Lebensmittel 2018 (bevölkerungsrepräsentative Befragung, 719 ≤ n ≤ 1.176)

Der Markenkern der Supermärkte ist das umfassende Lebensmittelangebot mit Spezialitäten und unterschiedlichen Angebotsniveaus in Verbindung mit Aufenthaltsqualität und Serviceangeboten. Das „Trading-up“ im Lebensmitteleinzelhandel hat dazu geführt, dass die Verbraucher auch im Discountmarkt eine ansprechende Aufenthaltsqualität und ausreichende Auswahl z. B. an Bio-, Frische- und Markenwaren erwarten. Für die Discountmärkte steht dabei nach wie vor der Preis im Mittelpunkt der Vermarktungsstrategie, sodass z. B. mit dem Ausbau des Angebotes von Markenartikeln auch der Preis als Profilierung dient. Die Preiswürdigkeit lässt sich besonders gut mit Produkten dokumentieren, die der Kunde als Markenprodukt schon aus dem Supermarkt kennt.

Die positive Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel geht mit einem Bedeutungszuwachs des Faktors Wohnortnähe einher. Im Durchschnitt können die deutschen Verbraucher innerhalb von fünf Fahrminuten bereits 5 - 6 Geschäfte erreichen. Angesichts der demografischen Rahmenbedingungen wird der Aspekt der Nähe zum Kunden bei der Standortwahl in den nächsten Jahren weiter an Bedeutung gewinnen.⁷

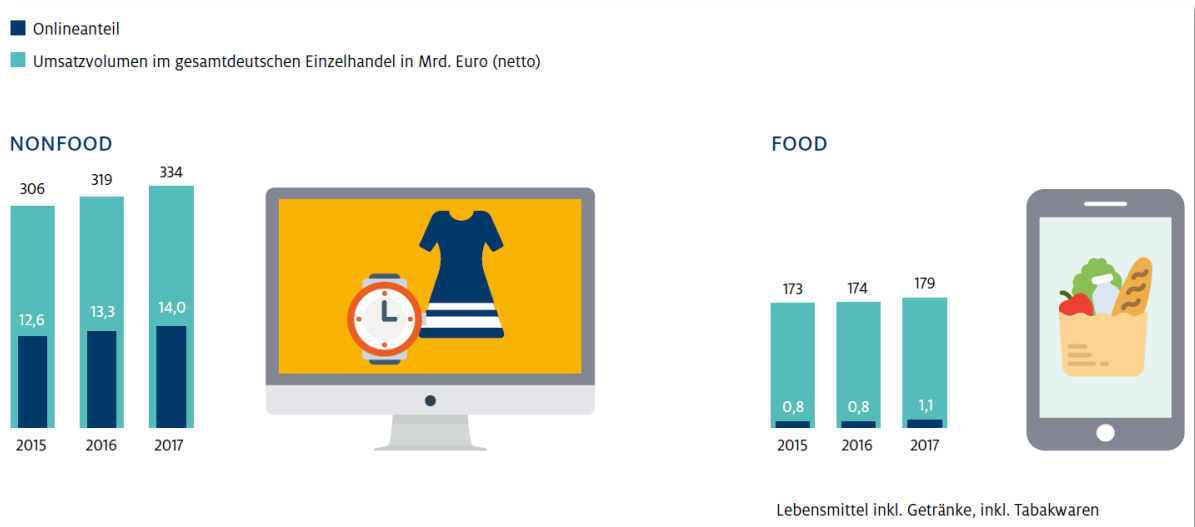
⁷ Vgl. Habona-Report 2018, Seite 41

2.3. Online-Einzelhandel mit Lebensmitteln

Im Gegensatz zu der Onlineentwicklung im Nonfood-Handel weist der Lebensmittelbereich immer noch nur geringe Steigerungsraten auf. Aktuell liegt der Onlineanteil mit Nahrungs- und Genussmitteln bei ca. 1,1 % des Umsatzes. Hintergrund ist, dass bislang kein wirtschaftlich tragfähiges Konzept für den Onlinehandel mit Lebensmitteln existiert. Erprobt werden gleichermaßen die Lieferung an die Haustür der Kunden, Click & Collect oder Zustellung an verkehrsgünstig gelegene Abholstationen. Die Zustellung von Lebensmitteln ist jedoch zeit- und kostenaufwendig, sodass auch für die nahe Zukunft nicht mit einem Durchbruch des Onlinehandels mit Lebensmitteln gerechnet wird.

Aktuell beschränkt sich das Onlineangebot hauptsächlich auf „haltbare Lebensmittel“; so werden z. B. relativ hohe Marktanteile von ca. 5,6 % bei Wein/ Sekt erzielt. Mit einem Umsatzanteil von rd. 46 % an den Online-Umsätzen von 59 Mrd. € mit Lebensmitteln ist Amazon aktuell mit deutlichem Abstand Marktführer.⁸ Der wöchentliche Umsatz des (stationären) Lebensmitteleinzelhandels ist – abgesehen von Spitzenwerten vor Weihnachten, Ostern und Pfingsten – im Jahresverlauf relativ konstant und liegt bei ca. 2,67 Mrd. €. ⁹ Der Lebensmitteleinzelhandel ist damit wichtiger Bestandteil der regelmäßigen Grundversorgung der Bevölkerung. Eine differenzierte und gut erreichbare Nahversorgung ist wesentlicher Bestandteil von Lebens- und Wohnqualität. Dabei messen die Verbraucher auch der Angebotsvielfalt eine hohe Bedeutung bei. Im Ergebnis setzt der stationäre Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland hinsichtlich Preis, Verfügbarkeit und Erreichbarkeit für den Onlinehandel sehr hohe Rentabilitätsschwellen.

Abbildung 5: Umsatzanteil des online-Handels im Einzelhandel: Food/ Nonfood



Quelle: HDE/ IFH Online-Monitor Lebensmittel 2018 (Onlineanteil in %)

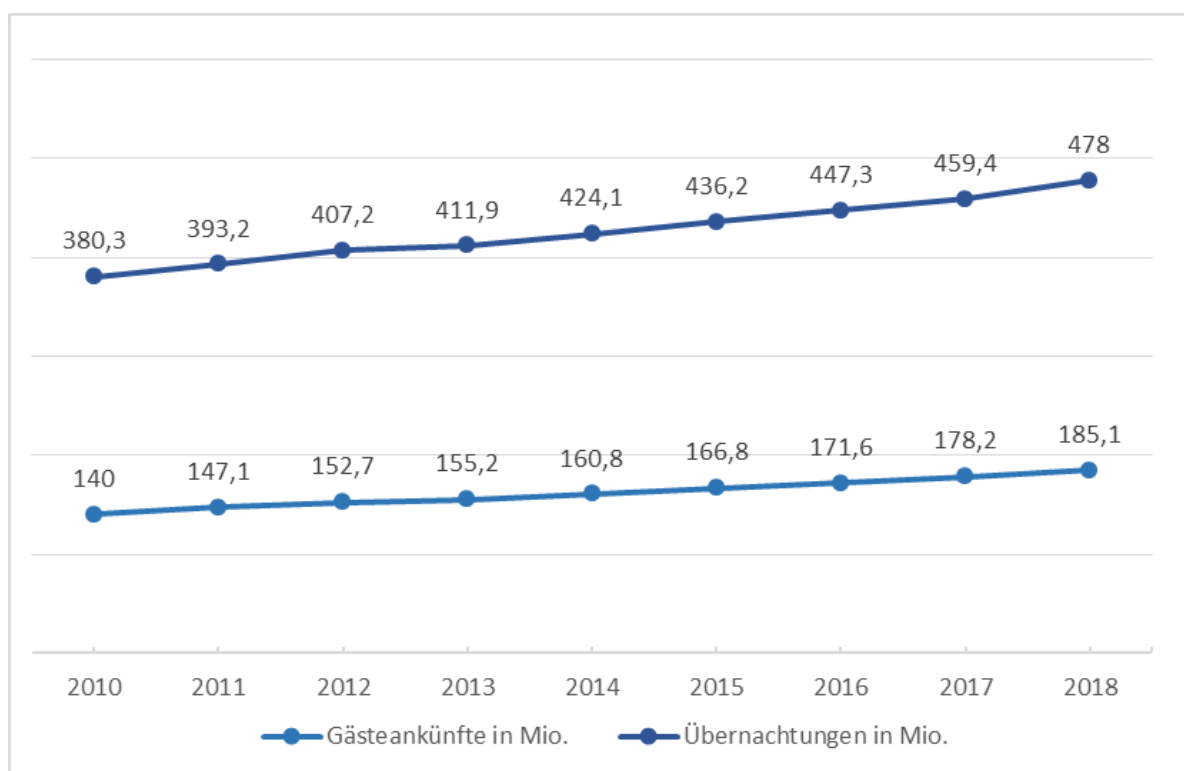
⁸ Vgl. HDE/ IFH Handelsreport Lebensmittel 2018

⁹ Vgl. Nielsen, Wöchentlicher LEH-Umsatz 2018, KW 43/2017 – 42/2018

3. Entwicklung Tourismus in Deutschland, Mecklenburg-Vorpommern und Nienhagen

Der internationale Tourismus konnte im vergangenen Jahr einen Zuwachs knapp 5% verzeichnen – trotz Terror, Krisen sowie schwieriger politischer Lagen in einigen Urlaubszielen. Von diesen Entwicklungen hat auch der deutsche Tourismus profitiert. Wie das Statistische Bundesamt nach vorläufigen Ergebnissen mitteilt, stieg die Zahl der der Übernachtungen um rd. 3,7% gegenüber dem Vorjahr (2018) auf rd. 495,6 Mio. Damit stiegen die Übernachtungszahlen auf einen neuen Rekordwert. Somit setzt sich der positive Trend der letzten Jahre weiter fort. Seit 2010 können Hotels und andere Übernachtungsstätten durchgehend mit einem Anstieg der Übernachtungen und Gästeankünfte rechnen (siehe Abbildung 6).

Abbildung 6: Entwicklung der Gästeankünfte und Übernachtungen in Deutschland



Quelle: Statistisches Bundesamt Wiesbaden, 2019; Deutscher Tourismusverband e.V.

Deutschland beliebtestes Reiseziel der Deutschen

Wie sehr der Tourismusstandort Deutschland an Attraktivität gewonnen hat, zeigt der Zehnjahresvergleich: Seit 2009 ist die Zahl der Gästeübernachtungen um mehr als ein Drittel (rd. 34%) gestiegen.

Das beliebteste Reiseland der Deutschen war im vergangenen Jahr das eigene Land. Rd. ein Drittel der Reisen wurden innerhalb der Landesgrenzen vorgenommen. Bei den Kurzreisen waren es sogar rd. 75%. Die Reisefreudigkeit spiegelt sich auch in einer Studie der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR) wider. Die Urlaubslust liegt seit vier Jahren stabil bei 56%, gleichzeitig stehen den Befragten für die Urlaubsplanung genügend zeitliche und finanzielle Mittel zur Verfügung. 24% der Befragten möchten dieses Jahr mehr reisen, 13% dagegen weniger. 29% möchten mehr Geld für

Reisen ausgeben, 14% weniger.¹⁰ Eine stabile Nachfrage für das Jahr 2020 ist somit gewährleistet. Gleichzeitig ist den Deutschen nachhaltiger Tourismus wichtig. Für rd. 57% soll der Urlaub ökologisch und sozialverträglich sein. Bei der Art der Unterkunft auf Inlandsreisen stehen Hotels mit 47% an der Spitze, Ferienwohnungen oder -häuser nutzen 22%. Zu den beliebtesten Urlaubsaktivitäten bei Reisen im Inland zählen der Besuch von kulturellen/historischen Sehenswürdigkeiten, Aufenthalt in der Natur sowie Spaziergehen.¹¹

Mecklenburg-Vorpommern nimmt den Spitzenplatz bei Reisezielen in Deutschland ein

Der Tourismus des Landes Mecklenburg-Vorpommern blickt auch im Jahr 2019 auf eine erfolgreiche Saison zurück. Mit rd. 34 Mio. Übernachtungen wurde das bislang höchste Ergebnis erreicht. Dabei stieg die Anzahl der Gästeankünfte im Vergleich zu 2018 um rd. 6% und die Anzahl der Übernachtungen um rd. 10,2%.¹²

Abbildung 7: Entwicklung der Gästeübernachtungen in Mecklenburg-Vorpommern



Quelle: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern: Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern 2019, vorläufige Ergebnisse

Innerhalb Deutschlands nimmt das Bundesland Mecklenburg-Vorpommern den Spitzenplatz der beliebtesten Reiseziele ein. Das Bundesland kann auf eine lange Tradition als Reise- und Erholungsgebiet zurückblicken. So wurde das erste deutsche Seebad, Heiligendamm, bereits 1793 gegründet. Mit

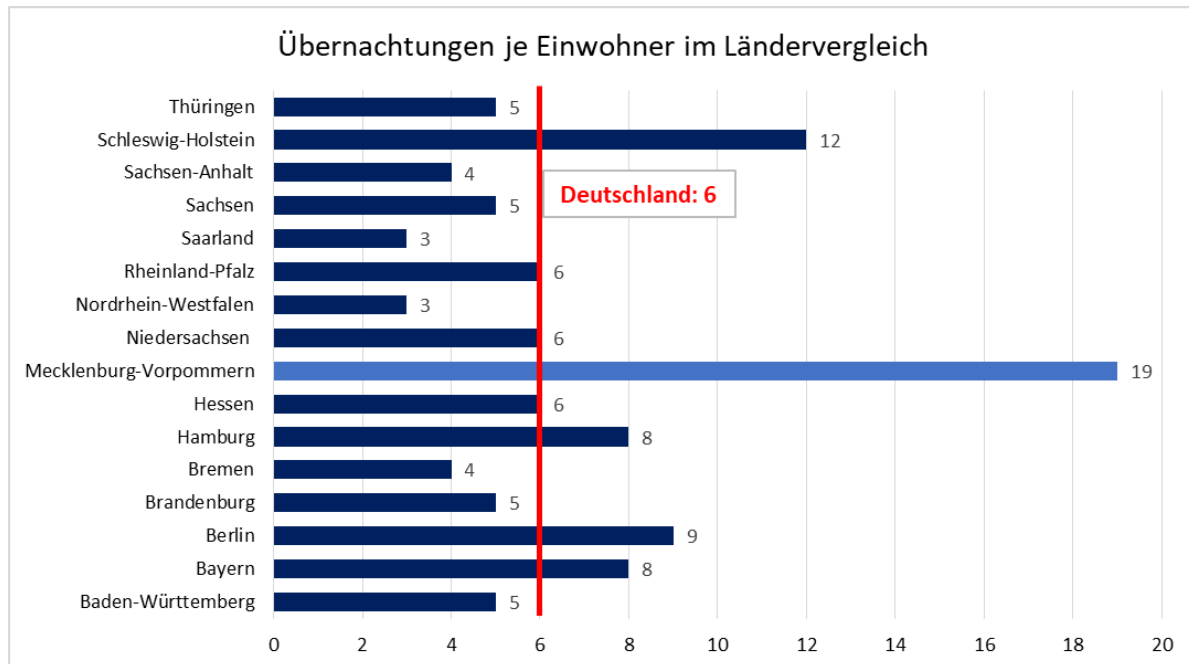
¹⁰ vgl. Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR) – Urlaubsreisetrends 2019

¹¹ vgl. Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR) – Urlaubsreisetrends 2019

¹² vgl. Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern: Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern 2019

einem Anteil von 19,8% aller angetretenen Reisen im Jahr 2018 liegt es knapp vor dem Freistaat Bayern (17,4%) sowie vor Schleswig-Holstein (15,8%) und Niedersachsen (13,4%).¹³ Unter den Ländern der Bundesrepublik Deutschland wies Mecklenburg-Vorpommern mit 19 Übernachtungen je Einwohner die höchste Tourismusintensität vor Schleswig-Holstein (12 Übernachtungen) und Berlin (9 Übernachtungen) auf. Der Bundesdurchschnitt lag bei 6 Übernachtungen je Einwohner.

Abbildung 8: Übernachtungen je Einwohner im Ländervergleich



Quelle: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern: Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern 2019

Auch bei ausländischen Urlaubern wird das Bundesland immer beliebter, so lag die Zahl der Übernachtungen aus dem Ausland im Jahr 2019 bei rd. 1,05 Mio. Allen voran die Urlaubsregionen Vorpommern und die Mecklenburgische Ostseeküste, an der sich auch das Ostseebad Nienhagen befindet, konnten einen starken Anstieg verzeichnen.¹⁴

Angesichts der stetig wachsenden Sensibilisierung der deutschen Bevölkerung im Hinblick auf ökologische und sozialverträgliche Reisen, wird Urlaub in Deutschland und damit auch in Mecklenburg-Vorpommern zukünftig immer mehr an Bedeutung gewinnen. Dieser Trend zeichnet sich auch durch die konstant wachsende Anzahl von Übernachtungsgästen im Ostseebad Nienhagen ab.

Ostseebad Nienhagen mit starkem Wachstum im Fremdenverkehr

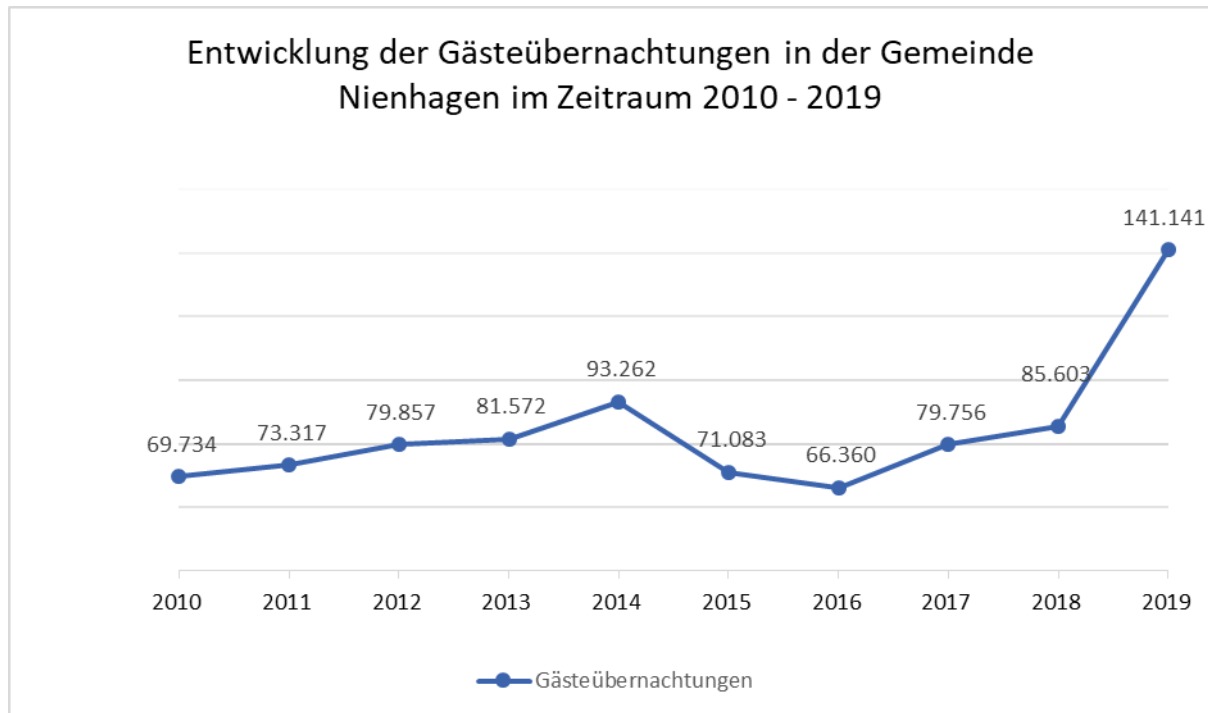
Die Mecklenburgische Ostseeküste zählt mit zu den stärksten Urlaubsregionen in Mecklenburg-Vorpommern. Das staatlich anerkannte Seebad Nienhagen liegt direkt an der Ostseeküste zwischen Warnemünde und Heiligendamm. Durch die attraktive Natur und einer breiten Auswahl an Freizeitmöglichkeiten in der Umgebung lockt das Ostseebad jährlich eine Vielzahl von Touristen an. Dabei spielt insbesondere an den Wochenenden auch der Tagestourismus aus dem Großraum Rostock, aber auch der Bundeshauptstadt Berlin eine tragende Rolle.

¹³ vgl. Deutscher Tourismusverband DTV – Zahlen – Daten – Fakten 2018

¹⁴ vgl. Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern: Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern 2019

Die Zahl der Gästeübernachtungen hat sich im Zeitraum zwischen 2010 und 2019 mehr als verdoppelt und unterstreicht damit eindrucksvoll die rasant wachsende Bedeutung des Ostseebades als beliebte Urlaubsdestination. Demnach konnte das Seebad im vergangenen Jahr 2019 rd. 141.000 Gästeübernachtungen verzeichnen. Dabei weist insbesondere die Entwicklung zum Vorjahr 2018 eine besonders hohe Dynamik auf.¹⁵

Abbildung 9: Entwicklung der Gästeübernachtungen im Ostseebad Nienhagen



Quelle: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern: Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern 2019; Kurverwaltung Nienhagen 2020

Die Kurverwaltung des Ostseebades Nienhagen führt zudem eine eigene Statistik, in der auch private Einrichtungen mit weniger als 10 Betten berücksichtigt sind. Demnach lag die Zahl der Übernachtungsgäste in den Beherbergungsbetrieben mit weniger als 10 Betten im Jahr 2019 bei knapp 50.000 Personen (49.322).

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Übernachtungsgäste im Ostseebad Nienhagen lag im Jahr 2019 - lt. Kurverwaltung Ostseebad Nienhagen - bei rd. 5,9 Tagen und damit deutlich höher als an der gesamten Ostseeküste Mecklenburg (4,4 Tagen).

¹⁵ vgl. Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern: Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern 2019; Kurverwaltung Nienhagen 2020

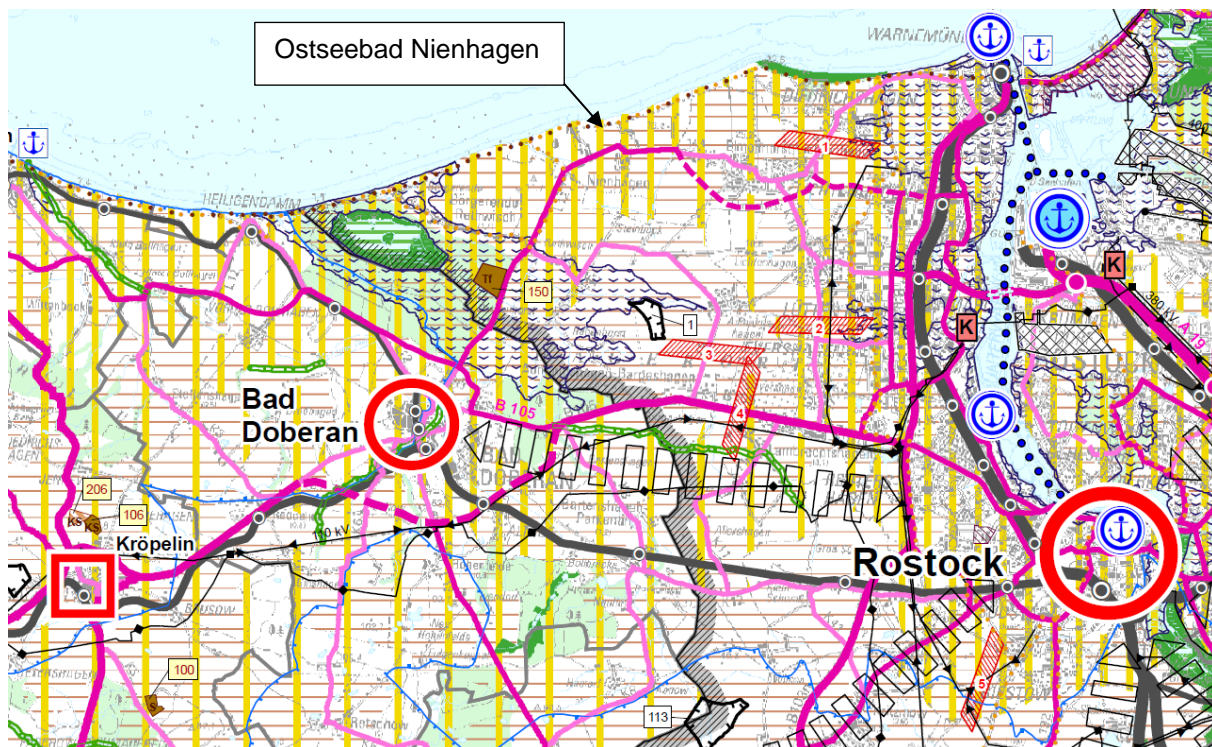
4. Makrostandort Ostseebad Nienhagen

Im Folgenden werden einzelhandelsrelevante Rahmendaten dargestellt, die zur Beurteilung des Vorhabens notwendig sind. Dazu zählen soziodemografische sowie nachfrage- und angebotsseitige Strukturdaten der Gemeinde Nienhagen.

Lage und Siedlungsstruktur

Das staatlich anerkannte Ostseebad Nienhagen befindet sich im Bundesland Mecklenburg-Vorpommern unmittelbar an der Mecklenburgischen Ostseeküste. Die Entfernung zum nächstgelegenen Mittelzentrum Bad Doberan beträgt knapp 9 km und die Innenstadt/Altstadt des Oberzentrum Rostock ist rd. 17 km entfernt. Die Gemeinde verfügt lt. Regionalem Raumentwicklungsprogramm Mittleres Mecklenburg/Rostock (2011) über keine zentralörtliche Einstufung, ist jedoch integraler Bestandteil des Stadt-Umland-Raum Rostock (SUR). Darüber hinaus ist das Ostseebad im Regionalen Raumentwicklungsprogramm als Tourismusschwerpunkt ausgewiesen.

Abbildung 10: Lage im Raum und zentralörtliche Einstufung



Quelle: Regionales Raumentwicklungsprogramm Mittleres Mecklenburg/Rostock, 2011; bearbeitet durch die BBE Handelsberatung GmbH

Im Jahre 1990 bestand das Ostseebad Nienhagen lediglich aus den Bereichen Strandstraße, Doberaner Straße, Schulweg sowie Neurethwischer Weg. Mit der nach der Wende beginnenden Suburbanisierung setzte in den 1990er Jahren eine neue Entwicklung ein, die durch rasche Planung und Realisierung neuer Baugebiete zu erheblichen Erweiterungen der Gemeinde führte. Durch den umfangreichen Wohnungs- und Ferienwohnungsbau sowie das Entstehen von weiteren Hotels, Pensionen und Ferienparks veränderte sich das bis dahin erhaltene dörflich geprägte Erscheinungsbild grundlegend. Heute stellt sich die Gemeinde in einer nicht zusammenhängenden Gesamtstruktur aus mehreren Baugebieten dar. Ein klassisches Ortszentrum existiert derzeit nicht.¹⁶

¹⁶ vgl. Gemeindeentwicklungskonzeption Ostseebad Nienhagen - 2017

Die kommunale Gemeindeentwicklungskonzeption vom November 2017 sieht daher vor, den Bereich südlich der Doberaner Straße mit Wohnungsbau weiter zu entwickeln und im Umfeld des geplanten Lebensmittelmarktes eine neue Ortsmitte zu schaffen. Ziel ist es, die zergliederten Siedlungsstrukturen nördlich und südlich der Doberaner Straße räumlich-funktional miteinander zu verbinden und somit ein räumliches Ortszentrum zu kreieren (siehe Abbildung 11).

Abbildung 11: Städtebauliches Entwicklungskonzept Ostseebad Nienhagen



Quelle: Gemeindeentwicklungskonzeption Ostseebad Nienhagen, bearbeitet durch die BBE Handelsberatung GmbH

In diesem Zusammenhang hat die Gemeinde eine Konzeptstudie zum Städtebaulichen Entwicklungskonzept Doberaner Straße Süd erarbeitet, die in Verbindung mit der kommunalen Gemeindeentwicklungskonzeption folgende Schwerpunkte beinhaltet:

- Fortsetzung der Wohnbebauung südlich der Doberaner Straße sowie in östlicher Richtung mit dem Ziel der Schaffung eines geschlossenen Siedlungszusammenhanges. Damit kommt es zu einer partiellen Verschiebung des Mittelpunktes der örtlichen Wohnbebauung in Richtung Süden.
- Am Nordrand dieser Fläche entsteht somit tendenziell ein Entwicklungspotenzial für die Ansiedlung von Versorgungseinrichtungen (Lebensmittelmarkt).
- Zudem soll die touristische Entwicklung auf einer Fläche östlich des Ferienresorts Seepferdchen fortgesetzt werden, wobei der Küstenschutzwald auf voller Breite erhalten bleibt.
- Im Bereich zwischen Kliffstraße und dem Teilbereich Schulweg ist die Anlage einer naturnahen Parkanlage vorgesehen.

Bevölkerungsdaten

Im Ostseebad Nienhagen leben derzeit 1.968 Personen (30.06.2019). Die Bevölkerungsentwicklung verlief seit dem Jahr 2012 mit einem Bevölkerungsanstieg von rd. 6,3 % insgesamt positiv, weist jedoch unter den Jahren auch leichte Schwankungen auf. Damit bewegt sich die Bevölkerungsentwicklung im Ostseebad auf gleichem Niveau wie die Gemeinden im Stadt-Umland-Raum Rostock (SUR).

Eine offizielle Bevölkerungsprognose von Seiten des Statistischen Landesamtes Mecklenburg-Vorpommern für das Ostseebad liegt aufgrund der geringen Einwohnergröße nicht vor, jedoch findet sich in der kommunalen Gemeindeentwicklungskonzeption für das Ostseebad Nienhagen vom November 2017 folgende Aussage: *“Die Gemeindeentwicklung soll sich von dem erheblichen extensiven Einwohnerwachstum der letzten 20 Jahre hin zu einem verstärkt ausgewogenem Wachstum verändern. Die Einwohnerzahl der Gemeinde, die von ca. 700 Ende 1994 auf 2.047 im Februar 2016 sprunghaft gewachsen war, soll in den kommenden 20 Jahren nur noch moderat auf 2.300 bis 2.400 ansteigen“* (Gemeinde Nienhagen: Gemeindeentwicklungskonzeption 2017, S. 42).

Lt. Bevölkerungsprognose des Planungsverbundes Region Rostock für den Stadt-Umland-Raum Rostock (Dezember 2016) wird, auf Grundlage eines regional-realistischen Szenarios, bis zum Jahr 2030 ein Bevölkerungswachstum für die Gemeinden des SUR von rd. 7,5 % ausgewiesen. Vor dem Hintergrund einer vergleichbaren Bevölkerungsentwicklung in den zurückliegenden Jahren, gehen die Gutachter für das Ostseebad Nienhagen von einer vergleichbaren Entwicklung in einer Größenordnung von rd. 6 bis 7% aus.

Tabelle 1: Bevölkerung und Bevölkerungsentwicklung

Gebietseinheit	Einwohner gesamt 2019	Bevölkerungsentwicklung 2012-2019	Bevölkerungsprognose 2030
Gemeinde Ostseebad Nienhagen	1.968	+ 6,3 %	+ 6 bis 7 %
Gemeinden im SUR (ohne Rostock)	44.535	+ 6,3 %	+ 7,5 %

Quelle: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern Stand: 30.06.2019; Planungsverband Region Rostock: Bevölkerungsprognose 2030 für den Stadt-Umland-Raum-Rostock, Dezember 2016

Erreichbarkeit und Verkehr

Das Ostseebad Nienhagen ist straßenverkehrlich über die Landesstrasse L 12 (Doberaner Straße) in östlicher Richtung mit Rostock-Lütten Klein und Warnemünde sowie in westlicher Richtung mit Bad Doberan verbunden. Via Bad Doberan bzw. über die Bundesstraße B 103 (Großraum Rostock) besteht zudem eine Anbindung zur Bundesautobahn A 20 sowie A 19.

Vor dem Hintergrund eines fehlenden Bahnanschlusses verfügt das Ostseebad über eine gute Einbindung in das Regionalbusnetz Rostock (Verkehrsverbund Warnow) mit stündlicher Verbindung Richtung Bad Doberan bzw. Warnemünde und Rostock Lütten-Klein.

Von besonderer Bedeutung für das Ostseebad ist der Fahrradtourismus. Der internationale Ostsee-Fernwanderweg, der in Nienhagen unmittelbar an der Steilküste und über die Seepromenade entlang führt, wird insbesondere in der Hauptsaison und an den Wochenenden stark frequentiert.

Pendlerdaten

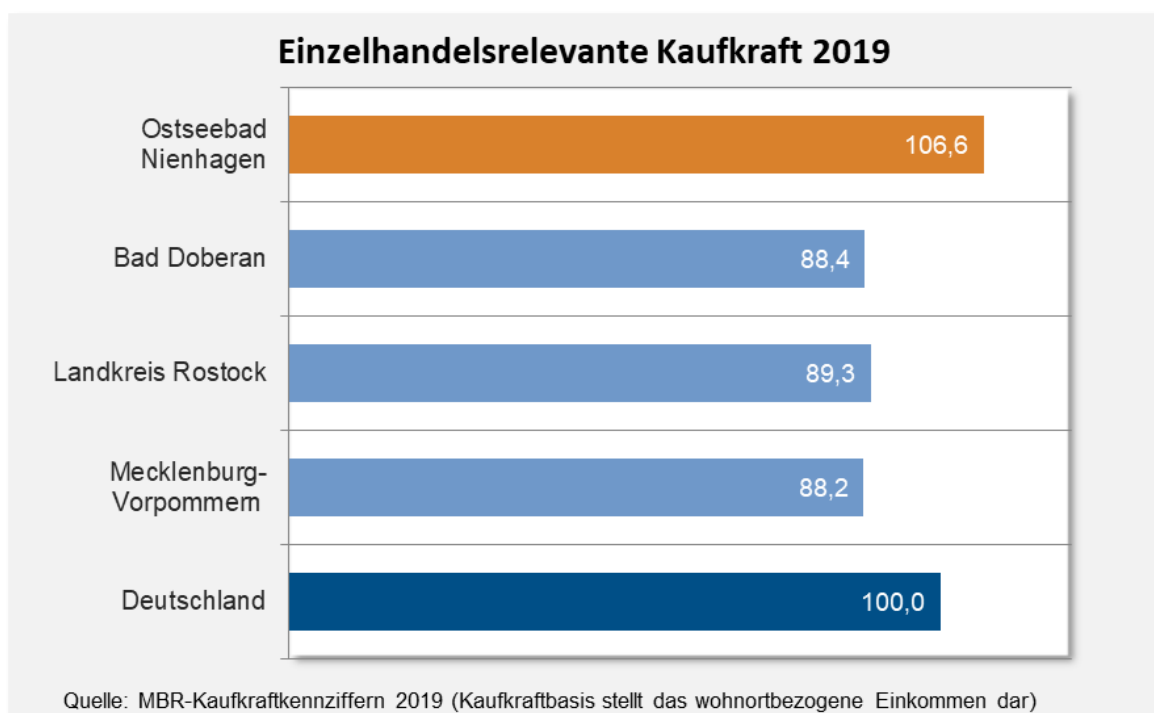
Die Pendler stellen ein mögliches Potenzial für den Einzelhandel dar, da auch Besorgungen auf dem Arbeitsweg bzw. am Arbeitsort getätigt werden. Mit einem negativen Pendlersaldo von knapp 500 Personen¹⁷ besitzt das Ostseebad Nienhagen mehr Aus- als Einpendler. Dabei sind insbesondere die Arbeitsplatzverflechtungen in die nahegelegene Hansestadt Rostock zu nennen. Auf Grund dessen sind weniger Kaufkraftpotenziale für die Gemeinde zu erwarten, weil Pendler auf ihren alltäglichen Wegen, außerhalb von Nienhagen, einkaufen. Auch die benachbarten Gemeinden weisen einen hohen Auspendleranteil auf, was auf die unmittelbare Nähe zu Rostock zurückzuführen ist. Rostock bündelt als größte Stadt des Bundeslandes verschiedene Arbeits- und Versorgungsverflechtungen in der Region.

Einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt und spiegelt auch die Wirtschaftskraft einer Region wider. Die Kennziffer gibt, unabhängig von der Größe der Stadt / Region, das verfügbare Netto-Einkommen pro Einwohner im Verhältnis zum Gesamteinkommen der Bundesrepublik (BRD = 100) an, welches nach Abzug von einzelhandelsfremden Ausgaben (z.B. Miete, Vorsorgeleistungen, Versicherungen, Dienstleistungen, Reisen) potenziell für die Ausgaben im Einzelhandel am Wohnort (inkl. Versandhandel) verfügbar ist.

Das Ostseebad Nienhagen rangiert mit einem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftindex von 106,6 spürbar über dem Bundesdurchschnitt von 100,0 % sowie sehr deutlich über dem Landesdurchschnitt (88,2). Auch im Vergleich zum Landkreis Rostock (89,3) sowie dem nächstgelegenen Mittelzentrum Bad Doberan (88,4), weist das Ostseebad eine deutlich höhere einzelhandelsrelevante Kaufkraftausstattung auf.

Abbildung 12: Einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex im Vergleich



¹⁷ Quelle: Bundesagentur für Arbeit - 2019

Fazit zum Mikrostandort Ostseebad Nienhagen:

- Das staatlich anerkannte Ostseebad Nienhagen verfügt lt. Regionalem Raumentwicklungsprogramm Mittleres Mecklenburg/Rostock (2011) über keine zentralörtliche Funktion, ist jedoch integraler Bestandteil des Stadt-Umland-Raumes Rostock und mit rd. 141.000 gewerblichen Übernachtungsgästen als Tourismusschwerpunkt ausgewiesen.
 - Für die Gemeinde Nienhagen ist bis zum Jahr 2030 von einer positive Bevölkerungsentwicklung (rd. 6 bis 7 %) auszugehen.
 - Das Ostseebad verfügt über eine gute lokale sowie regionale verkehrliche Erschließung.
 - Der einzelhandelsrelevante Kaufkraft-Index der Gemeinde rangiert mit einem Wert von 106,6 sehr deutlich über dem Landesdurchschnitt (88,2) sowie spürbar über dem Bundesdurchschnitt (100,0).
-

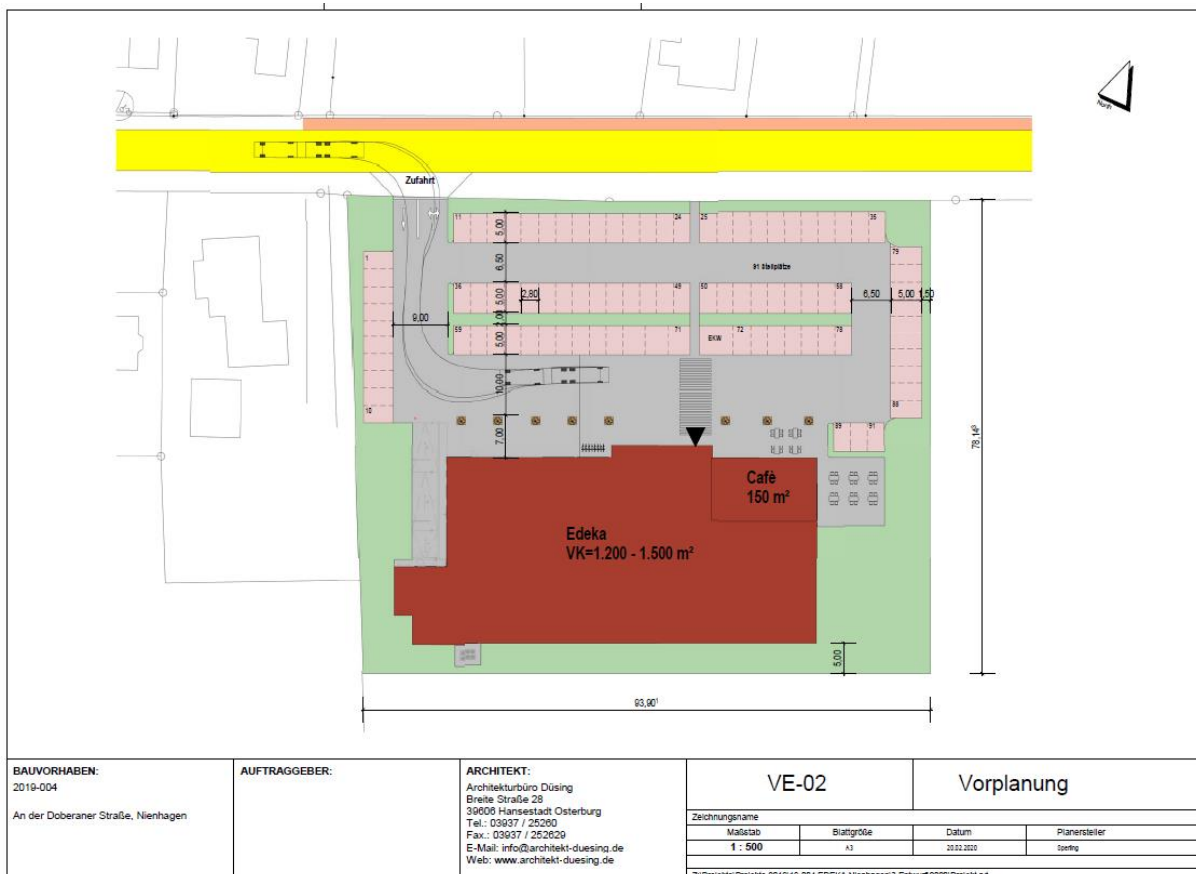
5. Projektskizze

Die terraplan GmbH beabsichtigt die Realisierung eines EDEKA Lebensmittelvollsortimenter zzgl. Bäckerei/Café in der Gemeinde Ostseebad Nienhagen. Die Größendimensionierung des Lebensmittelmarktes sieht dabei eine Bandbreite zwischen maximal rd. 1.500 m² bis minimal rd. 1.200 m² Verkaufsfläche vor.

Der Planstandort befindet sich unmittelbar südlich des Kernortes an der Doberaner Straße. Die kommunale Gemeindeentwicklungskonzeption sieht zudem vor, den Bereich südlich der Doberaner Straße mit Wohnungsbau weiter zu entwickeln und im Umfeld des geplanten Lebensmittelmarktes eine neue Ortsmitte zu schaffen. Ziel ist es, die zergliederten Siedlungsstrukturen nördlich und südlich der Doberaner Straße miteinander zu verbinden und somit ein räumliches Ortszentrum zu kreieren. Der Aufstellungsbeschluss für den Bebauungsplan wurde durch die Gemeinde Nienhagen bereits im Jahr 2019 gefasst.

Der Planungsentwurf sieht die Realisierung eines EDEKA Lebensmittelvollsortimenter in einer Größendimensionierung von rd. 1.500 m² bis rd. 1.200 m² Verkaufsfläche zzgl. Bäckerei/Café mit einer Mietfläche von rd. 150 m² vor. Davon sind rd. 20 m² als reine Verkaufsfläche für den Verkauf von Backwaren mit einem Mehrwertsteuersatz von 7 % einzustufen, während der Sitzbereich als Gastronomiefläche mit einem Mehrwertsteuersatz von 19 % zu bewerten ist.

Abbildung 13: Projektskizze



Für den geplanten EDEKA Lebensmittelvollsortimenter sind 91 Pkw-Stellplätze unmittelbar am Objekt vorgesehen. Die straßenverkehrliche Zu- und Abfahrt erfolgt über den Hauptverkehrsträger Doberaner Straße. Für das Planvorhaben soll ein Bebauungsplan mit der Ausweisung als Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel aufgestellt werden.

6. Mikrostandortanalyse

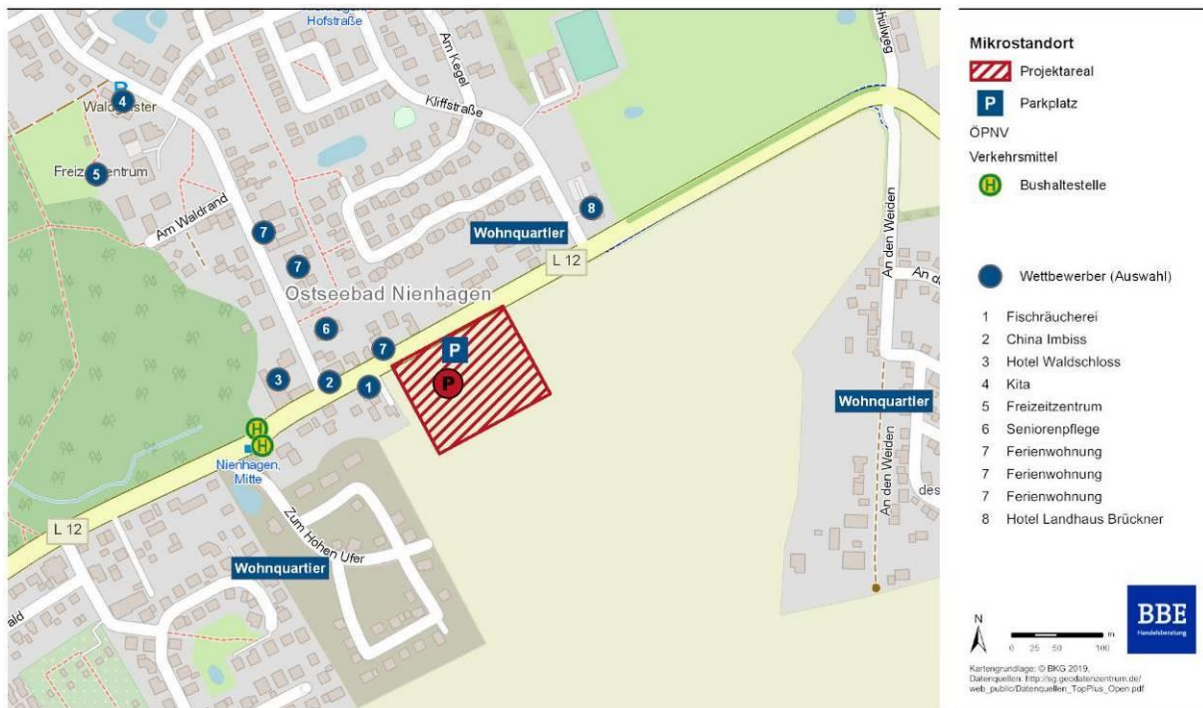
Neben der Analyse des Makrostandortes stellt die Mikrostandortanalyse den zweiten wichtigen Teil der Standortbewertung dar. Damit werden insbesondere die Aspekte der Lage und der verkehrlichen Erreichbarkeit thematisiert. Der Mikrostandort ist insbesondere auch für die Abgrenzung des Einzugsgebietes von Relevanz.

Lage des Standortes und Nutzungsumfeld

Der Projektstandort des geplanten Lebensmittelvollsortimenters befindet sich unmittelbar südlich der Doberaner Straße und damit in 'Tuchfühlung' zum Siedlungsschwerpunkt der Gemeinde Nienhagen. Das Projektareal wird derzeit durch eine landwirtschaftliche Grünfläche genutzt.

Unmittelbar nördlich des Projektareals verläuft die Doberaner Straße (L 12), vis à vis grenzt der Standortbereich an die Wohnbebauung des Siedlungsschwerpunktes von Nienhagen mit einem Mix aus Einfamilienhäusern sowie mehrgeschossiger Wohnbebauung/Ferienappartements. Das östliche und südliche Standortumfeld wird derzeit durch landwirtschaftlich genutzte Flächen belegt, während unmittelbar westlich des Projektareals ein neues Wohngebiet aus Einfamilienhäusern und Doppelhaushälften entstanden ist.

Abbildung 14: Mikro-Standort und Umfeldstrukturen



Blick auf das Projektareal aus westlicher Richtung



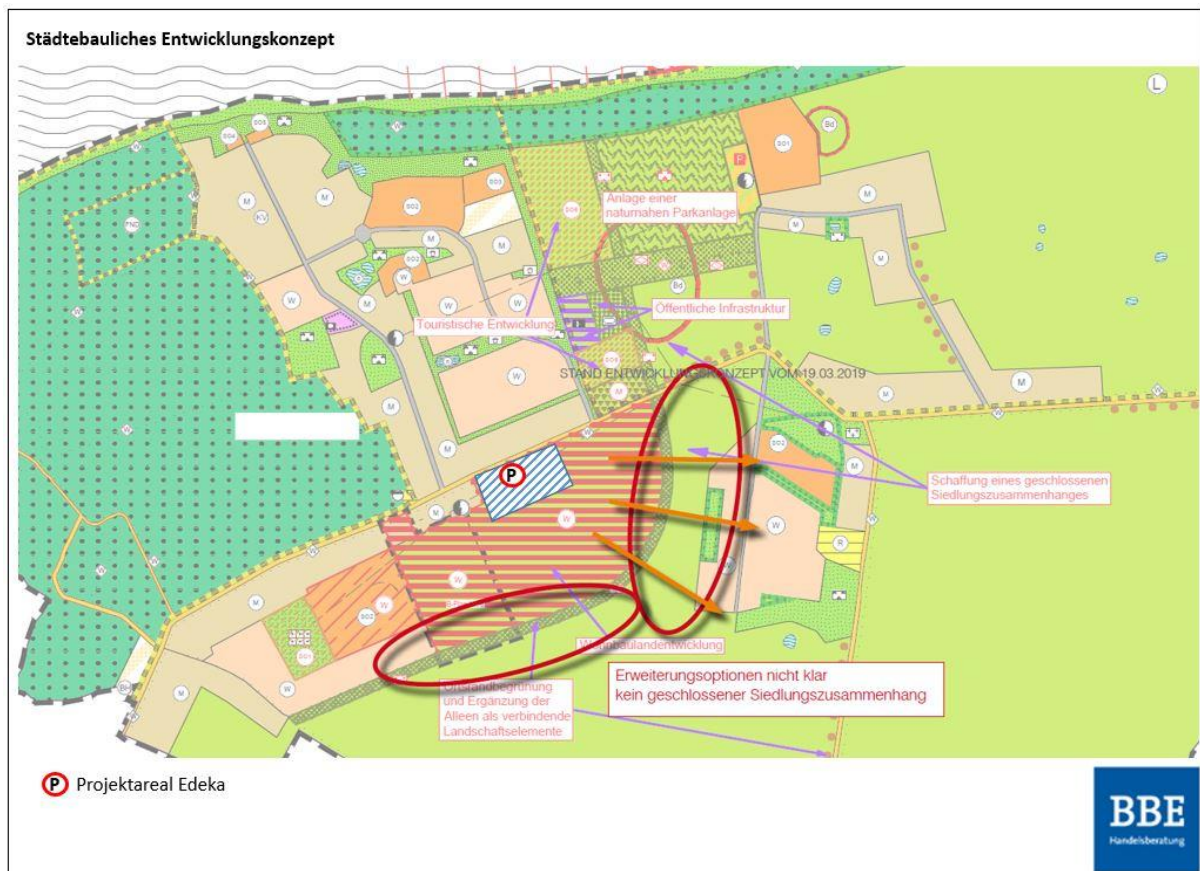
Blick auf das Projektareal aus östlicher Richtung



Quelle: Eigene Aufnahmen vom März 2020

Im Hinblick auf die städtebauliche Integration des Planstandortes ist auf die kommunale Gemeindeentwicklungskonzeption und dem daraus resultierenden städtebaulichen Entwicklungskonzept für den Bereich Doberaner Straße Süd hinzuweisen. Dieses sieht vor, den Bereich südlich der Doberaner Straße zukünftig mit Wohnungsbau weiter zu entwickeln und im unmittelbaren Umfeld des geplanten Lebensmittelmarktes eine neue Ortsmitte zu realisieren. Ziel ist es, mittel- bis langfristig die zergliederten Siedlungsstrukturen nördlich und südlich der Doberaner Straße räumlich-funktional miteinander zu verknüpfen und somit ein erfahrbares Ortszentrum zu schaffen. Der geplante Lebensmittelvollsortimenter stellt dafür die 'Initialzündung' dar.

Abbildung 15: Planstandort und städtebauliches Entwicklungskonzept



Quelle: Konzeptstudie zum städtebaulichen Entwicklungskonzept, bearbeitet durch die BBE Handelsberatung GmbH

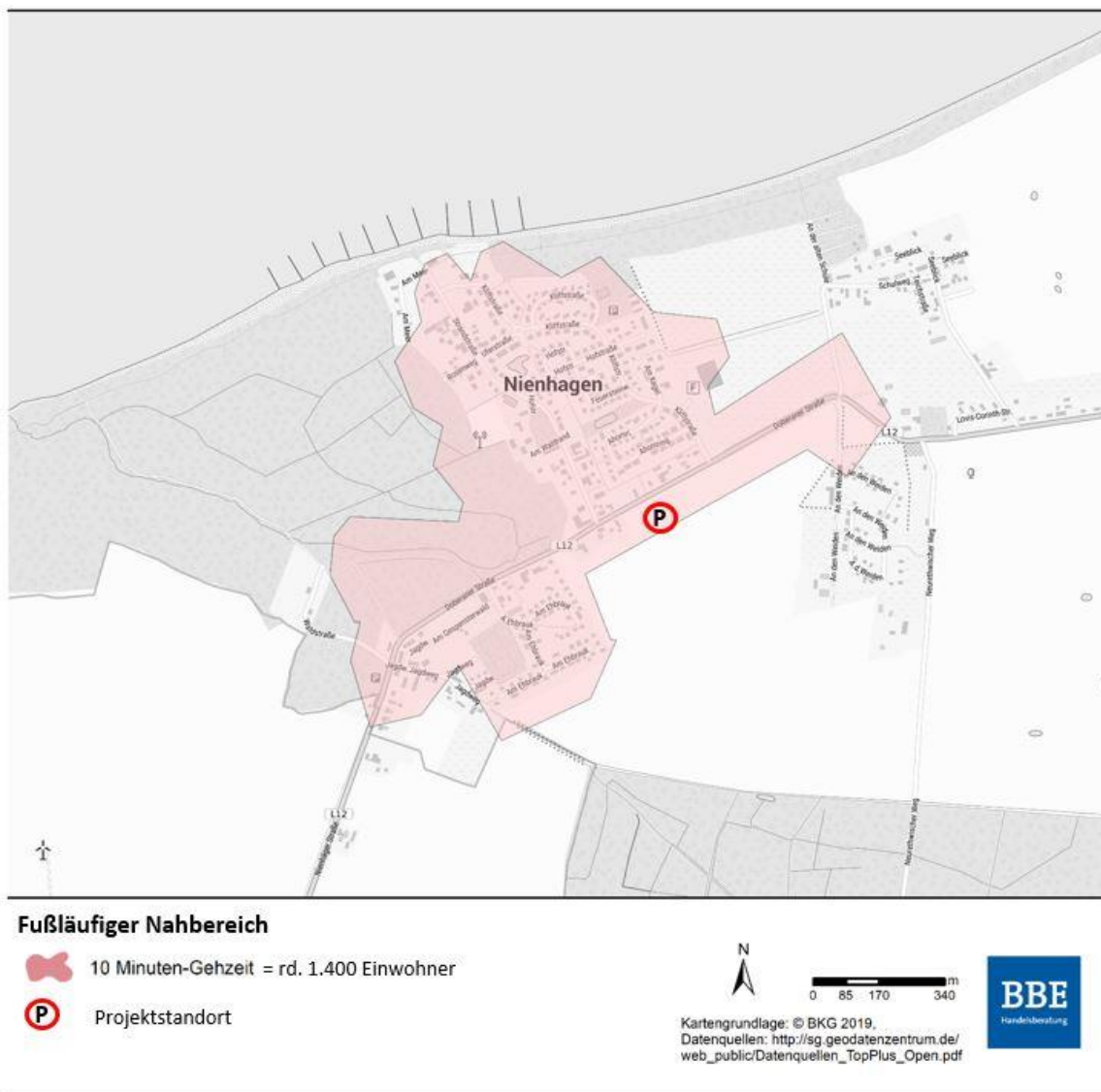
Bei erfolgreicher Umsetzung des städtebaulichen Entwicklungskonzeptes würden der Planstandort und damit der avisierte Lebensmittelmarkt in das siedlungsstrukturelle Zentrum der Gemeinde rücken und damit aus Sicht der BBE Handelsberatung von einer derzeitigen städtebaulichen Teil-Integration in eine städtebauliche Voll-Integration.¹⁸

Versorgungsfunktion und wohnortnahe Versorgung

Unter räumlichen Gesichtspunkten ist der Planstandort aufgrund seiner zentralen Lage im Siedlungsgefüge der Gemeinde sowie der straßenverkehrlichen Anbindung von allen Gemeindeteilen gut erreichbar und kann somit eine zentrale Versorgungsfunktion für alle Bewohner und Übernachtungsgäste im Ostseebad übernehmen.

Darüber hinaus verfügt der Planstandort auch über eine ausgeprägte wohnortnahe Versorgungskomponente (siehe nachfolgende Abbildung).

Abbildung 16: Fußläufiger Nahversorgungsbereich des Projektstandortes



¹⁸ Bislang ist noch nicht absehbar, inwieweit das städtebauliche Entwicklungskonzept planungs- und baurechtlich umsetzbar ist. Derzeit läuft ein Klageverfahren der Stadt Rostock gegen das kürzlich realisierte Neubaugebiet (B-Plan 6), das unmittelbar an den Planstandort angrenzt.

Auf Grund der unmittelbar angrenzenden Wohnbebauung kann der geplante Lebensmittelvollsortimenter eine gute fußläufige Versorgungsfunktion im Bereich der haushaltsnahen Grundversorgung für den derzeitigen Siedlungsschwerpunkt der Gemeinde übernehmen. So reflektiert der Standortbereich innerhalb einer 10 Min.-Gehzeit (= fußläufiger Einzugsbereich)¹⁹ derzeit auf eine Mantelbevölkerung von rd. 1.400 Personen in einer fußläufigen Distanz und umfasst nahezu die gesamte Siedlungsstruktur der nördlich angrenzenden Wohnbebauung. Voraussetzung hierfür ist jedoch auch die Schaffung von entsprechenden Querungsmöglichkeiten über die infrastrukturelle Barriere Doberaner Straße in Form von Zebrastreifen bzw. einer ampelgesteuerten Fußgängerquerung.

Verkehrliche Situation

Die verkehrliche Anbindung des Projektstandortes ist vor dem Hintergrund seiner unmittelbaren Lage an der Doberaner Straße (L 11) als gut zu bewerten und ermöglicht eine reibungslose Erreichbarkeit für alle Siedlungsteile im Gemeindegebiet von Nienhagen.

Die nächstgelegene ÖPNV-Anbindung (Bushaltestelle "Ostseebad Nienhagen Mitte") befindet sich in fußläufiger Entfernung rd. 150 m westlich des Projektareals. Die Haltestelle wird während der Hauptverkehrszeiten in einer regelmäßigen Taktung angefahren. Somit kann dem Projektstandort, vor dem Hintergrund seiner Lage im ländlich geprägten Raum, einen qualifizierten und ortsüblichen ÖPNV-Anschluss attestiert werden.

Planungsrechtliche Situation

Im aktuellen Planungsprozess wird die Aufstellung eines Bebauungsplanes mit der Ausweisung als Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel angestrebt. Die Beurteilung des Vorhabens richtet sich insofern nach § 11 Abs. 3 BauNVO. Es ist zu überprüfen, ob von dem geplanten Lebensmittelmarkt schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet oder auf die verbraucher-nahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich einhergehen. Derzeit ist die Fläche des Planstandortes im Flächennutzungsplan noch als Fläche für Landwirtschaft ausgewiesen, es liegt jedoch schon ein Konzeptentwurf für die Weiterentwicklung vor.

Fazit zum Mikrostandort

- Das Projektareal befindet sich in 'Tuchfühlung' zum Siedlungsschwerpunkt der Gemeinde Nienhagen und ist derzeit aus gutachterlicher Sicht als Ortsrandlage zu bewerten. Bei erfolgreicher Umsetzung des städtebaulichen Entwicklungskonzeptes im Rahmen des kommunalen Gemeindeentwicklungskonzeptes würden der Planstandort und damit der avisierte Lebensmittelmarkt in das siedlungsstrukturelle Zentrum der Gemeinde rücken und damit aus Sicht der BBE Handelsberatung von einer derzeitigen städtebaulichen Teil-Integration in eine städtebauliche Voll-Integration.
- Der Planstandort verfügt über eine fußläufige ÖPNV-Anbindung und ermöglicht zudem eine reibungslose straßenverkehrliche Anbindung in alle Gemeindeteile.
- Aus Sicht der Gutachter kann der Planstandort eine zentrale Bedeutung für die wohnort-nahe Grundversorgung im gesamten Gemeindegebiet sowie dem Fremdenverkehrsaufkommen in Nienhagen übernehmen und verfügt in seinem fußläufigen Nahbereich (10 Min.-Gehzeit) über eine Mantelbevölkerung von knapp 1.400 Personen.

¹⁹ In der Rechtsprechung wird ein fußläufiger Einzugsbereich entweder als 10-Min. Fußweg bzw. bis zu 1.000 m Luftlinien-Radius definiert.

7. Prüfung alternativer Standortoptionen im Gemeindegebiet

Im Folgenden soll von Seiten der Gutachter überprüft werden, welche potenziellen Alternativstandorte für die Ansiedlung eines größeren Lebensmittelmarktes im Gemeindegebiet von Nienhagen zur Verfügung stehen und ggf. eine bessere städtebauliche Integration aufweisen als der derzeitige Planstandort südlich der Doberaner Straße.

In diesem Zusammenhang wurden von der Gemeindeverwaltung in Zusammenarbeit mit der BBE Handelsberatung drei Areale identifiziert, die sich zum einen entweder innerhalb bzw. in räumlicher Nähe zum Siedlungsschwerpunkt befinden und zum anderen noch nicht baulich oder infrastrukturell genutzt werden.

Abbildung 17: Planstandort und städtebauliches Entwicklungskonzept



Quelle: Gemeindeentwicklungskonzeption Ostseebad Nienhagen 2017, bearbeitet durch die BBE Handelsberatung GmbH

Alternativstandort Festwiese (1): Das Areal Festplatzwiese befindet sich innerhalb des Siedlungsschwerpunktes der Gemeinde, grenzt jedoch unmittelbar an den als Landschaftsschutzgebiet "Gespensterwald". Damit ist eine Realisierung eines Lebensmittelmarktes kaum denkbar, zumal die verkehrliche Anbindung via Strandstraße, die als Einbahnstraße fungiert, absolut unzureichend ist. Darüber hinaus müsste die direkte An- und Abfahrt unmittelbar neben der Kindertagesstätte Waldgeister erfolgen, was nicht nur aus Emissionsgründen als äußerst problematisch zu bewerten ist. Abschließend 'scheitert' der Standortbereich nicht zuletzt durch seine geringe Grundstücksgröße.

Alternativstandort Strandkorbwiese (2): Das Areal grenzt unmittelbar an den Küstenschutzwald (Naturschutzgebiet) des Ostseebades und ist demnach denkbar schlecht geeignet, um einen 'größeren' Lebensmittelmarkt zu realisieren. Die Fläche stellt einen touristisch wertvollen Bereich dar, der derzeit als Strandkorbwiese genutzt wird und eine zentrale Rolle im Gesamterscheinungsbild des Strandbereiches darstellt. Neben der unzureichenden straßenverkehrlichen Anbindung ist die unbebaute Freifläche zu schmal geschnitten und weist eine zurückversetzte bzw. 'versteckte' Lage auf. Alles in Allem ist das Areal aus gutachterlicher Sicht völlig ungeeignet zur Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes.

Alternativstandort nördlich L 12/südlich Küstenwald (3): Im Vergleich zum derzeit favorisierten Planstandort weisen die markierten Grünflächen keine spürbar bessere städtebauliche Integration auf. Vielmehr verfügt insbesondere die Freifläche unmittelbar südlich des Küstenwaldes über keine Berührungspunkte zum Siedlungsschwerpunkt der Gemeinde und grenzt unmittelbar an das Schutzgebiet Küstenwald. Zudem müsste eine entsprechende straßenverkehrliche Anbindung geschaffen werden. Dementsprechend sieht das städtebauliche Entwicklungskonzept für diesen Bereich die Realisierung einer naturnahen Parkanlage vor. Als Ausschlusskriterium für die Bebauung/Versiegelung des Areals ist jedoch die Einstufung des Bereiches als Landschaftsschutzgebiet zu bewerten.

Die vorhandene Grünfläche unmittelbar nördlich der L 12 verfügt nur im südwestlichen Appendix über eine marginale räumlich-funktionale Anbindung zum Siedlungsschwerpunkt der Gemeinde und weist maximal eine zum derzeitigen Planstandort vergleichbare Standortqualität auf. Als Ausschlusskriterium für die Bebauung/Versiegelung des Areals ist jedoch die Einstufung des Bereiches als Landschaftsschutzgebiet zu bewerten.

Alle weiteren unbebauten Flächen im Gemeindegebiet von Nienhagen sind teilweise als Landschaftsschutzgebiet eingestuft und befinden sich ohne jeglichen räumlich-funktionalen Bezug zum Siedlungsschwerpunkt der Gemeinde. Damit ist der aktuelle Untersuchungsstandort aus gutachterlicher Sicht für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes zu präferieren bzw. stellt die einzige vertretbare/machbare Standortoption dar, insbesondere auch unter der Berücksichtigung der zukünftigen Wohnungsbauentwicklung des Ostseebades.

Alternativstandort Festwiese (1)

Alternativstandort Strandkorbwiese (2)



Alternativstandort nördlich L 12 (3)

Alternativstandort südlich Küstenwald (3)



Quelle: Eigene Aufnahmen vom März 2020

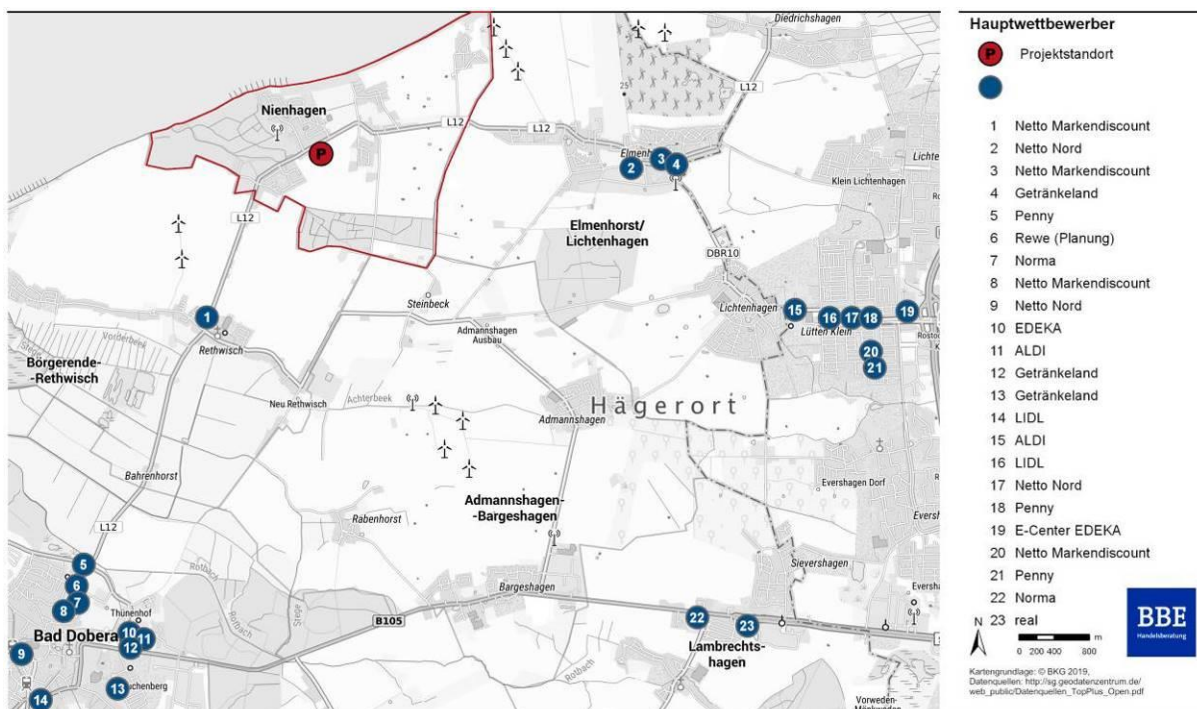
8. Wettbewerbssituation im Lebensmitteleinzelhandel

Das folgende Kapitel dient der Darstellung und Bewertung der Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum. Die Wettbewerbsbetriebe wurden im März 2020 erhoben.

Es ist darauf hinzuweisen, dass dabei eine Totalerhebung der Wettbewerber erfolgte, d. h. es wurden alle Wettbewerbsbetriebe ermittelt, deren Kernsortimente eine Überschneidung mit dem Sortimentsangebot des geplanten Lebensmittelmarktes aufweisen. Aufgrund der spezifischen Sortimentsbreite und -tiefe sind dabei v. a. die Betriebe im Fokus, die nahversorgungsrelevante Sortimente als Kernsortimente führen und als filialisierte Handelsbetriebe agieren. Es ist davon auszugehen, dass Systemwettbewerber (= filialisierte Lebensmittelvollsortimenter) sowie Betriebe, die ebenfalls das Ziel für Versorgungseinkäufen sind und die eine größere Sortimentsüberschneidung mit dem Vorhaben aufweisen (z.B. Lebensmitteldiscounter, Getränkemarkte, Drogeriemärkte), in einen intensiveren Wettbewerb mit dem Vorhaben treten als Betriebe des Lebensmittelhandwerks oder Betriebe, die ein spezialisiertes Sortiment führen (z. B. Weinhändler, Obst- und Gemüsehändler).

Im Hinblick auf die projektrelevanten Wettbewerbsstrukturen des geplanten Lebensmittelmarktes sind aus Sicht der BBE Handelsberatung in erster Linie die nahversorgungsrelevanten Angebotsstrukturen in den Nachbarkommunen **Börgerende-Rethwisch**, **Bad Doberan** sowie **Elmenhorst-Lichtenhagen** von Relevanz. Weitere, jedoch deutlich geringe, Wettbewerbswirkungen dürften mit den verkehrsorientierten Standorten im westlichen Siedlungsgebiet des Oberzentrums Rostock (Ortsteil Lütten Klein) ausgelöst werden. Die maßgebliche Wettbewerbssituation ist in der nachstehenden Abbildung 19 dargestellt.

Abbildung 18: Hauptwettbewerber im Untersuchungsgebiet



Nachfolgend werden die strukturprägenden Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum hinsichtlich ihrer Verkaufsflächengröße und Umsatzleistung räumlich differenziert dargestellt.

Tabelle 2: Nahversorgungsrelevante Verkaufsflächen und Umsätze im Untersuchungsgebiet

Lage	Verkaufsfläche Nahversorgung in m ²	Umsatz Nahversorgung in Mio. €*
Gemeinde Nienhagen	60	0,4
Gemeinde Börgerende-Rethwisch	820	3,9
Gemeinde Elmenhorst-Lichtenhagen	2.080	7,4
Bad Doberan Hauptzenztrum Innenstadt (ZVB)	1.700	10,8
Bad Doberan Ergänzungsbereich Innenstadt (ZVB)	900	5,0
Bad Doberan Fachmarkagglomeration Walkenhagen	3.700	13,5
Bad Doberan übriges Stadtgebiet	4.500	15,2
Bad Doberan gesamt	10.800	44,4
Rostock Lütten Klein	13.050	58,4
Gesamt	26.810	114,6

* Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflege, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel
 Quelle: BBE Handelsberatung GmbH, eigene Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich, 2020

Für eine Prüfung städtebaulich relevanter Auswirkungen des geplanten Lebensmittelmarktes in Nienhagen sind grundsätzlich zentrale Versorgungsbereiche vertieft zu betrachten. Für das Ostseebad Nienhagen liegt derzeit kein kommunales Einzelhandels- und Zentrenkonzept vor. Demnach ist zu prüfen, inwieweit ein faktischer zentraler Versorgungsbereich im Gemeindegebiet identifiziert werden kann. Dazu ist zunächst der Begriff des "Zentralen Versorgungsbereiches" näher zu betrachten:

Exkurs "Zentrale Versorgungsbereiche":

Grundsätzlich handelt es sich bei dem Begriff "Zentraler Versorgungsbereich" um räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine bestimmte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Neben Handelsbetrieben bündelt ein zentraler Versorgungsbereich typischerweise auch Dienstleistungsbetriebe oder sonstige Nutzungen, welche die Einzelhandelsfunktion ergänzen. Für einen zentralen Versorgungsbereich existiert keine Mindestgröße. Dem zentralen Versorgungsbereich muss die städtebauliche Funktion eines Zentrums zukommen, welches die Versorgung des Gemeindegebietes oder eines Teils davon mit einem bestimmten Spektrum an Waren und Dienstleistungen funktionsgerecht sicherstellen kann. Idealerweise sind zentrale Versorgungsbereiche, insbesondere auch für den ÖPNV und für Radfahrer, verkehrsgünstig angebunden. Nach der Vorstellung des Gesetzgebers können sich zentrale Versorgungsbereiche nicht nur aus planerischen Festschreibungen, sondern auch aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen ergeben.²⁰

²⁰ vgl. zum Begriff faktischer zentraler Versorgungsbereiche: Bundesverwaltungsgericht, Urteil BVerwG 4 C 7.07 vom 11.10.2007

Auf Basis dieser Definition sowie der örtlichen Gegebenheiten in Nienhagen, existiert aus gutachterlicher Sicht derzeit kein faktischer zentraler Versorgungsbereich im Ostseebad. Demnach verfügt die siedlungsstrukturell zergliederte Gemeinde über kein räumlich-funktionales Ortszentrum mit den entsprechenden öffentlichen und privaten zentralen Einrichtungen. Es kann zwar ein Siedlungsschwerpunkt zwischen der Strandstraße und Kliffstraße identifiziert werden, die hier punktuell ansässigen Dienstleistungs- und Einzelhandelsbetriebe verteilen sich jedoch über den gesamten Bereich und weisen keine räumliche Konzentration auf. Zudem fehlen administrative Einrichtungen, wie z.B. die Gemeindeverwaltung, die für das Ostseebad durch das Amt Bad Doberan-Land in Bad Doberan verwaltet wird. Darüber hinaus sind Zentrale Versorgungsbereiche nach der vorliegenden Rechtsprechung, insbesondere des OVG NRW sowie des Bundesverwaltungsgerichts, räumlich abgrenzbare Bereiche, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.

Abbildung 19: Siedlungsschwerpunkt und Besatzstruktur Ostseebad Nienhagen



Mit einem kleinflächigen "Tante Emma-Laden" (rd. 60 m² Verkaufsfläche zzgl. Sparkassen SB-Automat und Physiotherapie) verfügt das Ostseebad lediglich über einen Lebensmittelanbieter, dem keine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Zudem ermöglicht die unmittelbar angrenzende Wohnbebauung (z.T. moderne Ferienappartements) keine Ausweitung des Einzelhandels- oder Dienstleistungsangebotes am Standort, sodass auch zukünftig nicht mit einer Erweiterung/Optimierung des Angebotes im Sinne eines klassischen Nahversorgungszentrums zu rechnen ist. Demnach erfüllt der Standortbereich aus Sicht der Gutachter nicht die Kriterien eines räumlich-funktionalen Ortszentrums bzw. zentralen Versorgungsbereiches.

Auch die als Einbahnstraße ausgewiesene Strandstraße und die dort ansässigen Einrichtungen (u.a. Kita, Kurverwaltung, Café) erfüllen aus gutachterlicher Sicht nicht die Kriterien für einen zentralen Versorgungsbereich, zumal hier kein Einzelhandelsbetrieb ansässig ist.

Tante Emma-Laden Nienhagen



Strandstraße Nienhagen

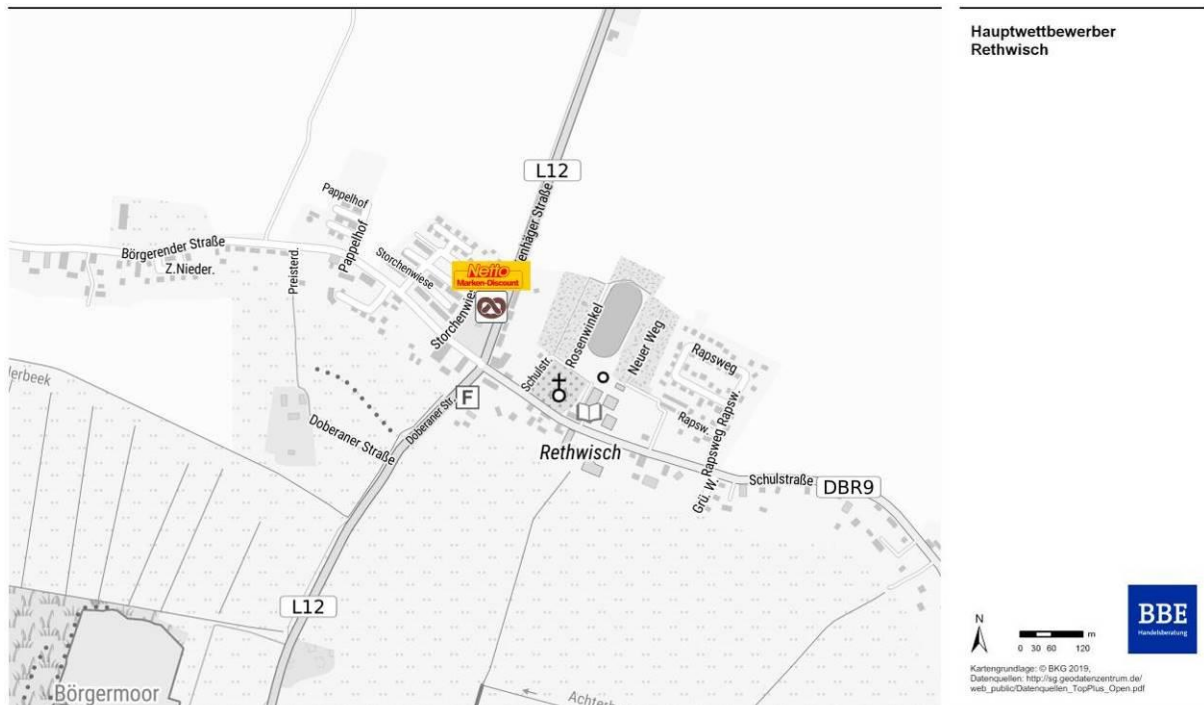


Quelle: Eigene Aufnahmen vom März 2020

Mit Ausnahme einer Fischräucherei in unmittelbarer Nachbarschaft zum geplanten Lebensmittelmarkt, existieren keine weiteren nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsstrukturen im Gemeindegebiet von Nienhagen, da die Bäckerei Roggensack in der Strandstraße bereits im Dezember 2019 geschlossen hat. Auch der "Tante-Emma-Laden" wird nach Aussage des Betreibers aus altersbedingten Gründen voraussichtlich in den nächsten zwei Jahren seinen Betrieb einstellen. Damit wird in naher Zukunft kein nahversorgungsrelevantes Angebot im Gemeindegebiet von Nienhagen existieren.

In der Nachbargemeinde **Börgerende-Rethwisch** (rd. 1.800 Einwohner) ist im Ortsteil Rethwisch auf einen Netto Markendiscouter nebst Bäckerei hinzuweisen. Der Lebensmitteldiscouter befindet sich in verkehrsorientierter Lage unmittelbar an der L 12 und stellt damit den räumlich nächstgelegenen großflächigen Lebensmittelmarkt (rd. 2,5 km Entfernung) zum Ostseebad Nienhagen dar.

Abbildung 20: Projektrelevante Wettbewerbsstrukturen in der Gemeinde Börgerende-Rethwisch



Im Ortsteil Börgerende ist darüber hinaus auf zwei einzelhandelsnahe Dienstleistungsbetriebe hinzuweisen. Dabei handelt es sich zum einen um das Café "Shop & Back" im unmittelbaren Umfeld des Aparthotel Waterkant sowie zum anderen um einen Kiosk innerhalb des Feriencamps Börgerende.

Netto Markendiscouter Rethwisch



Shop & Back Börgerende



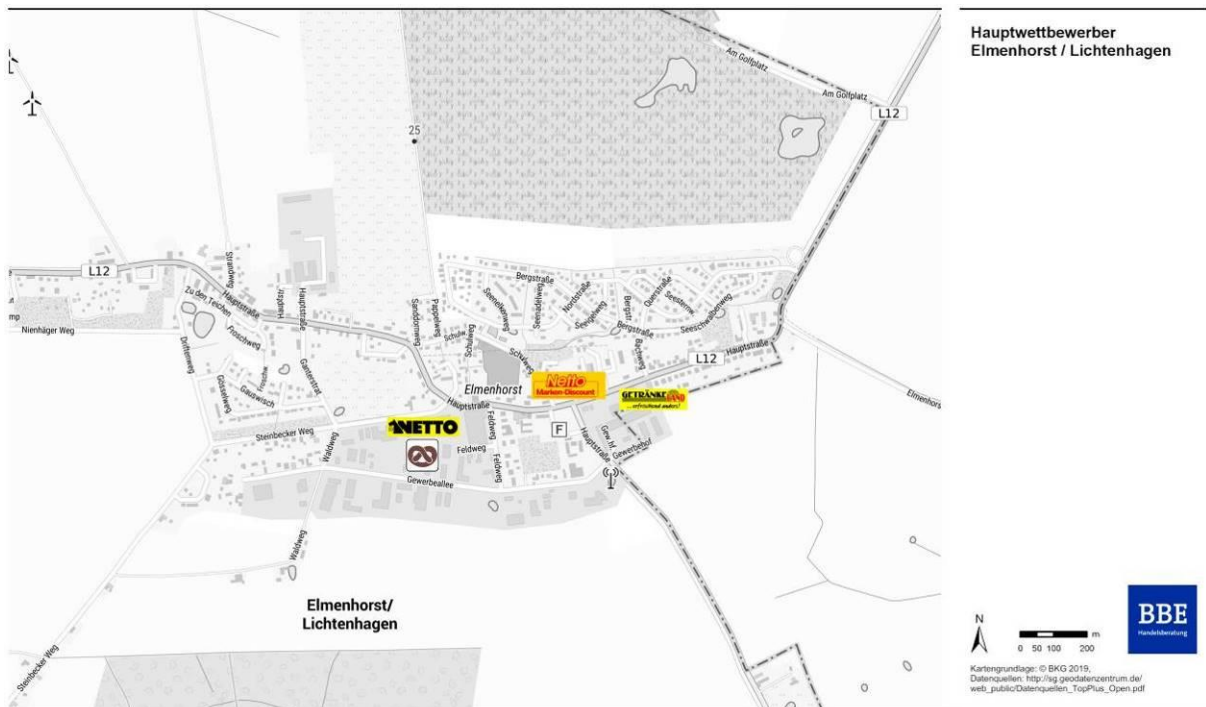
Quelle: Eigene Aufnahmen vom März 2020

In der rd. 4,2 km östlich gelegenen Gemeinde **Elmenhorst-Lichtenhagen** (knapp 4.300 Einwohner) haben sich im Umfeld des Ortszentrums von Elmenhorst mehrere Lebensmittelanbieter angesiedelt. Dabei handelt es sich um einen modernen Netto (Nord) Lebensmitteldiscouter nebst Bäckerei sowie - unweit entfernt - um einen Netto Markendiscouter bzw. Getränkeland Getränkemarkt.

Zentrale Versorgungsbereiche ergeben sich unter anderem aus Festsetzungen der Planungsbehörden (Bauleitpläne, Raumordnungspläne) oder sonstigen städtebaulichen Konzepten. Die Gemeinde Elmenhorst-Lichtenhagen verfügt über kein eigenständiges Kommunales Einzelhandelskonzept, in dem Zentrale Versorgungsbereiche definiert wurden.

Aus gutachterlicher Sicht weist der Bereich im Ortszentrum zwar z.T. Charakteristika eines faktischen Zentralen Versorgungsbereiches auf, es fehlen jedoch zentrale administrative, soziale oder kulturelle Einrichtungen, sodass eher von einer Gewerbegebietslage mit punktuellm Einzelhandel gesprochen werden muss.

Abbildung 21: Wettbewerbsstrukturen in der Gemeinde Elmenhorst-Lichtenhagen



Netto Nord Markendiscounter Elmenhorst



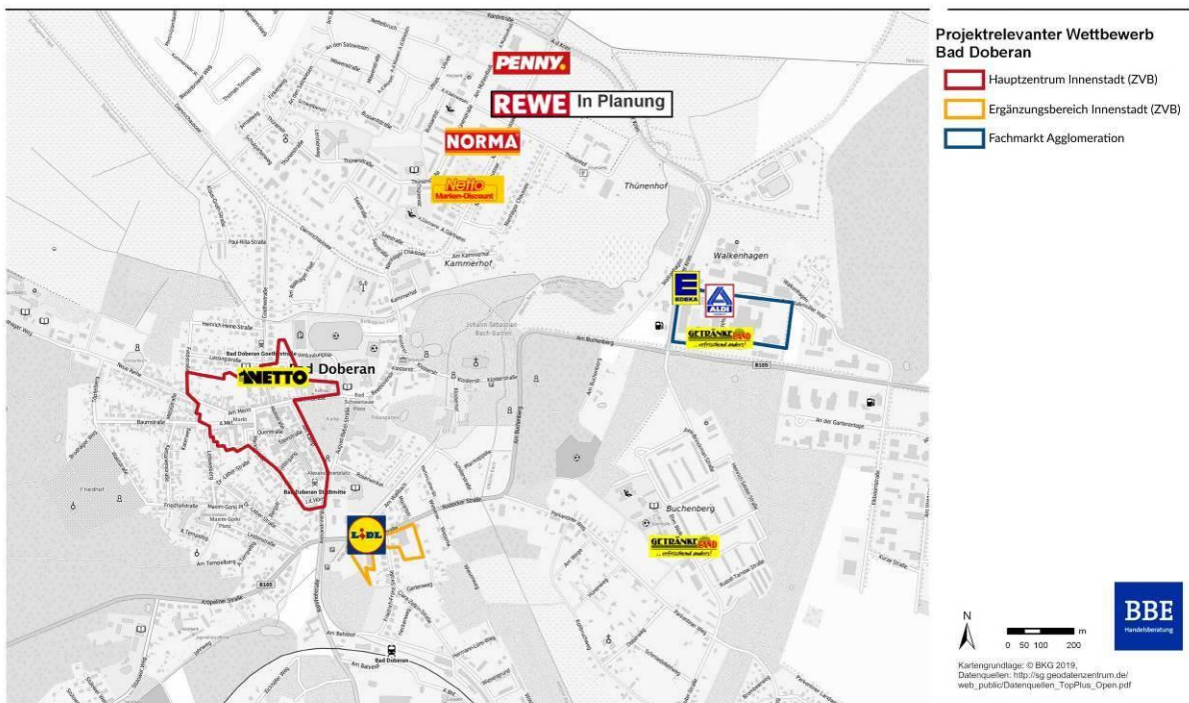
Netto Markendiscounter Elmenhorst



Quelle: Eigene Aufnahmen vom März 2020

Bei dem nächstgelegenen Mittelzentrum handelt es sich um das rd. 6,5 km südwestlich gelegene Heilbad **Bad Doberan** (rd. 11.700 Einwohner). Im kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzept²¹ werden für die Stadt zwei zentrale Versorgungsbereiche (Hauptzentrum Innenstadt, Ergänzungsbereich Innenstadt) sowie eine Fachmarkttagglomeration ausgewiesen. Der zentrale Versorgungsbereich "Hauptzentrum Innenstadt" befindet sich in der Doberaner Altstadt entlang der Mollistraße. Hier haben sich im nördlichen Bereich ein Netto (Nord) Lebensmitteldiscounter sowie ein Rossmann Drogeriefachmarkt angesiedelt. Darüber hinaus wird das Lebensmittelangebot durch fünf Bäckereien, zwei Fleischer, zwei Kioske, eine Weinhandlung, ein Reformhaus, einem Obsthändler sowie einem kleineren Lebensmittelgeschäft arrondiert.

Abbildung 22: Projektrelevante Wettbewerbsstrukturen in Bad Doberan



²¹ vgl. Cima Beratung + Management GmbH: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bad Doberan, 2016

Netto Nord Lebensmitteldiscounter Innenstadt



Haupteinkaufslage Mollistraße Innenstadt



Quelle: Eigene Aufnahmen vom März 2020

Im südlich gelegenen Ergänzungsbereich Innenstadt, dem ebenfalls die Funktion eines zentralen Versorgungsbereiches zugewiesen ist, ist zudem auf einen Lidl Lebensmitteldiscounter hinzuweisen. Der benachbarte Aldi Lebensmitteldiscounter hat zu Gunsten der Eröffnung des Kaufhauses Stolz Ende 2016 geschlossen.

Am östlichen Rand des Bad Doberaner Kernstadtgebietes, unmittelbar an der Bundesstraße B 105, befindet sich mit der Fachmarkttagglomeration Walkenhagen ein weiterer wichtiger Versorgungsschwerpunkt im Stadtgebiet. In diesem Bereich ist mit einem Edeka-Markt der derzeit einzige Lebensmittelvollsortimenter in Bad Doberan lokalisiert. Darüber hinaus ist auf die nahversorgungsrelevanten Anbieter Aldi Lebensmitteldiscounter sowie dem Getränkefachmarkt Getränkeland hinzuweisen. Das Angebot wird zudem durch einen dm Drogeriefachmarkt, den Sonderpostenmarkt Repo sowie weiteren discountorientierten Einzelhandelsangeboten (u.a. Quick Schuh, Takko) arrondiert.

Edeka Wegner und Aldi Lebensmitteldiscounter am Fachmarktstandort Walkenhagen



Quelle: Eigene Aufnahmen vom März 2020

Im nördlichen Kernstadtgebiet von Bad Doberan, im Bereich des Wohngebietes Kammerhof, hat sich entlang der Nienhäger Chaussee eine Reihe weiterer Lebensmittelanbieter niedergelassen. So hat Ende 2019 ein Netto Markendiscounter eröffnet. Als weitere nahversorgungsrelevante Anbieter sind die Lebensmitteldiscounter Norma und Penny zu nennen. Darüber hinaus bestehen derzeit konkrete Planungen zwischen dem Norma-Markt im Süden und Penny-Markt im Norden auf der Fläche eines ehem. Küchenfachgeschäftes/Getränkemarktes an der Nienhäger Chaussee einen Rewe Lebensmittelvollsortimenter mit rd. 1.700 m² Verkaufsfläche zu realisieren. Die planungsrechtlichen Voraussetzungen hierfür wurden bereits geschaffen.

Netto und Norma Lebensmitteldiscounter an der Nienhäger Chaussee in Bad Doberan



Quelle: Eigene Aufnahmen vom März 2020

Abschließend ist aus wettbewerbsseitigen Gesichtspunkten noch auf einen Getränkefachmarkt (Getränkeland) im südöstlichen Stadtgebiet von Bad Doberan hinzuweisen.

Darüber hinaus gehende Wettbewerbsstrukturen sind bereits dem Stadtgebiet von **Rostock** zuzuordnen und befinden sich im westlich gelegenen Stadtteil Lütten Klein. Die Großwohnsiedlung mit rd. 26.000 Einwohnern und einer Entfernung von rd. 9 km zum Projektstandort dürfte im Hinblick auf Pendlerverflechtungen aus Richtung Nienhagen eine gewisse Wettbewerbsrelevanz zum Planvorhaben aufweisen. So befindet sich entlang und im näheren Umfeld der Warnowallee ein breites und differenziertes Angebotsspektrum im Bereich der haushaltsnahen Grundversorgung. Zu nennen ist dabei in erster Linie der im Fachmarktzentrum Warnow-Park ansässige Verbrauchermarkt E-Center nebst Getränkemarkt.

Des Weiteren haben sich entlang der mehrspurig ausgebebauten Warnowallee zahlreiche Lebensmittelmärkte angesiedelt, wie z.B. die Anbieter Aldi, Lidl, Netto (Nord) und Penny. Südlich davon sind zudem die beiden Lebensmitteldiscounter Netto und Penny lokalisiert.

Fazit zur Wettbewerbssituation:

- Im projektrelevanten Untersuchungsraum sind insgesamt rd. 26.810 m² nahversorgungsrelevante Verkaufsfläche verortet (nahversorgungsrelevanter Umsatz ca. 114,6 Mio. Euro).
- Die haushaltsnahe Grundversorgung im Ostseebad Nienhagen ist mit einem kleinen "Tante-Emma Laden" nur unzureichend gewährleistet. Dies ist insbesondere auch mit der konstant wachsenden Anzahl an Übernachtungs- und Tagesgästen zu begründen, die neben den ortsansässigen Einwohnern 'gezwungen' sind, an Standorten außerhalb des Gemeindegebietes ihren Lebensmitteleinkauf zu tätigen. Zudem hat der Betreiber des "Tante-Emma-Laden" bereits angekündigt, seinen Betrieb aus altersbedingten Gründen in absehbarer Zeit einzustellen. Damit wird in naher Zukunft kein nahversorgungsrelevantes Angebot im Gemeindegebiet von Nienhagen existieren.
- In der Nachbargemeinde Börgerende-Rethwisch existiert ein Netto Markendiscouter, in Elmenhorst-Lichtenhagen ist die haushaltsnahe Grundversorgung durch die Standortpräsenz der Anbieter Netto (Nord), Netto Markendiscouter und Getränkeland grundsätzlich gewährleistet, wenn gleich auch kein Lebensmittelvollsortimenter vorhanden ist.
- Dementsprechend spielt das nächstgelegene Mittelzentrum Bad Doberan für den Tourismusschwerpunkt Nienhagen bei der periodischen Bedarfsdeckung eine zentrale Rolle. Hier agieren neben zahlreichen Lebensmitteldiscountern (u.a. Netto, Aldi, Netto Nord, Lidl, Penny, Norma) auch ein Edeka Lebensmittelvollsortimenter. Darüber hinaus wurden die

planungsrechtlichen Grundlagen für die Realisierung eines Rewe Lebensmittelmarktes geschaffen.

- Als dominierendes Oberzentrum der Region spielt die Hansestadt Rostock auch im Versorgungseinkauf der Stadt-Umland-Gemeinden eine Rolle. In diesem Kontext ist insbesondere das differenzierte und breite Angebotsspektrum im westlich gelegenen Stadtteil Lütten Klein zu benennen (u.a. E Center, Aldi, Lidl, Penny, Netto), das vor dem Hintergrund der Arbeitspendlerverflechtungen u.a. für die Nienhagener Bevölkerung eine gewisse Relevanz aufweist.

9. Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftvolumen

9.1. Perspektivisches Einzugsgebiet

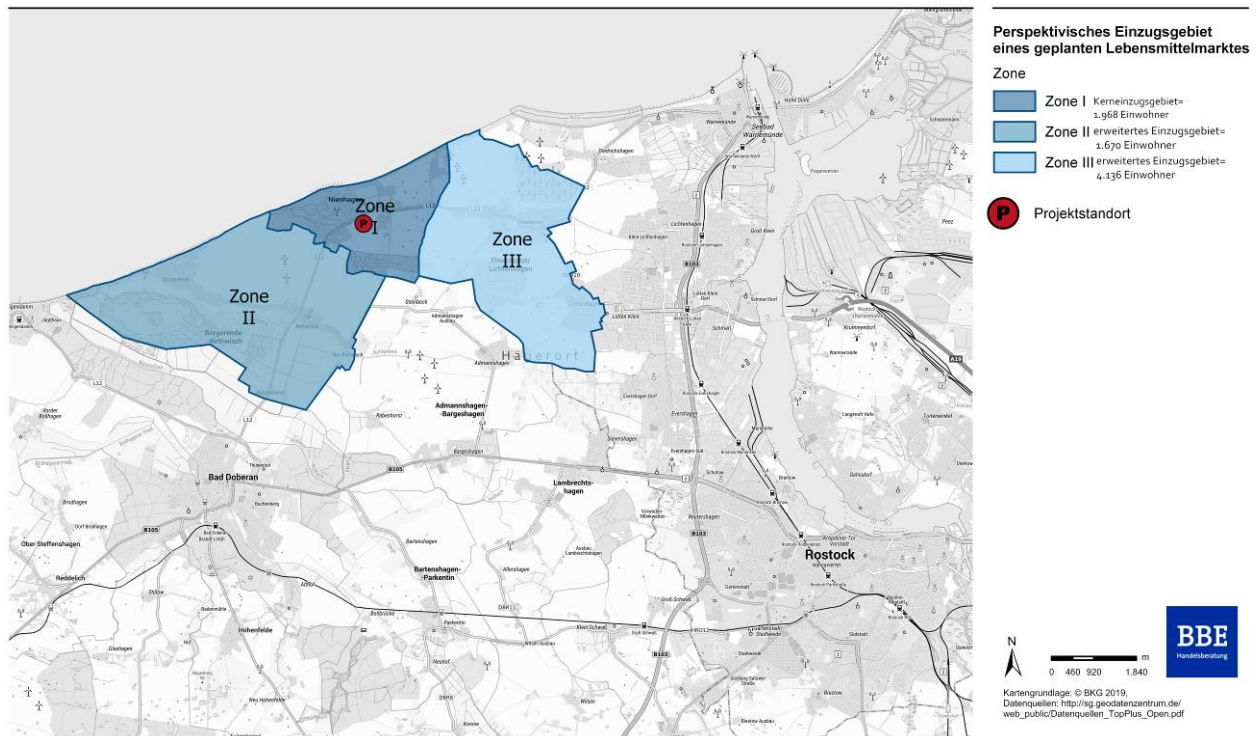
Die Abgrenzung des Einzugsgebietes und die Berechnung des vorhabenrelevanten Kaufkraftvolumens stellen einen weiteren wichtigen Bezugspunkt für die nachfolgende Potenzialanalyse hinsichtlich der vorhandenen Nachfrage, der möglichen Auswirkungen, als auch einer perspektivischen Entwicklung des Vorhabens dar. Für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung und damit die Abgrenzung des Einzugsgebietes von Einzelhandelsbetrieben spielen grundsätzlich mehrere Faktoren eine maßgebliche Rolle:

- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung im geplanten Sortimentsbereich,
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand,
- die relevante Wettbewerbssituation, wie z. B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Wettbewerber im engeren und weiteren Standortumfeld,
- die Attraktivität der Einzelhandelslage, die durch die Betriebsgröße, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad des Betreibers bestimmt wird,
- die Qualität des Mikrostandortes, die aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten und aus möglicherweise vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert,
- traditionelle Einkaufsorientierungen der Bevölkerung,
- Barrierewirkungen, ausgehend von den topografischen, infrastrukturellen oder baulichen Gegebenheiten.

Unter der Berücksichtigung weiterer Faktoren wie der qualitativen Bewertung der Wettbewerbssituation sowie von Barrieren (Straßen, Bahnlinien, topografische Gegebenheiten etc.) ergibt sich für eine geplante und qualifizierte Einzelhandelsentwicklung im Bereich Nahversorgung folgendes perspektivisches Einzugsgebiet (vgl. Abbildung 24):

- (Zone I): Das Kerneinzugsgebiet des Planvorhabens umfasst das gesamte Gemeindegebiet von Nienhagen mit einer Einwohnerplattform von knapp 2.000 Personen. Für den fußläufigen Nahbereich (= 10 Min.-Gehzeit) des Planstandortes liegt eine Mantelbevölkerung von rd. 1.400 Personen vor.
- Der Schwerpunkt liegt hier klar auf dem Kerneinzugsgebiet (eigenes Gemeindegebiet).
- Aufgrund der unmittelbaren straßenverkehrlichen Anbindung des Projektareals zur Nachbargemeinde Börgerende-Rethwisch, die über keinen Lebensmittelvollsortimenter verfügt, sind gewisse Verflechtungen nicht auszuschließen. Die Gemeinde ist daher dem erweiterten Einzugsgebiet (Zone II) zuzuordnen. Hier leben rd. 1.670 Personen.
- Aus gutachterlicher Sicht ist grundsätzlich auch mit geringen Einkaufsverflechtungen in das östlich gelegene Elmenhorst-Lichtenhagen (rd. 4.100 Einwohner) zu rechnen (Zone III). **Diese fokussieren sich jedoch nur auf den Ortsteil Elmenhorst, da der Ortsteil Lichtenhagen bereits siedlungsstruktureller Bestandteil des Oberzentrums Rostock ist und in diesem Siedlungsbereich die Einkaufsorientierung klar in Richtung Rostock-Lütten Klein besteht.**
- Insgesamt umfasst das perspektivische Einzugsgebiet eines Lebensmittelmarktes in Nienhagen ein Bevölkerungspotenzial von rd. 7.770 Personen.

Abbildung 23: Perspektivisches Einzugsgebiet des Planvorhabens



Wie aus den vorherigen Abschnitten deutlich wurde, ist für die Bewertung des Nachfragepotenzials vor allem der Tourismus im Seebad Nienhagen von hoher Bedeutung. In diesem Zusammenhang sind die Übernachtungsgäste im Ostseebad Nienhagen sowie zusätzlich die Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben mit weniger als 10 Betten berücksichtigt, welche über die Kurtaxe erhoben wurden. Insgesamt ergibt sich für das Ostseebad Nienhagen eine Anzahl von 191.463 Übernachtungen im Jahr 2019 (gewerbliche und nicht gewerbliche Beherbergungsbetriebe). Wie in Kapitel 2 bereits dargestellt ist davon auszugehen, dass sich der positive Trend im Übernachtungssektor mittel- bis langfristig auch weiter fortsetzen wird.

Weiterhin sind die Tagesgäste innerhalb der Gemeinde Nienhagen als zusätzliches Potenzial zu bewerten. Gemäß der Studie Tagesreisen der Deutschen aus dem Jahr 2013 des dwif beträgt die Zahl der Tagesreisenden je Übernachtung 3 an der Mecklenburgischen Ostseeküste.²² Dieser Wert stellt einen Durchschnittswert dar, welcher je nach Gemeinde höher oder niedriger ist. Für das Ostseebad Nienhagen wird davon ausgegangen, dass das Verhältnis aus Tagesgästen zu Übernachtungsgästen mit dem Faktor 1,5 deutlich geringer ist, da das touristische Angebot vor allem Urlaubsgäste vor Ort anspricht.

²² dwif e.V. (2013): Tagesreisen der Deutschen, S. 79

9.2. Projektrelevantes Nachfragevolumen

Das vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet (rd. 7.770 Einwohner) mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag (lfh-BBE Markt- und Strukturdaten) gewichtet mit der sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffer (lfh-BBE-Research).

Die Höhe der Kaufkraftkennziffer wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer gibt unabhängig von der Größe der Stadt das verfügbare Netto-Einkommen pro Einwohner im Verhältnis zum Gesamt-Einkommen der Bundesrepublik an, welches für die Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Gemeinde Nienhagen liegt mit einer Kaufkraftkennziffer (Kaufkraft-Index) von 106,6 deutlich über dem Bundesdurchschnitt (100,0).

Nach den Zahlen der BBE-Marktforschung steht, unter Berücksichtigung der erläuterten Parameter, im abgegrenzten Einzugsgebiet in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren ein Kaufkraftvolumen in Höhe von ca. 22,2 Mio. Euro im Jahr zur Verfügung.

Tabelle 3: Einwohner und Nachfragevolumen im perspektivischen Einzugsgebiet

Bereich	pro-Kopf-Ausgaben			Kaufkraftpotenzial		
	Einwohner	NuG	Drogerie	NuG	Drogerie	Summe
Zone 1 (Kerneinzugsgebiet)	1.968	2.489	350	4,9	0,7	5,6
Zone 2 (Erweitertes Einzugsgebiet)	1.670	2.399	338	4,0	0,6	4,6
Zone 3 (Erweitertes Einzugsgebiet)	4.136	2.553	357	10,6	1,5	12,0
Summe EZG	7.774	2.422	347	19,5	2,7	22,2

Quelle: BBE-Berechnungen 2020; Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau (I#H 2019)

Übernachtungsgäste

Durchschnittlich geben deutsche Übernachtungsgäste an der Ostseeküste von Mecklenburg-Vorpommern 83,20 Euro aus.²³ In den Ausgaben sind Reise- und Unterkunftskosten, Ausgaben von Tagesausflügen und Eintrittspreisen, Restaurantbesuche, Shoppingtrips, Souvenirs und Trinkgelder enthalten. Gemäß der "Evaluation und Weiterentwicklung der Landestourismuskonzeption Mecklenburg-Vorpommern" aus dem Jahr 2016 entfallen auf die Ausgaben bei Lebensmittel 6,5% der Gesamtausgaben.²⁴

Nachfolgend wird die Berechnung des projektrelevanten Nachfragepotenzials aus Übernachtungsgästen für die Gemeinde Nienhagen abgebildet:

²³ BAT Stiftung für Zukunftsfragen (2017): Durchschnittliche Ausgaben für Urlaubsreisen* der Deutschen im Inland im Jahr 2016 nach ausgewählten Regionen (in Euro)

²⁴ dwif-Consulting GmbH (2016): Evaluation und Weiterentwicklung der Landestourismuskonzeption Mecklenburg-Vorpommern, S.19

Tabelle 4: Projektrelevantes Nachfragepotenzial der Übernachtungsgäste in Nienhagen

Projektrelevante Nachfrageplattform Übernachtungsgäste in Nienhagen	
Gästeübernachtungen (Beherbergungsstätten > 10 Betten)	141.141
Gästeübernachtungen (Beherbergungsstätten < 10 Betten)	49.322
Ausgaben pro Tag und Person	83,20 Euro
Umsatz in Euro	15.846.521 Euro
Anteile Umsatz	
Lebensmittel (6,5 %)	1.030.024 Euro
Gesamt	1.030.024 Euro
Quelle: BBE Handelsberatung GmbH, eigene Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich, 2020	

Damit verfügt das Ostseebad Nienhagen über ein projektrelevantes Marktpotenzial von rd. 1,03 Mio. Euro, welches aus den Gästeübernachtungen im Ostseebad resultiert.

Tagesgäste

Gemäß der Studie Tagesreisen der Deutschen des dwif werden an der Mecklenburgischen Ostseeküste 24,30 Euro pro Person und Tag ausgegeben.²⁵

Tabelle 5: Projektrelevantes Nachfragepotenzial der Tagesgäste in Nienhagen

Projektrelevante Nachfrageplattform Tagesgäste in Nienhagen	
Zahl der Tagesgäste je Übernachtung	1,5
Zahl der Tagesgäste insgesamt	285.695
Ausgaben pro Tag und Person	24,30 Euro
Umsatz in Euro	6.942.389 Euro
Anteile Umsatz	
Lebensmittel (2,80 Euro pro Tag)	799.946 Euro
Gesamt	799.946 Euro
Quelle: BBE Handelsberatung GmbH, eigene Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich, 2020	

²⁵ dwif e.V. (2013): Tagesreisen der Deutschen, S.115

Die Ausgaben für Lebensmittel betragen 2,80 Euro pro Tag pro Person.²⁶ Somit entsteht durch die Tagesgäste ein zusätzliches Marktpotenzial für Lebensmittel in einer Größenordnung von knapp 0,8 Mio. Euro.

Nachfragepotenzial gesamt

Wie in der nachstehenden Tabelle deutlich wird, ergibt sich für das perspektivische Einzugsgebiet ein Nachfragevolumen von insgesamt rd. 24,0 Mio. Euro.

Tabelle 6: Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet aus Einwohner, Übernachtungs- und Tagesgästen

	Zone I	Zone II	Zone III	Gesamt
Einwohner	1.968	1.670	4.136	7.774
Übernachtungsgäste*	190.463	./.	./.	190.463
Tagesgäste*	285.695	./.	./.	285.695
Potenzial Lebensmittel				
aus Einwohnern	5,6 Mio. Euro	4,6 Mio. Euro	12,0 Mio. Euro	22,2 Mio. Euro
aus Übernachtungsgästen	1,0 Mio. Euro	./.	./.	1,0 Mio. Euro
aus Tagestouristen	0,8 Mio. Euro	./.	./.	0,8 Mio. Euro
Gesamt	7,4 Mio. Euro	4,6 Mio. Euro	12,0 Mio. Euro	24,0 Mio. Euro

* Es werden nur die Übernachtungsgäste/Tagesgäste der Ansiedlungskommune berücksichtigt.

Quelle: BBE Handelsberatung GmbH, eigene Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich, 2020

Weiterhin ist die positive Entwicklung des Tourismus zu beachten. Auf Grundlage der erwarteten Entwicklung (vgl. Kapitel 3 und 4) ist in den kommenden Jahren mit einem weiteren Anstieg des Nachfragepotenzials zu rechnen. Im Sinne einer **“Worst-Case-Betrachtung“** der vorliegenden Potenzialanalyse bleiben diese zusätzlichen, positiven Einflüsse auf die absolute Höhe und Entwicklung der Nachfrage jedoch unberücksichtigt.

Dies betrifft auch die möglichen Nachfragepotenziale aus dem Tourismus in der Zone II des perspektivischen Einzugsgebietes. Es ist zwar davon auszugehen, dass das Fremdenverkehrsaufkommen in der Nachbargemeinde Börgerende-Rethwisch eine gewisse Bedeutung für den geplanten Lebensmittelmarkt in Nienhagen aufweist, jedoch verfügen die Gemeinden Börgerende-Rethwisch und Elmenhorst-Lichtenhagen bereits über einen oder mehrere filialisierte Lebensmittelmärkte. Darüber hinaus besteht für die Touristen am Standort Börgerende-Rethwisch die Option, bei einem vergleichbaren Wege-Zeit-Aufwand, das deutlich attraktivere Bad Doberan für den Versorgungseinkauf aufzusuchen und gleichzeitig das gastronomische und kulturelle Angebot des Mittelzentrums zu nutzen. Mögliche Umsatzpotenziale für den geplanten Lebensmittelmarkt in Nienhagen werden demnach über die diffusen Marktanteile berücksichtigt (vgl. Kapitel 11.1) und sind aus gutachterlicher Sicht auch nicht maßgeblich für die wirtschaftliche Tragfähigkeit des Planvorhabens.

²⁶ dwif e.V. (2013): Tagesreisen der Deutschen, S.102

9.3. Einzelhandelszentralität und Ableitung der Bedarfe

Der örtliche Verkaufsflächenbesatz durch Lebensmittelanbieter kann durch die Gegenüberstellung der erwirtschafteten Umsätze und des vorhandenen Nachfragepotenzials bewertet werden.

Tabelle 7: Zentralitäten im Einzugsgebiet

	Zone I Nienhagen*	Zone II Börgerende- Rethwisch	Zone III Elmenhorst- Lichtenhagen	Gesamt
Nahversorgungsrelevantes Potenzial (Mio. Euro)	7,4	4,6	12,0	24,0
Nahversorgungsrelevanter EH-Umsatz (Mio. Euro)	0,4	3,9	7,4	11,7
Zentralität in %	5%	85%	62%	49%
Saldo in Mio. Euro	-7,0	-0,7	-4,6	-12,3

*inkl. nahversorgungsrelevantes Potenzial Fremdenverkehr
Quelle: BBE Handelsberatung GmbH 2020, Rundungsdifferenzen möglich

Ableitung eines standortadäquaten Vertriebskonzeptes

Mit einer Einzelhandelszentralität von rd. 5 % wird deutlich, dass die Gemeinde Nienhagen über ein sehr hohes Maß an aktuell nicht vor Ort gebundener Kaufkraft (rd. 7,0 Mio. Euro) für das nahversorgungsrelevante Sortiment verfügt. Hierzu trug insbesondere die positive Entwicklung der Touristenzahlen in den letzten Jahren bei sowie die nicht vorhandenen Versorgungsstrukturen.

Auch in den Nachbargemeinden Börgerende-Rethwisch sowie Elmenhorst-Lichtenhagen werden derzeit nicht vor Ort gebundene Potenziale für den örtlichen Einzelhandel deutlich, welche mit den Planvorhaben zumindest partiell gebunden werden könnten.

Diese Anteile fließen derzeit ab, da es vor Ort keine qualitativen Angebote im Lebensmittelbereich gibt. Um eine Größenordnung von rd. 7,0 Mio. Euro zumindest anteilig zu binden, ist die Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters angezeigt.

Auch vor dem Hintergrund der touristischen Bedeutung ist hier ein Konzept, welches grundsätzlich in der Lage ist auf die entsprechende Nachfrage zu reagieren (Regionalität, Qualität und Frischekompetenz) sowie mitunter starke Schwankungen in der Nachfrage kompensieren zu können (Saisonspitzen), gefragt. Ein kleinerer Lebensmittelvollsortimentsbetrieb könnte diese Anforderungen nachhaltig und langfristig erfüllen. Die entsprechenden Vertriebskonzepte verfügen i.d.R. über Verkaufsflächen ab rd. 1.200 bis 1.500 m².

10. Planungsrechtliche und planerische Beurteilungsgrundlagen

In den vergangenen Jahren ist eine zunehmend ausdifferenzierte und umfangreiche Rechtsprechung zum Themenkreis Einzelhandel und Bauplanungsrecht festzustellen. Nicht zuletzt die Rechtsprechung hat zu einer zunehmenden Verdichtung der rechtlichen und planerischen Vorgaben geführt.

Im Folgenden werden die wesentlichen rechtlichen und planerischen Rahmenbedingungen erläutert. Dabei werden insbesondere diejenigen Aspekte näher betrachtet, die im Zusammenhang mit dem Vorhaben voraussichtlich von Relevanz sind.

10.1. Baunutzungsverordnung - § 11 Abs. 3

Mit einer avisierten Verkaufsfläche von mehr als 800 m² ist der geplante EDEKA-Markt zunächst flächenseitig als großflächig einzustufen, sodass das Vorhaben nach § 11 Abs. 3 BauNVO zu beurteilen und Grundsätze sowie die Ziele des Landesentwicklungsprogramms zu beachten sind.

Die Beurteilung des geplanten Lebensmittelmarktes richtet sich insofern nach § 11 Abs. 3 BauNVO:

„1. Einkaufszentren,

2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art und Lage oder Umfang auf die Verwirklichung Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,

3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind, sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig.“

Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind u. a. auch Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich des Planvorhabens und auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden.

Bei der Frage, ob ein Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt zu bewerten ist, sind zwei Aspekte zunächst getrennt voneinander zu prüfen:

- Der Sachverhalt der Großflächigkeit des Vorhabens muss erfüllt sein, was nach höchstrichterlicher Entscheidung ab einer Verkaufsfläche von über 800 m² zutrifft.²⁷
- Die zuvor beschriebenen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO müssen zu erwarten sein, was regelmäßig ab 1.200 m² Geschossfläche angenommen wird (= Regelvermutung), jedoch in einer Einzelfalluntersuchung widerlegt werden kann.

Für eine Einstufung als Einzelhandelsgroßprojekt müssen beide Sachverhalte (über 800 m² Verkaufsfläche und gleichzeitig Auswirkungen bei über 1.200 m² Geschossfläche) kumulativ auftreten.

²⁷ BVerwG vom 24. November 2005, 4 C 10.04. In dem Urteil hat das Bundesverwaltungsgericht die bisherige Grenze der Großflächigkeit auf 800 m² VK angehoben. Demnach sind nunmehr Einzelhandelsbetriebe großflächig im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten. Bei der Berechnung der Verkaufsfläche sind auch die Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden dürfen, der Kassenvorraum (einschl. eines Bereichs zum Einpacken der Waren und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials) sowie evtl. ein Windfang einzubeziehen.

Die Regelvermutung kann jedoch widerlegt werden, wenn im Rahmen einer Einzelfallprüfung nachgewiesen werden kann, dass im konkreten Fall keine Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind. Dazu dürfen von dem Vorhaben jenseits der Vermutungsgrenze keine Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung ausgehen. Dabei sind nach § 11 Abs. 3 BauNVO hinsichtlich der Auswirkungen „... insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

Insofern kann die **Widerlegung der Regelvermutung (atypische Fallgestaltung)** aus betrieblichen oder städtebaulichen Besonderheiten des konkreten Sachverhaltes resultieren. Betriebliche Besonderheiten können bei einem Lebensmittelmarkt ausgeschlossen werden, weshalb **städtebauliche Besonderheiten** relevant sind.

Ob städtebauliche Besonderheiten gemäß Urteil des BVerwG vom 24. November 2005 – 4 C 10.04 – gegeben sind, hängt „maßgeblich davon ab, welche Waren angeboten werden, auf welchen Einzugsbereich der Betrieb angelegt ist und in welchem Umfang zusätzlicher Verkehr hergerufen wird. Entscheidend ist, ob der Betrieb über den Nahbereich hinauswirkt und dadurch, dass er unter Gefährdung funktionsgerecht gewachsener städtebaulicher Strukturen weiträumig Kaufkraft abzieht, auch in weiter entfernten Wohngebieten die Gefahr heraufbeschwört, dass Geschäfte schließen, auf die insbesondere nicht motorisierte Bevölkerungsgruppen angewiesen sind. Nachteilige Wirkungen dieser Art werden noch verstärkt, wenn der Betrieb in erheblichem Umfang zusätzlichen gebietsfremden Verkehr auslöst.“

Entscheidungsrelevant für eine städtebauliche Atypik ist somit:

- die Ausrichtung des Sortiments auf ein vorwiegend nahversorgungsrelevantes Warenangebot,
- die Gliederung und Größe der Gemeinde, in der sich der Lebensmittelmarkt einfügen muss,
- eine für die Wohnbevölkerung gut erreichbare Lage (städtebaulich integriert),
- eine überaus hohe Versorgungsfunktion des Lebensmittelmarktes für sein Umfeld, so dass der Lebensmittelmarkt überwiegend von der Nachfrage im Nahbereich getragen wird und er damit zur verbrauchernahen Versorgung beiträgt,
- dass der Lebensmittelmarkt das Verkehrsaufkommen nicht wesentlich erhöht und damit auch verkehrlich verträglich ist.

10.2. Landes- und Regionalplanung

Die raumordnerische Steuerung einer Einzelhandelsentwicklung bezieht sich auf die Errichtung, Erweiterung und Veränderung großflächiger Einzelhandelsbetriebe sowie die Erweiterung sonstiger Einzelhandelsbetriebe über die Schwelle der Großflächigkeit hinaus. Die entsprechenden Ziele der Raumordnung und Landesplanung sind in den Landesentwicklungsprogrammen der Bundesländer fixiert. Im Allgemeinen werden großflächige Einzelhandelsbetriebe durch folgende Vorgaben gesteuert:

- **Konzentrationsgebot** – welches die Konzentration von Versorgungseinrichtungen entsprechend der jeweiligen Stufe der zentralen Orte bezweckt,
- **Kongruenzgebot** – wonach der Einzugsbereich eines Einzelhandelsbetriebes den zentralörtlichen Versorgungsbereich der Ansiedlungsgemeinde nicht wesentlich überschreiten darf,
- **Beeinträchtungsverbot** – wonach die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich und die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte nicht beeinträchtigt werden darf,
- **Integrationsgebot** – welches eine städtebaulich integrierte Lage des großflächigen Einzelhandelsvorhabens, insbesondere bei zentrenrelevanten Sortimenten, vorsieht.

Das Landesentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern aus dem Jahr 2016 trifft im Kapitel 4 „Siedlungs- und Wirtschaftsentwicklung“ unter Punkt 4.3.2. „Einzelhandelsgroßprojekte“ entsprechende Vorgaben zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels. Die Gemeinde Nienhagen befindet sich innerhalb eines Vorbehaltsgebietes für Tourismus. Für diese werden in Abschnitt 4.6 ebenfalls Ziele und Grundsätze formuliert. Nachfolgend werden die für das vorliegende Planvorhaben relevanten Ziele dargestellt:

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

(2) Einzelhandelsgroßprojekte nach (1) sind nur zulässig, wenn die Größe, die Art und die Zweckbestimmung des Vorhabens der Versorgungsfunktion des Zentralen Ortes entsprechen, den Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes nicht wesentlich überschreiten und die Funktionen der Zentralen Versorgungsbereiche des Zentralen Ortes und seines Einzugsbereiches nicht wesentlich beeinträchtigt werden. (Z)

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

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

– eine integrierte Lage in den Zentralen Versorgungsbereichen aus städtebaulichen Gründen nicht umsetzbar ist,

– das Vorhaben zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung beiträgt und

– die Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

[...]

(4) Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche an städtebaulich integrierten Standorten zulässig. Ausnahmsweise dürfen Vorhaben in städtebaulicher Randlage angesiedelt werden, wenn nachweislich keine geeigneten Standorte in integrierten Lagen vorhanden sind. Voraussetzung für die Ansiedlung in städtebaulicher Randlage ist eine Anbindung an das ÖPNV-Netz und an das Radwegenetz. (Z)

Zentrenrelevante Randsortimente innerhalb der Einzelhandelsgroßprojekte sind zulässig, sofern keine schädlichen Auswirkungen auf die Innenstadt / das Ortszentrum und auf sonstige Zentrale Versorgungsbereiche zu befürchten sind (Einzelfallprüfung erforderlich). (Z)

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

(6) Ausnahmsweise können Einzelhandelsgroßprojekte in Umlandgemeinden der Stadt-Umland-Räume angesiedelt werden. Voraussetzung hierfür ist ein interkommunal abgestimmtes Einzelhandelskonzept für den jeweiligen Stadt-Umland-Raum. Bei der Aufstellung der Einzelhandelskonzepte für den jeweiligen Stadt-Umland-Raum sind die in (2), (3) und (4) formulierten Ziele zu berücksichtigen. (Z)

Die Gemeinde Nienhagen befindet sich innerhalb eines Vorbehaltsgebietes für Tourismus. Hierzu wird unter 4.6 des Landesentwicklungsprogramms „Tourismusentwicklung und Tourismusräume“ folgendes ausgeführt:

(4) In den Vorbehaltsgebieten Tourismus soll der Sicherung der Funktion für Tourismus und Erholung besonderes Gewicht beigemessen werden. Dies ist bei der Abwägung mit anderen raumbedeutsamen Planungen, Maßnahmen, Vorhaben, Funktionen und Nutzungen und denen des Tourismus selbst besonders zu berücksichtigen.

(5) Die Vorbehaltsgebiete Tourismus sollen bei der Tourismusförderung besondere Berücksichtigung finden. In den bereits intensiv genutzten Bereichen der Außenküste und der Inseln haben Maßnahmen zur Qualitätsverbesserung und Saisonverlängerung Priorität. (Z)

[...]

(6) In den Regionalen Raumentwicklungsprogrammen werden die festgelegten Vorbehaltsgebiete Tourismus regionalspezifisch konkretisiert und räumlich ausgeformt.

Die Vorbehaltsgebiete Tourismus sind in Schwerpunkträume und Entwicklungsräume zu differenzieren. (Z)

Tourismusschwerpunkträume sind dabei die Räume, die sich innerhalb einer Gemeinde oder eines Erholungsgebietes durch eine überdurchschnittlich hohe touristische Nachfrage und ein überdurchschnittlich hohes touristisches Angebot auszeichnen und in denen eine gezielte raumordnerische Steuerung der Entwicklung notwendig ist. In diesen Gebieten sollen die Belange des Tourismus nicht durch andere Nutzungen beeinträchtigt werden.

In den Regionalen Raumentwicklungsprogrammen werden die festgelegten Vorbehaltsgebiete Tourismus regionalspezifisch konkretisiert und räumlich ausgeformt. Laut dem Regionalen Raumentwicklungsprogramm Mittleres Mecklenburg/Rostock aus dem Jahr 2011 sowie in der Teilfortschreibung Raumentwicklungsprogramm Rostock vom Dezember 2019 wird der **Gemeinde Nienhagen die Funktion eines Tourismusschwerpunktes** zugewiesen.

Die Gemeinde Nienhagen überschreitet mit mehr als 190.000 Übernachtungen (inkl. nicht-gewerblicher Bereich) deutlich die Anforderung von mindestens 50.000 Übernachtungen/1.000 Einwohner im Jahr und ist damit Tourismusschwerpunkt und hat demnach für die Versorgung der Touristen eine wichtige Funktion. Die Kompatibilität des Planvorhabens mit der Landes- und Regionalplanung wird in Kapitel 12.1 geprüft.

10.3. Einzelhandelsentwicklungskonzept Stadt-Umland-Raum-Rostock und Entwicklungsrahmen

Auf der Grundlage von §16a des Landesplanungsgesetzes Mecklenburg-Vorpommern wurde mit den Festlegungen in Kapitel 3.1.2 im Landesraumentwicklungsprogramm (LEP M-V) den Gemeinden im Stadt-Umland-Raum Rostock die Erarbeitung eines selbstbindenden, raumbezogenen Rahmenplanes für einen festgesetzten Raum auferlegt. Dieser Entwicklungsrahmen für den Stadt-Umland-Raum-Rostock wurde im Jahr 2011 durch den Arbeitskreis "Stadt-Umland-Raum-Rostock" unter der Moderation des Amtes für Raumordnung und Landesplanung erarbeitet.

Im Rahmen der Aufstellung des Entwicklungsrahmens wurde darüber hinaus im Vorfeld ein Einzelhandelsentwicklungskonzept für den Stadt-Umland-Raum erstellt (BBE RETAIL EXPERTS: Einzelhandelsentwicklungskonzept Stadt-Umland-Raum-Rostock, 2010). Das Einzelhandelsentwicklungskonzept beinhaltet neben einem Standort- und Zentrenkonzept konkrete Aussagen zu den Entwicklungsszenarien in den verschiedenen Gemeinden des Stadt-Umland-Raumes Rostock. Im Rahmen des Standort- und Zentrenkonzeptes wurden den Einzelhandelsstandorten konkrete Funktionszuweisungen im Hinblick auf ihre Versorgungsfunktionalität zugewiesen. Dabei wurden zwischen vier Entwicklungsszenarien unterschieden:

- Entwicklungsstandorte
- Begrenzungsstandorte
- Bestandssicherungsstandorte
- Unterversorgungsstandorte

Die **Gemeinde Nienhagen** wurde im Rahmen des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes als **Bestandssicherungsstandort** eingestuft. Für diese Standortkategorie wurde folgende Empfehlung definiert:

"Im Hinblick auf die Sicherstellung der Nahversorgung sollte der Betreiber - wenn möglich - unterstützt werden (u.a. Gestaltung der Rahmenbedingungen, Einbindung in zu entwickelnde Nahversorgungskonzepte). Die Kommune sollte eigenverantwortlich für die Absicherung der Nahversorgung der Bevölkerung tätig werden (vgl. Einzelhandelsentwicklungskonzept, 2010, S. 28)".

Weiterhin wird die Einzelhandelsstruktur im Ostseebad Nienhagen wie folgt skizziert und bewertet:

"Auch das Einzelhandelsangebot des Ostseebades Nienhagen ist kleinflächig strukturiert und auf den Tourismus ausgerichtet. Ein gewisser Einzelhandelsschwerpunkt ist rund um den Schlecker Drogeriemarkt im Eingangsbereich der Strandstraße vorhanden. Das vorhandene Nahversorgungsangebot kann die Nahversorgungsfunktion nur sehr eingeschränkt erfüllen. Bei einer Entwicklung des Angebotes ist das Zusammenwirken zu dem ebenfalls schwach versorgten Börgerende-Rethwisch zu berücksichtigen. Mittel- bis langfristig sind auch in der Gemeinde Nienhagen (in Abhängigkeit auch von der Entwicklung des Tourismus) Entwicklungsoptionen vorhanden (vgl. Einzelhandelsentwicklungskonzept, 2010, S. 28 u. S. 44)".

Die Kompatibilität des Planvorhabens mit den Empfehlungen des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes wird in Kapitel 12.2 geprüft.

11. Auswirkungsanalyse

11.1. Marktaberschöpfung und Umsatzleistung des Planvorhabens

Die Einschätzung der durch die geplante Ansiedlung zu erwartenden Umsätze bildet die Voraussetzung für die Prognose der ausgelösten Umsatzumlenkungen und der hierdurch möglicherweise hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen.

Aufbauend auf der Wettbewerbs- und Nachfragesituation ist eine Umsatzprognose für das Planvorhaben vorzunehmen. Die Berechnung erfolgt unter Heranziehung der zu erwartenden Anteile vom Kaufkraftpotenzial (= Abschöpfungsquote), die das Vorhaben im Einzugsgebiet binden kann. Wesentliche Rahmenbedingungen sind dabei die Marktbedeutung der projektierten Betriebsform, die Größe des Vorhabens und damit die Ausstrahlungskraft sowie die Erreichbarkeit des Vorhabenstandortes.

Unter Berücksichtigung dieser Faktoren kann der EDEKA-Markt nach Realisierung rd. 39 % von dem in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren verfügbaren Kaufkraftpotenzial im Kerneinzugsgebiet (Zone I/ca. 7,4 Mio. Euro Kaufkraft) binden. Im erweiterten Einzugsgebiet (Zone II/ ca. 4,6 Mio. Euro Kaufkraft) wird die Kaufkraftbindung des Planvorhabens mit rd. 19 % deutlich niedriger liegen. In diesem Bereich (Gemeinde Börgerende-Rethwisch) kommt zum einen der bereits ortsansässige Netto Markendiscouter sowie zum anderen die geringe Nachfrageplattform 'zum Tragen'. Für die Zone III (Gemeinde Elmenhorst-Lichtenhagen) wird, bezogen auf das vorhandene Kaufkraftpotenzial von rd. 12,0 Mio. Euro, eine Bindungsquote von maximal rd. 4 % prognostiziert. In diesem Kontext macht sich die ortsansässige Angebotsausstattung im Lebensmittelbereich (u.a. Netto Nord und Netto Markendiscouter) sowie die räumliche Nähe zu den Lebensmittelmärkten in der Hansestadt Rostock bemerkbar.

Der geplante EDEKA-Markt dient somit in erster Linie der Versorgung der in der Gemeinde Nienhagen lebenden Bevölkerung sowie dem örtlichen Fremdenverkehrsaufkommen und entspricht damit einem standortadäquaten Vertriebskonzept (vgl. hierzu auch Kapitel 9.3).

Mit Kunden aus der Gemeinde Nienhagen sowie dem örtlichen Fremdenverkehrsaufkommen (Zone I) kann der geplante Lebensmittelmarkt voraussichtlich ein Umsatz von rd. 2,9 Mio. Euro p.a. mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten erzielen. Gemessen am prognostizierten nahversorgungsrelevanten Gesamtumsatz des geplanten EDEKA-Marktes entspricht dies einem Umsatz- bzw. Kundenanteil von rd. 65 %.

Ein Anteil von rd. 20 % des nahversorgungsrelevanten Umsatzes (rd. 0,9 Mio. Euro p.a.) wird mit Kunden aus der Nachbargemeinde Börgerende-Rethwisch (Zone II) generiert, weitere rd. 9 % des nahversorgungsrelevanten Umsatzes (rd. 0,4 Mio. Euro p.a.) mit Kunden aus der Zone III (Elmenhorst-Lichtenhagen).

Die (diffusen) Streuumsätze belaufen sich auf eine Größenordnung von rd. 5 % und resultieren in erster Linie aus dem Fremdenverkehrsaufkommen in der Nachbargemeinde Börgerende-Rethwisch bzw. Elmenhorst.

Tabelle 8: Marktanteile und Umsatz des geplanten EDEKA-Lebensmittelmarktes mit 1.200 m² VKF

Bereich	Erwarteter Umsatz	Kundenanteil	Kaufkraftpotenzial*	Kaufkraftbindungsquote
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
Zone 1: Kerneinzugsgebiet Nienhagen inkl. Fremdenverkehr	2,9	65%	7,4	39%
Zone 2: Erweitertes Einzugsgebiet Börgerende-Rethwisch	0,9	20%	4,6	19%
Zone 3: Erweitertes Einzugsgebiet Elmenhorst-Lichtenhagen	0,4	10%	12,0	4%
Diffuse Umsatzzuflüsse	0,2	5%	./.	./.
Nahversorgungsrelevante Kernsortimente gesamt	4,4	100%	./.	./.
Nonfood-Sortimente	0,4	./	./.	./.
Summe	4,8	./.	./.	./.

Quelle: BBE-Berechnungen 2020, Rundungsdifferenzen möglich

*nahversorgungsrelevante Kernsortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogerieartikel)

Laut sekundärstatistischen Daten beträgt der durchschnittliche Umsatz einer EDEKA-Filiale in Deutschland rd. 5,5 Mio. Euro (inkl. Nonfood-Sortimente). Dies entspricht bei einer durchschnittlichen Filialgröße von ca. 1.245 m² Verkaufsfläche einer Flächenproduktivität von ca. 4.460 Euro je m² Verkaufsfläche.²⁸

Die BBE-Gutachter gehen davon aus, dass der geplante EDEKA-Markt mit einer unterdurchschnittlich großen Verkaufsfläche von rd. 1.200 m² unter Berücksichtigung der Standortqualität, der Angebotssituation sowie des im Einzugsgebiet vorhandenen Bevölkerungspotenzials eine im Filialnetz unterdurchschnittliche Flächenleistung von rd. 4.000 Euro je m² Verkaufsfläche erzielt. Auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) entfallen hiervon rd. 4,4 Mio. Euro und auf Nonfood-Sortimente rd. 0,4 Mio. Euro.

Die unterdurchschnittliche Flächenproduktivität spiegelt zwar zum einen die 'überschaubare' Nachfrageplattform im Kerneinzugsgebiet (Gemeinde Nienhagen) des geplanten Lebensmittelmarktes wieder, dokumentiert zum anderen jedoch auch, dass eine Verkaufsflächendimensionierung von 1.200 m² als **standortadäquat** zu bewerten ist. Diese gutachterliche Einschätzung wird durch die Kaufkraftbindungsquote im Kerneinzugsgebiet von < 40 % (rd. 39 %) untermauert, die zwar als durchaus ambitioniert zu bewerten ist, jedoch angesichts der fehlenden Wettbewerbsstrukturen im Gemeindegebiet - mit Ausnahme des Tante-Emma-Ladens - sowie der stetig wachsenden touristischen Nachfrageplattform, als realistisch einzustufen ist.

Zudem wird dies durch die nahversorgungsrelevante Einzelhandelszentralität von nur rd. 5 % im Gemeindegebiet von Nienhagen unterstrichen (siehe Tabelle 7), womit per saldo ein Kaufkraftabfluss von derzeit rd. 7,0 Mio. Euro einhergeht. Ein hoher Anteil dieser Kaufkraftabflüsse könnte zukünftig vor Ort gebunden werden.

²⁸ Hahn-Gruppe, Retail Real Estate Report – Germany 2019/ 2020

In diesem Kontext ist jedoch auch darauf hinzuweisen, dass ein größer dimensionierter Lebensmittelmarkt im Ostseebad wirtschaftlich 'an seine Grenzen' stoßen dürfte und für den Standort Nienhagen als überdimensioniert zu bewerten wäre. Demgegenüber würde ein flächenseitig kleineres Vertriebskonzept in der Hauptsaison an die Grenzen der Leistungsfähigkeit stoßen.

Wie bereits in der Ausgangslage erwähnt, wurde von Seiten der BBE Handelsberatung in einer Vorab-Prüfung für einen EDEKA Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsflächengröße von rd. 1.500 m² festgestellt, dass dieser aus gutachterlicher Sicht marktseitig nicht umsetzbar ist, ohne dabei eine spürbar über das Gemeindegebiet hinausgehende Versorgungsfunktion zu übernehmen.

Nachfolgende Tabelle 9 verdeutlicht, dass für einen Lebensmittelmarkt mit rd. 1.500 m² Verkaufsfläche sowie einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von rd. 4.000 Euro/m² Verkaufsfläche ein Brutto-Umsatzvolumen von rd. 6,0 Mio. Euro p.a. resultiert.

Tabelle 9: Marktanteile und Umsatz des geplanten EDEKA-Lebensmittelmarktes mit 1.500 m² VKF

Bereich	Erwarteter Umsatz	Kundenanteil	Kaufkraftpotenzial*	Kaufkraftbindungsquote
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
Zone 1: Kerneinzugsgebiet Nienhagen inkl. Fremdenverkehr	3,6	65%	7,4	49%
Zone 2: Erweitertes Einzugsgebiet Börgerende-Rethwisch	1,1	20%	4,6	24%
Zone 3: Erweitertes Einzugsgebiet Elmenhorst-Lichtenhagen	0,6	10%	12,0	5%
Diffuse Umsatzzuflüsse	0,3	5%	./.	./.
Nahversorgungsrelevante Kernsortimente gesamt	5,5	100%	./.	./.
Nonfood-Sortimente	0,5	./	./.	./.
Summe	6,0	./.	./.	./.

Quelle: BBE-Berechnungen 2020, Rundungsdifferenzen möglich

*nahversorgungsrelevante Kernsortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogerieartikel)

Damit würde die Kaufkraftbindungsquote in Zone I (Gemeindegebiet von Nienhagen) auf fast 50 % (49 %) steigen, was aus gutachterlicher Sicht einen deutlichen Hinweis für eine 'Überdimensionierung' des geplanten Lebensmittelmarktes mit rd. 1.500 m² Verkaufsfläche signalisiert. Eine Kaufkraftbindungsquote im Kerneinzugsgebiet von fast 50 % würde bedeuten, dass knapp die Hälfte des potenziell im Gemeindegebiet vorhandenen Kaufkraftpotenzials für die periodischen Bedarfsgüter (Nahrungs- und Genussmittel / Drogerie- und Gesundheitsbedarf) durch den Lebensmittelvollsortimenter mit einer Größe von rd. 1.500 m² Verkaufsfläche gebunden wird. Dies ist aus gutachterlicher Sicht jedoch als unrealistisch einzustufen und würde das ortsansässige Marktvolumen (inkl. Tourismus) 'sprengen'.

Vor diesem Hintergrund sollte die projektierte Verkaufsfläche des EDEKA Lebensmittelmarktes nicht > 1.200 m² ausfallen, da eine darüber hinausgehende Größendimensionierung und der damit verbundene Mehr-Umsatz nicht mehr durch das ortsansässige Kaufkraftpotenzial in der Gemeinde Nienhagen (inkl. Tourismuspotenzial) gebunden werden kann. Somit würde der Fokus des Versorgungsauftrages des geplanten Lebensmittelmarktes nicht mehr im Gemeindegebiet liegen, sondern deutlich darüber hinausreichen.

Demgegenüber dient ein EDEKA Lebensmittelmarkt mit einer Größendimensionierung von 1.200 m² Verkaufsfläche im Schwerpunkt der Versorgung der im Gemeindegebiet von Nienhagen lebenden Bevölkerung. Ergänzend übernimmt er auch eine wichtige Versorgungsfunktion für das stetig wachsende Fremdenverkehrsaufkommen im Ostseebad, das als ausgewiesener Tourismusschwerpunkt eine entsprechende Versorgungsfunktion mit periodischen Bedarfsgütern aufweisen sollte.

Darüber hinaus ist im Zuge der Lebensmittelmarkt-Planung auch die Arrondierung einer Bäckerei/Café beabsichtigt. Wie bereits in Kapitel 5 skizziert handelt es sich dabei um eine eigenständige Betriebseinheit, die über eigene Ein- und Ausgänge, eine eigenständige Anlieferung sowie eigene Personalräume (inkl. WC) verfügt und demnach als selbstständige Funktionseinheit zu bewerten ist. Die für den Gastraum vorgesehene Nutzfläche nimmt den überwiegenden Bereich der Verkehrsflächen ein, die Verkaufsflächen für den Straßenverkauf von Backwaren ordnen sich der gastronomischen Nutzung deutlich unter. Vor diesem Hintergrund sind rd. 20 m² als reine Verkaufsfläche für den Verkauf von Backwaren mit einem Mehrwertsteuersatz von 7 % einzustufen, während der Sitzbereich als Gastronomiefläche mit einem Mehrwertsteuersatz von 19 % zu bewerten ist.

Vor dem Hintergrund der standortseitigen Rahmenbedingungen wird von Seiten der Gutachter für die geplante Bäckerei/Café eine durchschnittliche Flächenproduktivität von rd. 7.500 Euro je m² Verkaufsfläche zu Grunde gelegt. Damit beläuft sich die Umsatzleistung für die geplante Bäckerei/Café auf rd. 0,15 Mio. Euro p.a.

In Summe resultiert daraus für das gesamte Planvorhaben (EDEKA Lebensmittelmarkt zzgl. Bäckerei/Café) ein Brutto-Umsatzvolumen in einer Größenordnung von knapp 5,0 Mio. Euro p.a., wobei rd. 4,6 Mio. Euro auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) entfallen und rd. 0,4 Mio. Euro auf die Nonfood-Sortimente. In diesem Angebotssegment (Nonfood-Sortimente) werden die Auswirkungen unterhalb der Nachweisbarkeitsschwelle liegen. Hier kann davon ausgegangen werden, dass die entsprechende Kaufkraft bereits überwiegend von größeren Lebensmittelmärkten im weiteren Umfeld des Planstandortes gebunden wird und damit die zu betrachtenden Umsatzverlagerungen in erster Linie Lebensmittelmärkte betreffen werden. Sonstige Einzelhandelsbetriebe werden dagegen nur in einem sehr marginalen Maß wettbewerblich tangiert, sodass die wirtschaftliche Tragfähigkeit des Facheinzelhandels nicht gefährdet wird.

Tabelle 10: Umsatzanteile des geplanten EDEKA-Lebensmittelmarktes (1.200 m² VKF) zzgl. Bäckerei

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ²	Umsatzerwartung in Mio. €
Edeka-Lebensmittelmarkt		
Nahrungs- und Genussmittel/Drogeriewaren	1.100	4,4
sonstige Sortimente (Nonfood)	100	0,4
Bäckerei/Café		
Nahrungs- und Genussmittel	20	0,2
Gesamt	1.220	5,0

Quelle: BBE-Handelsberatung GmbH; eigene Berechnung 2020; Rundungsdifferenzen möglich

Nachfolgende Tabelle 11 dokumentiert die Marktanteile/Kaufkraftbindungsquoten für den geplanten Lebensmittelmarkt zzgl. Bäckerei/Café. Demnach können voraussichtlich rd. 3,0 Mio. Euro des nahversorgungsrelevanten Umsatzes in der Gemeinde Nienhagen (Zone I) erzielt werden, was - gemessen am prognostizierten nahversorgungsrelevanten Gesamtumsatz - einem Kunden- bzw. Umsatzanteil von rd. 65 % entspricht. Die Kaufkraftbindungsquote in Zone I steigt marginal auf rd. 40 %.

Tabelle 11: Marktanteile und Umsatz des geplanten EDEKA-Lebensmittelmarktes (1.200 m² VKF) zzgl. Bäckerei

Bereich	Erwarteter Umsatz	Kundenanteil	Kaufkraftpotenzial*	Kaufkraftbindungsquote
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
Zone 1: Kerneinzugsgebiet Nienhagen inkl. Fremdenverkehr	3,0	65%	7,4	40%
Zone 2: Erweitertes Einzugsgebiet Börgerende-Rethwisch	0,9	20%	4,6	20%
Zone 3: Erweitertes Einzugsgebiet Elmenhorst-Lichtenhagen	0,5	10%	12,0	4%
Diffuse Umsatzzuflüsse	0,2	5%	./.	./.
Nahversorgungsrelevante Kernsortimente gesamt	4,6	100%	./.	./.
Nonfood-Sortimente	0,4	./	./.	./.
Summe	5,0	./.	./.	./.

Quelle: BBE-Berechnungen 2020, Rundungsdifferenzen möglich

*nahversorgungsrelevante Kernsortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogerieartikel)

11.2. Umsatzumlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen

Bei der Umsatzprognose wurden die Abschöpfungsquoten des Planvorhabens im projektrelevanten Einzugsgebiet ermittelt und somit dargelegt, welche Versorgungsbedeutung der EDEKA-Markt nach Realisierung im Gemeindegebiet von Nienhagen übernehmen kann. Demnach dient der geplante Lebensmittelvollsortimenter in erster Linie der wohnungsnahen Grundversorgung der ortsansässigen Wohnbevölkerung in Nienhagen sowie dem hohen Fremdenverkehrsaufkommen im Ostseebad.

Für die Betrachtung der zu erwartenden ökonomischen und städtebaulichen Auswirkungen sind jedoch die durch das Planvorhaben induzierten Umlenkungseffekte für die ansässigen Betriebe relevant.

Im Falle der Realisierung des geplanten EDEKA-Marktes zzgl. Bäckerei/Café mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 1.220 m² ist im Sinne eines **Worst-Case-Ansatzes** insgesamt ein Brutto-Umsatz in Höhe von ca. 4,6 Mio. Euro p.a. für die nahversorgungsrelevanten Kernsortimente zu prognostizieren.

Bei der Einschätzung der zu erwartenden Umsatzverlagerungseffekte werden folgende Annahmen zugrunde gelegt:

- Die durch das Planvorhaben hervorgerufenen Umsatzverlagerungen gehen in erster Linie zu Lasten derjenigen Wettbewerber, die eine vergleichbare Marktpositionierung und Angebotsausrichtung aufweisen. Dies bedeutet, dass als Hauptwettbewerber des geplanten Lebensmittelvollsortimenters in Nienhagen in erster Linie die vorhandenen Lebensmittelvollsortimenter im perspektivischen Einzugsgebiet anzusehen sind, d.h. der Edeka-Markt in Bad Doberan sowie der planungsrechtlich bereits genehmigte Rewe-Markt an der Nienhäger Chaussee in Bad Doberan. Darüber hinaus weist aus gutachterlicher Sicht auch das E-Center in Rostock Lütten Klein eine Wettbewerbsrelevanz auf.
- Mit zunehmender Entfernung des Projektstandortes nimmt die Stärke der Umsatzverlagerungseffekte in der Regel ab. Dies bedeutet, dass systemgleiche Einzelhandelsbetriebe im näheren Umfeld des Projektstandortes stärker von Umsatzverlagerungen betroffen sind als weiter entfernt gelegene Einzelhandelsbetriebe.

Dieser Annahme liegt der Erfahrungswert zugrunde, dass für den Verbraucher die Attraktivität von Einzelhandelsbetrieben mit zunehmender Zeitdistanz und dem hiermit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand geringer wird. Die Zeitdistanzempfindlichkeit der einzelnen Sortimente ist jedoch unterschiedlich und wird wesentlich durch den Warenwert und die Häufigkeit der Nachfrage bestimmt.

So weisen insbesondere Lebensmittel und Drogeriewaren als Güter des täglichen Bedarfs eine hohe Zeitdistanzempfindlichkeit auf. Dies erklärt sich daraus, dass Kunden ihre Nahrungsmittel sehr häufig einkaufen und die durchschnittlichen Einkaufsbeträge vergleichsweise gering sind.

Insbesondere aufgrund der hohen Einkaufsfrequenz sind die Verbraucher nicht bereit, beim Einkauf größere Distanzen zu akzeptieren. Die Folge ist, dass auch größere Lebensmittelmärkte nur in einem engeren Einzugsgebiet höhere Kaufkraftbindungsquoten generieren können und mit zunehmender Distanz die Bindungsintensität sprunghaft absinkt.

Demgemäß werden sich die durch das Planvorhaben maximal zu erwartenden Umsatzumverteilungen vor allem auf die nächstgelegenen Lebensmittelmärkte im näheren Standortumfeld (Bürgerende-Rethwisch und Elmenhorst-Lichtenhagen) sowie auf die systemgleichen Anbieter an den attraktiven Pkw-orientierten Versorgungsstandorten in Bad Doberan (Fachmarkttagglomeration Walkenhagen und Nienhäger Chaussee) und z.T. auch Rostock Lütten Klein beziehen. Dagegen sind für die innerstädtischen Grundversorgungsstrukturen sowie für die kleinteiligen Nahversorgungseinrichtungen im Mittelzentrum Bad Doberan nur marginale Wettbewerbswirkungen zu erwarten.

Auf Basis der Umverteilungsprognose können Aussagen darüber getroffen werden, welche Standorte durch die Realisierung des EDEKA-Marktes im Ostseebad Nienhagen in welchem Umfang durch Umsatzeinbußen in den relevanten Sortimentsbereichen betroffen sein werden.

Unter Berücksichtigung der vorab dargelegten Aspekte wurde ein Prognosemodell erstellt und die bei der Realisierung des EDEKA-Lebensmittelmarktes zzgl. Bäckerei/Café mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd.1.220 m² Verkaufsfläche zu erwartenden Umsatzverlagerungen ermittelt. Die Prognoserechnung führt zu folgenden Ergebnissen:

Tabelle 12: Umsatzumlenkung und Umlenkungsquoten nach Lagen

Zentraler Versorgungsbereich/ Standort	Wettbewerberumsatz *	Umsatzumverteilung*	Umsatzumverteilung
	in Mio. €	in Mio. €	in %
Gemeinde Nienhagen (Tante-Emma-Laden)	0,4	< 0,1	15 bis 20%
Gemeinde Bürgerende-Rethwisch (Netto Markendiscounter)	3,9	0,2	5,1%
Gemeinde Elmenhorst-Lichtenhagen (u.a. Netto Nord, Netto Markendiscounter)	7,4	0,5	6,8%
ZVB Hauptzentrum Innenstadt Bad Doberan (u.a. Netto Nord, Rossmann)	10,8	0,2	1,9%
ZVB Ergänzungsbereich Innenstadt Bad Doberan (Lidl)	5,0	0,1	2,0%
Fachmarkttagglomeration Walkenhagen Bad Doberan (u.a. Edeka, Aldi, dm, GetränkeLand)	13,5	1,6	11,9%
sonstige Nahversorgungsstandorte Bad Doberan** (u.a. Rewe, Norma, Netto, Penny)	15,2	1,2	7,9%
Bad Doberan gesamt	44,4	2,9	5,0%
Rostock Lütten Klein (u.a. E-Center, Aldi, Lidl, Netto, Penny)	58,4	0,6	1,0%
Untersuchungsraum gesamt	114,6	4,5	3,9%
Diffuse Umsatzumverteilung	./.	0,1	./.
Umverteilungseffekte insgesamt	./.	4,6	./.

*nur nahversorgungsrelevante Sortimentsanteile (Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren)
 **inkl. Prognoseumsatz des planungsrechtlich genehmigten Rewe-Marktes
 Quelle: BBE-Berechnungen 2020, Rundungsdifferenzen möglich

Der Berechnung liegt die Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung des relevanten Einzelhandels im Untersuchungsgebiet/Einzugsgebiet zu Grunde. Unter den zuvor genannten Prämissen ergeben sich bei diesem Berechnungsansatz die dargestellten Umsatzumlenkungseffekte (Maximalumsätze/ Worst-Case-Szenario).

- In der **Standortkommune Nienhagen** wird der geplante EDEKA-Markt zzgl. Bäckerei/Café bei Realisierung aller Voraussicht nach Umsatzumverteilungen in einer Größenordnung von < 0,1 Mio. Euro auslösen. Im Fokus steht dabei der einzige relevante Anbieter mit Lebensmittelverkauf (Tante-Emma-Laden). Aus gutachterlicher Sicht ist zwar davon auszugehen, dass das kleine Lebensmittelgeschäft über eine tradierte Stammkundschaft verfügt, die sich insbesondere aus den Bewohnern der unmittelbar angrenzenden Ferienappartements/Wohnungen generiert. Dennoch dürfte die Realisierung eines EDEKA-Marktes mit spürbaren Umsatzeinbußen für den Anbieter einhergehen. Die Gutachter prognostizieren hierbei Umverteilungseffekte in einer Größenordnung von mindestens rd. 15 bis 20 %. In diesem Kontext ist jedoch auch darauf hinzuweisen, dass nach Auskunft des Betreibers der Anbieter aus altersbedingten Gründen seinen Betrieb in absehbarer Zeit bzw. mit Realisierung des EDEKA-Marktes einstellen wird.
- Für die projektrelevanten Anbieterstrukturen in der Nachbargemeinde **Börgerende-Rethwisch** (Netto Markendiscouter inkl. Bäckerei), wird ein maximaler Umsatzverlust von rd. 0,2 Mio. Euro prognostiziert. Dieser Wert entspricht maximal rd. 5,1 % des derzeitigen Umsatzes. Damit dürfte der ortsansässige Netto Markendiscouter zwar die Realisierung eines EDEKA-Marktes in der Nachbargemeinde Nienhagen 'zu spüren' bekommen, jedoch handelt es sich nicht um einen systemgleichen Hauptwettbewerber, sondern um einen preisorientierten Anbieter. Zudem verfügt der Lebensmitteldiscouter über eine USP-Funktion (Alleinstellungsmerkmal) im Gemeindegebiet mit einer entsprechend stabilen Umsatzleistung und ist erste 'Anlaufadresse' für den Versorgungseinkauf des örtlichen Fremdenverkehrsaufkommen im Gemeindeteil Börgerende.
- Im Hinblick auf die discountorientierten Wettbewerbsstrukturen in der Gemeinde **Elmenhorst-Lichtehagen** (u.a. Netto Nord, Netto Markendiscouter, Getränkeland), ist mit einer maximalen Umverteilungsquote von rd. 6,8 % zu rechnen. In Summe sind dies rd. 0,5 Mio. Euro. Auch hier ist mit spürbaren Umsatzeinbußen für den örtlichen Lebensmitteleinzelhandel zu rechnen, jedoch sind diese auf einzelbetrieblicher Ebene absolut tragfähig und stellen keine existenzielle Gefährdung für die gemeindlichen Versorgungsstrukturen dar. Damit bewegen sich die prognostizierten Auswirkungen aus Sicht der Gutachter in einem Rahmen, der grundsätzlich als Ausdruck zulässigen Wettbewerbs zu bewerten ist.
- Bei den im **Hauptzentrum von Bad Doberan** ansässigen Lebensmittelanbietern handelt es sich in erster Linie um kleinteilige Fachgeschäfte bzw. Ladenhandwerksbetriebe; ergänzt werden diese durch einen discountorientierten Lebensmittelmarkt (Netto Nord) sowie Drogeriefachmarkt (Rossmann). Aufgrund der jeweils eher spezialisierten Angebotsausrichtung auf Teilsegmente und das Drogeriesegment stehen diese nur bedingt im Wettbewerb mit dem Planvorhaben. Auf sie entfallen daher in Summe nur geringe Umverteilungseffekte in Höhe von rd. 0,2 Mio. Euro, die für die einzelnen Anbieter nicht von Relevanz sind.
- Für den **innerstädtischen Ergänzungsstandort in Bad Doberan**, mit einem Lidl Lebensmitteldiscouter als Wettbewerber, ist voraussichtlich mit Umverteilungseffekten in Höhe von rd. 0,1 Mio. Euro zu rechnen, was einer prozentualen Umverteilungsquote von rd. 2,0 % entspricht.

- Die absolut höchsten Umsatzumverteilungen ergeben sich in der Summe erwartungsgemäß zu Lasten der Angebote am **Fachmarktstandort Walkenhagen in Bad Doberan**. Insgesamt werden hier rd. 1,7 Mio. Euro umverteilt, was einer Umverteilungsquote von rd. 12,6 % entspricht. Der hier ansässige Ankerbetrieb EDEKA sowie die arrondierenden Anbieter Aldi, Getränkeland oder dm werden dadurch jedoch keinesfalls in einer existenzgefährdenden Größenordnung betroffen, die Anbieter stellen sich leistungsstark dar und der Standortverbund spricht ein weitläufiges Einzugsgebiet an.
- Für die **solitären Nahversorgungsstandorte** (u.a. Norma, Netto, Penny, Rewe) am nördlichen Ortsein- und Ausgang von **Bad Doberan** wird voraussichtlich ein maximaler prozentualer Umsatzrückgang von knapp 8 % prognostiziert. In Summe sind dies rd. 1,2 Mio. Euro. Die hier ansässigen Lebensmittelanbieter sind 'erste Anlaufadresse' für den Versorgungseinkauf von Kunden aus dem nördlich gelegenen Nienhagen, die das differenzierte und gut aufgestellte Lebensmittelangebot des Mittelzentrums aufsuchen. Dabei wird insbesondere der bereits planungsrechtlich genehmigte Rewe-Markt (rd. 1.700 m² Verkaufsfläche), als nächstgelegener Lebensmittelvollsortimenter, in einen direkten Wettbewerb zum Planvorhaben im Ostseebad treten.
- Für die projektrelevanten Lebensmittelanbieter im westlich gelegenen **Stadtteil Lütten Klein** des Oberzentrums **Rostock** (u.a. E-Center, Aldi, Lidl, Penny, Netto) wird in der Summe ein Umsatzverlagerungseffekt von rd. 0,6 Mio. Euro bzw. maximal rd. 1,0 % prognostiziert. Es ist zu erwarten, dass sich ein gewisser Anteil der Versorgungseinkäufe der Nienhagener Bevölkerung im Fachmarktzentrum Warnow-Park und dem dort ansässigen E-Center, z.B. infolge von Arbeitspendlerverflechtungen oder dem regelmäßigen Wocheneinkauf, an den EDEKA-Neustandort im Ostseebad verlagern werden. Existenzielle Umsatzeinbußen können jedoch ausgeschlossen werden.
- Darüber hinaus wird ein geringer Umsatzanteil in Höhe von rd. 0,1 Mio. Euro aus **diffusen Kaufkraftzuflüssen** für das Planvorhaben in Ansatz gebracht. Dabei handelt es sich in erster Linie um Streuumsätze aus dem gesamten Großraum Rostock sowie aus Übernachtungsgästen von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes.

Insgesamt wird damit deutlich, dass der prognostizierte Planumsatz des Vorhabens einerseits aus der Umverteilung bestehender Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum, andererseits durch die stärkere Erschließung/Bindung offener Marktpotenziale im perspektivischen Einzugsgebiet - insbesondere der Gemeinde Nienhagen - resultiert.

Aus Sicht der BBE Handelsberatung können auf Basis der prognostizierten ökonomischen Auswirkungen des geplanten EDEKA Lebensmittelvollsortimenters zzgl. Bäckerei/Café betriebsbedingte Absiedelungen im Untersuchungsraum nicht abgeleitet werden, wenngleich z.T. mit einer Intensivierung des Wettbewerbs in den angrenzenden Nachbarkommunen zu rechnen ist.

11.3. Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnaher Versorgung / städtebauliche Auswirkungen

Für die städtebauliche Bewertung des Planvorhabens ist gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte Zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden oder die Nahversorgung in Wohngebieten nachteilig beeinflusst wird.²⁹

Diese negativen Auswirkungen wären zu unterstellen, wenn infolge der geplanten Realisierung des EDEKA-Marktes solche Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren wichtig sind, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können. Die Entwicklungsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen wäre dann beeinträchtigt, wenn bei Realisierung der Projektplanung die Chancen bestehender Betriebe zur Anpassung an Marktentwicklungen oder die Entwicklungschancen zum Ausbau zentraler Versorgungsbereiche eingeschränkt würden.

Städtebaulich relevante Auswirkungen liegen somit regelmäßig dann vor, wenn

- die Versorgung der Bevölkerung nicht mehr gewährleistet ist, da infolge eines Planvorhabens flächendeckende Geschäftsaufgaben bzw. Aufgaben von strukturprägenden Betrieben in Zentralen Versorgungsbereichen bzw. an wohnungsnahen Standorten zu befürchten sind bzw.
- das Planvorhaben zu Leerständen und damit zu einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der Zentralen Versorgungsbereiche führt und
- das Planvorhaben (geplante) Ansiedlungen in zentralen Versorgungsbereichen verhindern könnte.

Die BBE Handelsberatung GmbH vertritt die gutachterliche Einschätzung, dass durch die geplante Ansiedlung eines EDEKA Lebensmittelvollsortimenters mit einer maximalen Verkaufsfläche von 1.200 m² zzgl. Bäckerei/Café am Standort Nienhagen keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sowie die wohnungsnaher Versorgung im Untersuchungsraum gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind. Aus der vorstehenden Modellrechnung lassen sich zwar **wettbewerbliche, aber keine schädlichen städtebaulichen Auswirkungen** ableiten.

Folgende Gründe sprechen zusammenfassend für diese Einschätzung:

- Es werden durch die geplante Ansiedlung eines EDEKA-Marktes zzgl. Bäckerei/Café mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 1.220 m² keine schädlichen Umverteilungseffekte innerhalb der untersuchungsrelevanten Zentralen Versorgungsbereiche und bei den wohnortnahen Versorgungsstrukturen ausgelöst, sodass Wettbewerbswirkungen nicht die wirtschaftliche Tragfähigkeit einzelner Betriebe infrage stellen. Städtebaulich relevante Auswirkungen sind somit nicht zu erwarten.

²⁹ Die Einschätzung städtebaulicher Auswirkungen wird an die Regelungen des § 11 Abs. 3 BauNVO angelehnt, wonach sich Einzelhandelsbetriebe „nicht nur unwesentlich“ auswirken dürfen. Noch nicht abschließend geklärt ist, ab welcher Höhe des Schwellenwertes gravierende Auswirkungen auftreten können. In der Planungs- und Rechtsprechungspraxis hat sich als quantitative Orientierungsgröße etabliert, dass bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust von 10 %, bei anderen Sortimenten von 20 % als abwägungsrelevant angesehen wird. Bis zu diesen Abwägungsschwellenwerten ist regelmäßig davon auszugehen, dass sich keine erheblichen städtebaulichen Folgen ergeben werden. Es müssen jedoch weitere qualitative Indikatoren geprüft werden, um die Auswirkungen des Vorhabens beurteilen zu können.

- Die Entwicklungsfähigkeit von Zentralen Versorgungsbereichen im Untersuchungsraum wird durch das Ansiedlungsvorhaben nicht eingeschränkt. Vielmehr würde die Realisierung des Projektvorhabens im Rahmen des kommunalen Gemeindeentwicklungskonzeptes die Chance bieten, ein Ortszentrum in der Gemeinde Nienhagen zu etablieren und die zergliederten Siedlungsstrukturen nördlich und südlich der Doberaner Straße räumlich-funktional miteinander zu verknüpfen.
- Der nächste Zentrale Versorgungsbereich befindet sich außerhalb des perspektivischen Einzugsgebietes im Mittelzentrum Bad Doberan. Neben einem Netto (Nord) Lebensmitteldiscounter und einer Filiale des Drogeriefachmarktes Rossmann sind hier ausschließlich kleinteilige und spezifische Lebensmittelangebote (z.B. Ladenhandwerk, Obst- und Gemüse, Spirituosenhändler) lokalisiert, die durch ihre innerstädtische Lage stark auf Fußgänger ausgerichtet sind. Bei einer Umverteilungsquote von 1,9 % und einem prognostizierten Umsatzrückgang von rd. 0,2 Mio. Euro können schädliche Auswirkungen auf das Hauptzentrum von Bad Doberan ausgeschlossen werden. Diese Bewertung trifft aus gutachterlicher Sicht auch auf den Ergänzungsstandort Innenstadt (ZVB) von Bad Doberan zu. Die hier voraussichtlich ausgelösten Umverteilungseffekte für den dort relevanten Einzelhandelsbesatz (Lidl Lebensmitteldiscounter) bewegen sich in einer Größenordnung von rd. 2,0 %.
- In den direkten Nachbargemeinden Börgerende-Rethwisch und Elmenhorst-Lichtenhagen gibt es jeweils nur discountorientierte Lebensmittelanbieter, die auf die Grundversorgung der örtlichen Einwohner sowie im Falle von Börgerende-Rethwisch auch auf den Tourismus ausgerichtet sind. Aufgrund der begrenzten Verkaufsflächen kann hier kein Lebensmittelvollsortiment angeboten werden, weshalb die Wettbewerbsverflechtungen aufgrund der unterschiedlichen Ausrichtung begrenzt sind. Die Umverteilungsquoten von rd. 5,1 % für den Discountmarkt in Börgerende-Rethwisch und rd. 6,8 % für die Discountmärkte in Elmenhorst-Lichtenhagen bewegen sich somit in einem wirtschaftlich tragfähigen Rahmen, der grundsätzlich noch als Ausdruck zulässigen Wettbewerbs zu bewerten ist.
- Im Bereich der sonstigen Sortimente/ Nonfood-Sortimente ist mit einer Umsatzsteigerung von rd. 0,4 Mio. Euro zu rechnen. Hier kann davon ausgegangen werden, dass die entsprechende Kaufkraft derzeitig bereits überwiegend von größeren Lebensmittelmärkten gebunden wird und damit die zu betrachtenden Umsatzverlagerungen in erster Linie Lebensmittelmärkte betreffen werden. Sonstige Einzelhandelsbetriebe werden dagegen nur in einem sehr geringen Maß wettbewerbsfähig tangiert, sodass die wirtschaftliche Tragfähigkeit des Facheinzelhandels im Zentralen Versorgungsbereich von Bad Doberan nicht gefährdet wird.
- Die positive Nachfrageentwicklung in den letzten Jahren durch den deutlichen Anstieg der Touristenzahlen in im Ostessebad Nienhagen sowie auch einer weiterhin positiven Prognose ist als weiterer Sicherheitspuffer für die bestehenden Einzelhandelsbetriebe zu bewerten.

Im Fazit stellt das Planvorhaben einen zentralen Beitrag zur Sicherung der haushaltsnahen Grundversorgung in der Gemeinde Nienhagen dar, die mit der Schließung des “Tante-Emma-Ladens“ in absehbarer Zeit komplett wegfällt. Darüber hinaus gewährleistet die Realisierung des EDEKA-Marktes mit einer maximalen Verkaufsfläche von 1.200 m² eine adäquate Versorgungsausstattung für den ausgewiesenen Tourismusschwerpunkt Nienhagen mit hohen Wachstumsraten im Übernachtungsgewerbe. Negative Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO auf die Funktions- und Entwicklungsfähigkeit von Zentralen Versorgungsbereichen und die wohnungsnaher Versorgung im Untersuchungsraum sind für den Realisierungsfall des Vorhabens auszuschließen.

Die Vorhabenplanung bewegt sich in einer standortadäquaten Größenordnung (1.200 m² VKF) mit Blick auf die Realisierung eines marktgängigen Formates (Unterschwelle) für einen Lebensmittelvollsortimenter und beinhaltet einen nahversorgungsrelevanten Sortimentsschwerpunkt (Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren). Die Verträglichkeit der Planung konnte im Rahmen der vorangehenden Ausführungen nachgewiesen werden.

12. Bewertung und Kompatibilität des Planvorhabens mit den Zielen der Landes- und Regionalplanung sowie dem Einzelhandelsentwicklungskonzept

12.1. Kompatibilität mit der Landes- und Regionalplanung

Die Ziele und Grundsätze sind im Landesentwicklungsprogramm 2016 des Bundeslandes Mecklenburg-Vorpommern verbindlich geregelt. Darüber hinaus werden die festgelegten Vorbehaltsgebiete Tourismus regionalspezifisch in den Raumentwicklungsprogrammen konkretisiert. Im Folgenden wird die Kompatibilität der Planvorhaben mit dem Landesentwicklungsprogramm 2016 und dem Raumentwicklungsprogramm Mittleres Mecklenburg/Rostock 2011 geprüft. Zunächst wird dabei auf das Landesentwicklungsprogramm eingegangen.

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

Der geplante EDEKA Lebensmittelmarkt zzgl. Bäckerei/Café überschreitet mit einer Gesamtdimensionierung > 800 m² Verkaufsfläche die Grenze zur Großflächigkeit.

Die Gemeinde Nienhagen hat keine zentralörtliche Einstufung, ist jedoch im Raumentwicklungsprogramm wegen der hohen touristischen Bedeutung als Tourismusschwerpunkt ausgewiesen und integraler Bestandteil des Stadt-Umland-Raumes Rostock.

(2) Einzelhandelsgroßprojekte nach (1) sind nur zulässig, wenn die Größe, die Art und die Zweckbestimmung des Vorhabens der Versorgungsfunktion des Zentralen Ortes entsprechen, den Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes nicht wesentlich überschreiten und die Funktionen der Zentralen Versorgungsbereiche des Zentralen Ortes und seines Einzugsbereiches nicht wesentlich beeinträchtigt werden. (Z)

Der geplante Lebensmittelmarkt weist zunächst eine maßgebliche Versorgungsfunktion für die Gemeinde Nienhagen auf. Kaufkraftzuflüsse aus den Gemeinden Börgerende-Rethwisch und Elmenhorst-Lichtenhagen gefährden nicht die örtliche Nahversorgung, sondern ergänzen diese. Das Planvorhaben dient in erster Linie der Versorgung der Bevölkerung in der Gemeinde Nienhagen und überschreitet den Nahbereich nicht wesentlich. Der Umsatz wird überwiegend auch aus touristischen Umsätzen generiert, deshalb ist eine Beeinträchtigung der angrenzenden Zentralen Orte nicht zu erwarten.

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

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

– eine integrierte Lage in den Zentralen Versorgungsbereichen aus städtebaulichen Gründen nicht umsetzbar ist,

– das Vorhaben zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung beiträgt und

– die Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

Aus Sicht der Gutachter existiert in der Gemeinde Nienhagen derzeit kein faktischer Zentraler Versorgungsbereich. Der Projektstandort verfügt über unmittelbar angrenzende Wohnbebauung, ein fußläufiges Nahpotenzial sowie eine fußläufige ÖPNV-Anbindung.

Ziel des kommunalen Gemeindeentwicklungskonzeptes ist es mittel- bis langfristig die zergliederten Siedlungsstrukturen nördlich und südlich der Doberaner Straße räumlich-funktional miteinander zu verknüpfen und somit ein erfahrbares Ortszentrum zu schaffen. Bei erfolgreicher Umsetzung des städtebaulichen Entwicklungskonzeptes (Gemeindeentwicklungskonzeption) würden der Planstandort und damit der avisierte Lebensmittelmarkt in das siedlungsstrukturelle Zentrum der Gemeinde rücken (siehe Kapitel 6). Alternative Standortpotenziale für die Ansiedlung eines filialisierten Lebensmittelmarktes im Gemeindegebiet von Nienhagen, die aus städtebaulicher Sicht eine integrierte Lage aufweisen, existieren nicht und sind auch perspektivisch nicht gegeben.

Mit dem geplanten Lebensmittelmarkt kann die unzureichende Nahversorgung für Einwohner und Touristen in Nienhagen zukünftig sichergestellt werden. Zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnah Versorgung an weiteren Standorten werden dabei nicht gefährdet.

(6) Ausnahmsweise können Einzelhandelsgroßprojekte in Umlandgemeinden der Stadt-Umland-Räume angesiedelt werden. Voraussetzung hierfür ist ein interkommunal abgestimmtes Einzelhandelskonzept für den jeweiligen Stadt-Umland-Raum. Bei der Aufstellung der Einzelhandelskonzepte für den jeweiligen Stadt-Umland-Raum sind die in (2), (3) und (4) formulierten Ziele zu berücksichtigen. (Z)

Die Gemeinde Nienhagen ist integraler Bestandteil des Stadt-Umland-Raumes Rostock. Es liegt ein Einzelhandelsentwicklungskonzept für den Stadt-Umland-Raum Rostock aus dem Jahr 2010 vor, indem eine bedarfsgerechte Weiterentwicklung des Einzelhandels in Abhängigkeit mit der Entwicklung des Fremdenverkehrsaufkommens empfohlen wird (siehe hierzu auch anschließendes Kapitel 12.2).

Die Gemeinde Nienhagen befindet sich innerhalb eines Vorbehaltsgebietes für Tourismus. Hierzu wird unter 4.6 des Landesentwicklungsprogramms „Tourismusentwicklung und Tourismusräume“ folgendes ausgeführt:

(4) In den Vorbehaltsgebieten Tourismus soll der Sicherung der Funktion für Tourismus und Erholung besonderes Gewicht beigemessen werden. Dies ist bei der Abwägung mit anderen raumbedeutsamen Planungen, Maßnahmen, Vorhaben, Funktionen und Nutzungen und denen des Tourismus selbst besonders zu berücksichtigen.

(5) Die Vorbehaltsgebiete Tourismus sollen bei der Tourismusförderung besondere Berücksichtigung finden. In den bereits intensiv genutzten Bereichen der Außenküste und der Inseln haben Maßnahmen zur Qualitätsverbesserung und Saisonverlängerung Priorität. (Z)

Der geplante Lebensmittelmarkt ermöglicht eine standortadäquate Lebensmittelversorgung der Touristen vor Ort, die bislang nur eine unzureichende Qualität aufweist. Der Lebensmittelvollsortimenter trägt mit seinem breiten Angebot selbst zur Steigerung der Attraktivität für Touristen in der Gemeinde Nienhagen bei. Das Vorhaben fügt sich somit idealtypisch in die beiden obigen Sätze 4 und 5 ein.

(6) In den Regionalen Raumentwicklungsprogrammen werden die festgelegten Vorbehaltsgebiete Tourismus regionalspezifisch konkretisiert und räumlich ausgeformt.

Die Vorbehaltsgebiete Tourismus sind in Schwerpunkträume und Entwicklungsräume zu differenzieren. (Z)

Tourismusschwerpunkträume sind dabei die Räume, die sich innerhalb einer Gemeinde oder eines Erholungsgebietes durch eine überdurchschnittlich hohe touristische Nachfrage und ein überdurchschnittlich hohes touristisches Angebot auszeichnen und in denen eine gezielte raumordnerische Steuerung der Entwicklung notwendig ist. In diesen Gebieten sollen die Belange des Tourismus nicht durch andere Nutzungen beeinträchtigt werden.

In den Regionalen Raumentwicklungsprogrammen werden die festgelegten Vorbehaltsgebiete Tourismus regionalspezifisch konkretisiert und räumlich ausgeformt. Laut dem Regionalen Raumentwicklungsprogramm Mittleres Mecklenburg/Rostock aus dem Jahr 2011 sowie in der Teilfortschreibung Raumentwicklungsprogramm Rostock vom Dezember 2019 wird der Gemeinde Nienhagen die Funktion eines Tourismusschwerpunktes zugewiesen.

Da in der touristischen Hauptsaison die Nachfrage nicht allein in den zentralen Orten gedeckt werden kann, wurden im Raumentwicklungsprogramm Mittleres Mecklenburg/Rostock Tourismusschwerpunkte ausgewiesen. Die Gemeinde Nienhagen überschreitet mit mehr als 190.000 Übernachtungen (inkl. nicht-gewerblicher Bereich) deutlich die Anforderung von mindestens 50.000 Übernachtungen/1.000 Einwohner im Jahr und ist damit Tourismusschwerpunkt. Demnach hat die Gemeinde Nienhagen für die Versorgung der Touristen eine deutlich hervorgehobene Funktion, die auch eine standortadäquate Angebotsausstattung im Bereich der periodischen Bedarfsgüter umfasst.

Das Ostseebad Nienhagen hat sich in den letzten Jahren sehr dynamisch entwickelt, dies zeichnet sich in den konstant steigenden Übernachtungszahlen ab. Diese werden nicht nur durch die Hauptreisezeit induziert, sondern sind auch Beleg dafür, dass die Übernachtungszahlen in der Nebensaison ebenfalls permanent steigen. Für die Sicherung und den Ausbau dieser Entwicklung bedarf es auch einem gezielten Ausbau der touristischen Infrastruktur, in der Einzelhandelsangebote eine wichtige Rolle spielen.

Im Hinblick auf die möglichen Auswirkungen wurde bereits von Seiten der Gutachter dargelegt, dass durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte des Planvorhabens keine Zentralen Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität oder die Nahversorgung in Wohngebieten gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO im Untersuchungsraum negativ beeinträchtigt werden.

12.2. Kompatibilität mit dem Einzelhandelsentwicklungskonzept

Das Einzelhandelsentwicklungskonzept für den Stadt-Umland-Raum-Rostock aus dem Jahr 2010 beinhaltet neben einem Standort- und Zentrenkonzept konkrete Aussagen zu den Entwicklungsszenarien in den verschiedenen Gemeinden des Stadt-Umland-Raumes Rostock.

Die Gemeinde Nienhagen wurde im Rahmen des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes als Bestandssicherungsstandort eingestuft. Für diese Standortkategorie wurde folgende Empfehlung definiert:

“Im Hinblick auf die Sicherstellung der Nahversorgung sollte der Betreiber - wenn möglich - unterstützt werden (u.a. Gestaltung der Rahmenbedingungen, Einbindung in zu entwickelnde Nahversorgungskonzepte). Die Kommune sollte eigenverantwortlich für die Absicherung der Nahversorgung der Bevölkerung tätig werden (vgl. Einzelhandelsentwicklungskonzept, 2010, S. 28)“.

Weiterhin wird die Einzelhandelsstruktur im Ostseebad Nienhagen wie folgt skizziert und bewertet:

“Auch das Einzelhandelsangebot des Ostseebades Nienhagen ist kleinflächig strukturiert und auf den Tourismus ausgerichtet. Ein gewisser Einzelhandelsschwerpunkt ist rund um den Schlecker Drogeriemarkt im Eingangsbereich der Strandstraße vorhanden. Das vorhandene Nahversorgungsangebot kann die Nahversorgungsfunktion nur sehr eingeschränkt erfüllen. Bei einer Entwicklung des Angebotes ist das Zusammenwirken zu dem ebenfalls schwach versorgten Börgerende-Rethwisch zu berücksichtigen. Mittel- bis langfristig sind auch in der Gemeinde Nienhagen (in Abhängigkeit auch von der Entwicklung des Tourismus) Entwicklungsoptionen vorhanden (vgl. Einzelhandelsentwicklungskonzept, 2010, S. 28 u. S. 44)“.

Damit folgt die geplante Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes in der Gemeinde Nienhagen aus Sicht der BBE Handelsberatung konsequent der Empfehlung zum bedarfsgerechten Ausbau des Nahversorgungsangebotes in Abhängigkeit von der Fremdenverkehrsentwicklung.

Dies trifft aktuell umso mehr zu, da sich zum einen das Tourismusaufkommen im Ostseebad seit dem Jahr 2010 mehr als verdoppelt hat (siehe Kapitel 3) und zum anderen eine permanente Verschlechterung der Angebotsausstattung im periodischen Bedarfsbereich eingetreten ist. Demnach existiert kein Schlecker Drogeriefachmarkt mehr im Gemeindegebiet, die Bäckerei in der Strandstraße hat Ende 2019 geschlossen und der “Tante-Emma-Laden“ wird aus altersbedingten Gründen in absehbarer Zeit auch schließen. Somit hat sich auf der einen Seite die Nachfrageplattform für den Lebensmitteleinkauf infolge der Einwohner- und Tourismusedwicklung deutlich erhöht, auf der anderen Seite sind nahversorgungsrelevanten Angebotsstrukturen in Nienhagen mittlerweile fast komplett nicht mehr existent.

Dementsprechend empfehlen die Gutachter kurz- bis mittelfristig eine Aktualisierung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes von 2010 erarbeiten zu lassen, um zum einen der aktuellen Einzelhandelsituation Rechnung zu Tragen und zum anderen die einzelhändlerischen Entwicklungspotenziale neu 'auszuloten'. Unter derzeitigen Gesichtspunkten würde aus Sicht der Gutachter die Gemeinde Nienhagen nicht mehr als Bestandssicherungsstandort sondern als Entwicklungsstandort bzw. Unterversorgungsstandort eingestuft.

13. Zusammenfassung

Die Potenzial- und Auswirkungsanalyse der BBE Handelsberatung hat die städtebaulichen und raumordnerischen Wirkungen der geplanten Ansiedlung eines EDEKA Lebensmittelvollsortimenter zzgl. Bäckerei/Café in einer Größendimensionierung von 1.200 bis 1.500 m² Verkaufsfläche im Ostseebad Nienhagen geprüft. Im Ergebnis konnte aufgezeigt werden, dass die geplante Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelmarktes mit einer maximalen Größendimensionierung von 1.200 m² Verkaufsfläche aus planungsrechtlicher Sicht vertretbar ist. Demgegenüber ist eine Größendimensionierung > 1.200 m² Verkaufsfläche als überdimensioniert zu bewerten und würde spürbar über den gemeindlichen Versorgungsauftrag hinausgehen.

Zum einen ist die Gemeinde Nienhagen integraler Bestandteil des Stadt-Umland-Raumes-Rostock und verfügt über ein kommunal abgestimmtes Einzelhandelsentwicklungskonzept, das einen bedarfsgerechten Ausbau der Nahversorgungsstrukturen in Abhängigkeit mit der Tourismusentwicklung empfiehlt. Im Regionalen Raumentwicklungsprogram Mittleres Mecklenburg/Rostock 2011 ist die Gemeinde Nienhagen als Tourismusschwerpunkt ausgewiesen.

Zum anderen wurde im Hinblick auf die möglichen Auswirkungen von Seiten der Gutachter dargelegt, dass durch die im Realisierungsfall induzierten Umsatzverlagerungseffekte des Planvorhabens bei einer maximalen Größendimensionierung von 1.200 m² keine Zentralen Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität oder die Nahversorgung in Wohngebieten gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO im Untersuchungsraum negativ beeinträchtigt werden.

Diese Beurteilung beruht im Wesentlichen auf folgenden Faktoren:

- Im Zusammenhang mit der wachsenden Zahl der Übernachtungsgäste/Tagestouristen sowie dem Tourismusboom im Bundesland Mecklenburg-Vorpommern, steht die Gemeinde Nienhagen vor der Herausforderung, ihre touristische Infrastruktur kontinuierlich weiter zu entwickeln. Dabei zeigt sich im Hinblick auf die vorhandene Angebotsausstattung im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels ein deutliches Entwicklungspotenzial. Aktuell verfügt das Ostseebad mit einem "Tante-Emma-Laden" über eine sehr überschaubare Angebotskompetenz im Lebensmittelsegment, die angesichts der stark wachsenden Übernachtungsgäste mittel- bis langfristig als nicht standortadäquat zu bewerten ist. Zudem hat der Betreiber des "Tante-Emma-Laden" bereits angekündigt in absehbarer Zeit seinen Betrieb aus altersbedingten Gründen einzustellen.
- In diesem Kontext hat sich das Unternehmen EDEKA bereit erklärt einen entsprechenden Lebensmittelmarkt in einer Größenordnung von rd. 1.200 m² bis rd. 1.500 m² Verkaufsfläche zu realisieren.
- Für eine erfolgreiche Umsetzung wird jedoch von Seiten der Betreiber eine Mindestgröße von 1.200 m² Verkaufsfläche zu Grunde gelegt (Unterschwelwellenwert), um ein entsprechendes Lebensmittelvollsortiment marktgerecht am Standort abbilden zu können. Mit einer Flächendimensionierung < 1.200 m² Verkaufsfläche lässt sich aus Betreibersicht kein entsprechendes Angebot realisieren, da es sich bei der Gemeinde Nienhagen auch um keinen urbanen Hochfrequenzstandort (z.B. Bahnhof, Flughafen, großstädtische A-Einkaufslage) handelt, an dem ein kleineres City-Konzept mit hohem Convenience-Anteil 'greifen' würde.
- Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass der geplante Lebensmittelmarkt ein Gros seiner Umsatzleistung aus dem Tourismus generieren wird und hierbei in erster Linie in den Sommermonaten. Vor diesem Hintergrund werden die Besucherzahlen des Lebensmittelmarktes insbesondere

in den Monaten Mai bis September besonders hoch ausfallen und in den Wintermonaten spürbar absinken. Daher ist auch eine entsprechende Mindestgröße der Verkaufsfläche zwingend notwendig, um in den Hochfrequenzzeiten des Fremdenverkehrs einen marktgerechten Einkauf zu ermöglichen und einer standortseitigen Überlastung entgegen zu wirken. Zur 'Abrundung' des Angebotes ist darüber hinaus die Arrondierung einer Bäckerei/Café mit Sitzgelegenheiten im Innen- und Außenbereich geplant.³⁰

- Die Zahl der Gästeübernachtungen hat sich im Zeitraum zwischen 2010 und 2019 mehr als verdoppelt und unterstreicht damit eindrucksvoll die rasant wachsende Bedeutung des Ostseebades als beliebte Urlaubsdestination. Demnach konnte das Seebad im vergangenen Jahr 2019 rd. 191.000 Gästeübernachtungen (inkl. nicht gewerblicher Bereich) verzeichnen. Zudem ist für die Gemeinde Nienhagen bis zum Jahr 2030 von einer positive Bevölkerungsentwicklung (rd. 6 bis 7 %) auszugehen.
- Im Hinblick auf die städtebauliche Integration des Planstandortes an der Doberaner Straße ist auf die kommunale Gemeindeentwicklungskonzeption und dem daraus resultierenden städtebaulichen Entwicklungskonzept für den Bereich Doberaner Straße Süd hinzuweisen. Dieses sieht vor, den Bereich südlich der Doberaner Straße zukünftig mit Wohnungsbau weiter zu entwickeln und im unmittelbaren Umfeld des geplanten Lebensmittelmarktes eine neue Ortsmitte zu realisieren. Ziel ist es mittel- bis langfristig, die zergliederten Siedlungsstrukturen nördlich und südlich der Doberaner Straße räumlich-funktional miteinander zu verknüpfen und somit ein erfahrbares Ortszentrum zu schaffen. Der geplante Lebensmittelvollsortimenter stellt dafür die 'Initialzündung' dar.
- Der Planstandort verfügt über eine fußläufige ÖPNV-Anbindung und ermöglicht zudem eine reibungslose straßenverkehrliche Anbindung in alle Gemeindeteile. Aus Sicht der Gutachter kann der Planstandort eine zentrale Bedeutung für die wohnortnahe Grundversorgung im gesamten Gemeindegebiet sowie dem Fremdenverkehrsaufkommen in Nienhagen übernehmen und verfügt in seinem fußläufigen Nahbereich (10 Min.-Gehzeit) über eine Mantelbevölkerung von knapp 1.400 Personen.
- Alternative Standortpotenziale für die Ansiedlung eines filialisierten Lebensmittelmarktes im Gemeindegebiet von Nienhagen, die aus städtebaulicher Sicht eine integrierte Lage aufweisen, existieren derzeit nicht bzw. sind planungsrechtlich derzeit nicht umsetzbar (Landschaftsschutzgebiet). Somit stellt das Projektareal derzeit den einzigen geeigneten Standort für die Realisierung eines Lebensmittelvollsortimenters dar.
- Der geplante Lebensmittelmarkt ist in erster Linie auf die Nahversorgung der Einwohner und Touristen der Gemeinde Nienhagen ausgerichtet. Die derzeitige Ausstattung des Ostseebades mit Gütern des periodischen Bedarfs fokussiert sich auf einen "Tante-Emma-Laden" und kann nur unzureichend die Nachfrage der Einwohner und Touristen abdecken. Insbesondere in der Hauptsaison ist eine qualitative Versorgung der Bevölkerung und der Touristen nicht möglich, da überproportional mehr Kunden den kleinflächigen Markt aufsuchen als in den Monaten mit dem geringstem Kundenzuspruch. Lange Schlangen innerhalb des Marktes und Überfüllung durch schmale Gänge wären die Folge.

³⁰ Davon sind rd. 20 m² als reine Verkaufsfläche für den Verkauf von Backwaren mit einem Mehrwertsteuersatz von 7% einzustufen, während der Sitzbereich als Gastronomiefläche mit einem Mehrwertsteuersatz von 19% zu bewerten ist.

- Da in der touristischen Hauptsaison die Nachfrage nicht allein in den zentralen Orten gedeckt werden kann, wurden im Raumentwicklungsprogramm Mittleres Mecklenburg/Rostock Tourismusschwerpunkte ausgewiesen. Die Gemeinde Nienhagen überschreitet mit mehr als 190.000 Übernachtungen (inkl. nicht-gewerblicher Bereich) deutlich die Anforderung von mindestens 50.000 Übernachtungen/1.000 Einwohner im Jahr und ist damit Tourismusschwerpunkt. Demnach hat die Gemeinde Nienhagen für die Versorgung der Touristen eine wichtige Funktion, die auch eine standortadäquate Angebotsausstattung im Bereich der periodischen Bedarfsgüter umfasst. Das Ostseebad Nienhagen hat sich in den letzten Jahren sehr dynamisch entwickelt, dies zeichnet sich in den konstant steigenden Übernachtungszahlen ab. Diese werden nicht nur durch die Hauptreisezeit induziert, sondern sind auch Beleg dafür, dass ebenfalls die Übernachtungszahlen in der Nebensaison permanent steigen. Für die Sicherung und den Ausbau dieser Entwicklung bedarf es auch einem gezielten Ausbau der touristischen Infrastruktur, in der Einzelhandelsangebote eine wichtige Rolle spielen.
- Die BBE-Gutachter gehen davon aus, dass der geplante EDEKA-Markt mit einer unterdurchschnittlichen Verkaufsfläche von rd. 1.200 m² unter Berücksichtigung der Standortqualität, der Angebotssituation sowie des im Einzugsgebiet vorhandenen Bevölkerungspotenzials eine im Filialnetz unterdurchschnittliche Flächenleistung von rd. 4.000 Euro je m² Verkaufsfläche erzielen kann. Auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) entfallen hiervon rd. 4,4 Mio. Euro und auf Nonfood-Sortimente rd. 0,4 Mio. Euro.
- Die unterdurchschnittliche Flächenproduktivität spiegelt zwar zum einen die 'überschaubare' Nachfrageplattform im Kerneinzugsgebiet (Gemeinde Nienhagen) des geplanten Lebensmittelmarktes wieder, dokumentiert zum anderen jedoch auch, dass eine Verkaufsflächendimensionierung von 1.200 m² als standortadäquat zu bewerten ist. Diese gutachterliche Einschätzung dokumentiert sich in der Kaufkraftbindungsquote im Kerneinzugsgebiet von < 40 % (rd. 39 %), die zwar als durchaus ambitioniert zu bewerten ist, jedoch angesichts der fehlenden Wettbewerbsstrukturen im Gemeindegebiet - mit Ausnahme des Tante-Emma-Ladens - sowie der stetig wachsenden touristischen Nachfrageplattform, als realistisch einzustufen ist. Dies wird auch durch die nahversorgungsrelevante Einzelhandelszentralität von rd. 5 % im Gemeindegebiet von Nienhagen unterstrichen, womit derzeit ein spürbarer Kaufkraftabfluss von rd. 7,0 Mio. Euro einhergeht.
- Ein wesentlicher Anteil der vor Ort vorhandenen Nachfrage könnte durch ein standortadäquates Angebotskonzept (kleiner Supermarkt mit rd. 1.200 m² Verkaufsfläche) wieder vor Ort gebunden werden.
- In diesem Kontext ist jedoch auch darauf hinzuweisen, dass ein größer dimensionierter Lebensmittelmarkt im Ostseebad wirtschaftlich 'an seine Grenzen' stoßen dürfte und für den Standort Nienhagen als nicht standortadäquat zu bewerten wäre. Demnach würde bei einer Verkaufsflächengröße von rd. 1.500 m² die Kaufkraftbindungsquote in Zone I (Gemeindegebiet von Nienhagen) auf fast 50 % (49 %) steigen, was aus gutachterlicher Sicht einen deutlichen Hinweis für eine 'Überdimensionierung' des geplanten Lebensmittelmarktes signalisiert.
- Eine Kaufkraftbindungsquote im Kerneinzugsgebiet von fast 50 % würde bedeuten, dass knapp die Hälfte des potenziell im Gemeindegebiet vorhandenen Kaufkraftpotenzials für die periodischen Bedarfsgüter (Nahrungs- und Genussmittel / Drogerie- und Gesundheitsbedarf) durch den Lebensmittelvollsortimenter mit einer Größe von rd. 1.500 m² Verkaufsfläche gebunden wird. Dies ist

aus gutachterlicher Sicht jedoch als unrealistisch einzustufen und würde das ortsansässige Marktvolumen (inkl. Tourismus) 'sprengen'.

- **Vor diesem Hintergrund sollte die projektierte Verkaufsfläche des EDEKA Lebensmittelmarktes nicht > 1.200 m² ausfallen, da eine darüber hinausgehende Größendimensionierung und der damit verbundene Mehr-Umsatz nicht mehr durch das ortsansässige Kaufkraftpotenzial in der Gemeinde Nienhagen (inkl. Tourismuspotenzial) gebunden werden kann. Somit würde der Fokus des Versorgungsauftrages des geplanten Lebensmittelmarktes nicht mehr im Gemeindegebiet liegen, sondern deutlich darüber hinausreichen.**
- Darüber hinaus ist im Zuge der Lebensmittelmarkt-Planung auch die Arrondierung einer Bäckerei/Café beabsichtigt. Es handelt sich dabei um eine eigenständige Betriebseinheit, die über eigene Ein- und Ausgänge, eine eigenständige Anlieferung sowie eigene Personalräume (inkl. WC) verfügt und demnach als selbstständige Funktionseinheit zu bewerten ist. Die für den Gastraum vorgesehene Nutzfläche nimmt den überwiegenden Bereich der Verkehrsflächen ein, die Verkaufsflächen für den Straßenverkauf von Backwaren ordnen sich der gastronomischen Nutzung deutlich unter. Vor diesem Hintergrund sind rd. 20 m² als reine Verkaufsfläche für den Verkauf von Backwaren mit einem Mehrwertsteuersatz von 7 % einzustufen, während der Sitzbereich als Gastronomiefläche mit einem Mehrwertsteuersatz von 19 % zu bewerten ist.
- In Summe resultiert daraus für das gesamte Planvorhaben (EDEKA Lebensmittelmarkt mit 1.200 m² Verkaufsfläche zzgl. Bäckerei/Café) ein Brutto-Umsatzvolumen in einer Größenordnung von knapp 5,0 Mio. Euro p.a., wobei rd. 4,6 Mio. Euro auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) entfallen und rd. 0,4 Mio. Euro auf die Nonfood-Sortimente.
- Für die städtebauliche Bewertung des Planvorhabens ist gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte Zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden oder die Nahversorgung in Wohngebieten nachteilig beeinflusst wird.
- Die BBE Handelsberatung GmbH vertritt die gutachterliche Einschätzung, dass durch die geplante Ansiedlung eines EDEKA Lebensmittelvollsortimenters mit 1.200 m² Verkaufsfläche zzgl. Bäckerei/Café am Standort Nienhagen keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sowie die wohnungsnaher Versorgung im Untersuchungsraum gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind. Aus der durchgeführten Modellrechnung lassen sich zwar wettbewerbliche, aber keine schädlichen städtebaulichen Auswirkungen ableiten. Es wird deutlich, dass der prognostizierte Planumsatz des Vorhabens einerseits aus der Umverteilung bestehender Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum, andererseits durch die stärkere Erschließung/Bindung bislang nicht vor Ort gebundener Marktpotenziale im perspektivischen Einzugsgebiet - insbesondere der Gemeinde Nienhagen - resultiert. Auch in den Nachbargemeinden Börgerende-Rethwisch sowie Elmenhorst-Lichtenhagen werden offene Potenziale für den örtlichen Einzelhandel deutlich, welche mit den Planvorhaben zumindest partiell gebunden werden könnten.
- Darüber hinaus folgt die geplante Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes mit einer maximalen Größendimensionierung von 1.200 m² Verkaufsfläche konsequent der Empfehlung zum bedarfsgerechten Ausbau des Nahversorgungsangebotes in Abhängigkeit von der Fremdenverkehrsentwicklung, wie im Einzelhandelsentwicklungskonzept für den Stadt-Umland-Raum-Rostock aus

dem Jahr 2010 formuliert. Dies trifft aktuell umso mehr zu, da sich zum einen das Tourismusaufkommen im Ostseebad seit dem Jahr 2010 mehr als verdoppelt hat und zum anderen eine permanente Verschlechterung der Angebotsausstattung im periodischen Bedarfsbereich eingetreten ist. Demnach existiert kein Schlecker Drogeriefachmarkt mehr im Gemeindegebiet, die Bäckerei in der Strandstraße hat Ende 2019 geschlossen und der "Tante-Emma-Laden" wird aus altersbedingten Gründen in absehbarer Zeit auch schließen. Somit hat sich auf der einen Seite die Nachfrageplattform für den Lebensmitteleinkauf infolge der Einwohner- und Tourismusedwicklung deutlich erhöht, auf der anderen Seite sind nahversorgungsrelevanten Angebotsstrukturen in Nienhagen mittlerweile fast komplett nicht mehr existent.

- Dementsprechend empfehlen die Gutachter kurz- bis mittelfristig eine Aktualisierung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes von 2010 erarbeiten zu lassen, um zum einen der aktuellen Einzelhandelssituation Rechnung zu tragen und zum anderen die einzelhändlerischen Entwicklungspotenziale neu 'auszuloten'. Unter derzeitigen Gesichtspunkten würde aus Sicht der Gutachter die Gemeinde Nienhagen nicht mehr als Bestandssicherungsstandort sondern als Entwicklungsstandort bzw. Unterversorgungsstandort eingestuft.

BBE Handelsberatung GmbH



i.V. Andreas Weidmann

Dipl. Geograph

Projektleitung Niederlassung Hamburg

BBE Standortforschung



i.V. Oliver Ohm

Dipl. Geograph

Projektleitung Niederlassung Hamburg

BBE Standortforschung

Hamburg, den 31. August 2020

Die vorliegende Untersuchung ist urheberrechtlich geschützt. Der Auftraggeber ist berechtigt, die Untersuchung an Dritte weiterzugeben, soweit dies mit dem Zweck der Untersuchung in unmittelbarem Zusammenhang steht. Darüber hinaus ist jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts, insbesondere Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe der Untersuchung nur mit vorheriger Zustimmung der BBE Handelsberatung GmbH erlaubt.
