

Gutachterliche Stellungnahme zur Einzelhandelsentwicklung in Dierhagen – Standort Einkaufszentrum Fischlandtor –

MR CONSULTANTS
STEFAN PÖTZSCH

Büroanschrift:
Andreas-Schlüter-Straße 23
24539 Neumünster

Tel.: 04321-52142
Fax: 04321-52143
E-Mail: mail@mr-consultants.info
Internet: www.mr-consultants.info

Projektleiter: Stefan Pöttsch, Dipl.-Verwaltungswirt (FH)

Neumünster, 10. Juli 2025

Einzelhandelsberatung
*Entwicklung und Konzeptionierung
von Handelsimmobilien*

Einzelhandelsgutachten
*Gutachterliche Analysen
Städtebauliche Handelskonzepte
Verträglichkeitsuntersuchungen*

Flächenmanagement
*Konzepte
Prozess- und Quartiersmanagement
Instrumente*

© MR Consultants, Inhaber Stefan Pötzsch

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

Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der MR Consultants, Inh. Stefan Pötzsch in Neumünster.

Inhaltsverzeichnis

1 Auftrag und Aufgabenstellung	4
2 Ausführungen zum Planvorhaben in Dierhagen – Standort Einkaufszentrum Fischlandtor	6
Beschreibung des Planvorhabens	6
Relevante Zielsetzungen für das Planvorhaben in Dierhagen:	9
3 Untersuchungsgebiet und Wettbewerbsanalyse	10
Vorhabenrelevante Nachfragesituation im Untersuchungsgebiet	11
Vorhabenrelevante Angebotssituation und Umsatzerwartung des Planvorhabens	12
4 Wirkungsprognose des Planvorhabens	13
Ökonometrische Wirkungsprognose	13
Vorbemerkung und rechtliche Einordnung	13
Auswirkungsanalyse der Umsatzumverteilung	14
Raumordnerische Vorgaben und deren Bewertung	15
5 Abschließende Bewertung und Empfehlung	17

1 Auftrag und Aufgabenstellung

Auftrag und Zielsetzung

- In der Gemeinde Dierhagen soll der Standortbereich des Einkaufszentrums Fischlandtor einer städtebaulichen Neuordnung unterzogen werden. Mit der Entscheidung des Eigentümers zur Neuinvestition an diesem Standort soll der Weg für die Erhaltung der Versorgungsaufgaben für die Einwohner und Touristen langfristig gesichert werden.
- Versorgungsdefizite am Standort sollen durch die Erweiterung von Warenangeboten im bestehenden Lebensmittelmarkt Edeka ausgeglichen werden.
- Aus diesem Grund wurde das Büro MR Consultants beauftragt, eine Verkaufsflächenerweiterung des Edeka-Marktes um rd. 700 m² Verkaufsfläche auf Plausibilität und Übereinstimmung zu den landesplanerischen und regionalplanerischen Vorgaben zu überprüfen.

Landes- und raumordnerische Aufgabe jedweder Fortentwicklungsabsichten u.a. in touristisch geprägten Siedlungsgebieten ist es, die Auswirkungen von Einzelhandelsflächenveränderungen auf die bestehenden Einzelhandelsstrukturen aufzeigen, bewerten und abwägen zu können.

Vorbemerkung zur Methodik

- Im Kontext der hier vorliegenden gutachterlichen Stellungnahme wurde eine Voruntersuchung der Nachfrage- und des Angebots des periodischen Bedarfs in der Gemeinde Dierhagen sowie einem absatzwirtschaftlichen Wettbewerbsgebiet (Untersuchungsgebiet) vorgenommen.
- Innerhalb des räumlich festgelegten Umlands wurden die wettbewerbsrelevanten Verkaufsflächen in den Branchen Lebensmittel/ Reformwaren und Drogerieartikel in Form einer Desktop-Research-Analyse erfasst und in der Bestandsanalyse berücksichtigt.
- Die Ermittlung der relevanten Verbrauchsausgaben im Untersuchungsgebiet erfolgte durch lizenzierte Einzelhandelsverbrauchsdaten der MB Research GmbH, Nürnberg.
- Darüber hinaus wurden mittels einer Desktop-Research-Analyse möglicherweise absatzwirtschaftlich betroffene Unternehmen hinsichtlich ihrer Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit überprüft.
- Die erarbeitete, gutachterliche Stellungnahme nimmt ausschließlich Bezug auf Fragestellungen der Einzelhandelsentwicklung in der Gemeinde Dierhagen. Umweltrelevante Fragestellungen sowie Fragen der Leistungsfähigkeit der verkehrlichen Erschließung bleiben hier außer Acht.
- Die Beurteilung der städtebaulichen Verträglichkeit der geplanten Erweiterung eines Lebensmittelmarktes erfolgt unter Zugrundelegung der Prüfungsanforderungen des BauGB, der Vorgaben der Landesentwicklung und unter Berücksichtigung ggf. vorhandener Einzelhandelskonzepte.

Nachfrageanalyse

- Das projektrelevante Kaufkraftpotenzial in der Gemeinde Dierhagen sowie im definierten Umland wurde auf der Grundlage aktueller Einwohnerzahlen, warengruppenspezifischer Verbrauchsausgaben und des örtlichen Kaufkraftniveaus berechnet.

Auswirkungs- und Verträglichkeitsanalyse

- Ökonometrische Wirkungsanalysen zeigen die Auswirkungen des Planvorhabens auf wichtige und ggf. zentrale Versorgungsbereiche innerhalb des Untersuchungsgebietes auf. Die erwarteten Umsatzverlagerungen wurden in absoluten und relativen Werten auf der Grundlage einer ökonometrischen Modellrechnung nach dem gerichtlich anerkannten Verfahren „HUFF¹“ berechnet.

Vorgutachterliche Stellungnahme

- Die hier errechneten gutachterlichen (Vor-) Ergebnisse dieser Desktop-Research-Analyse verstehen sich als gutachterliche Wertung zur Übereinstimmung/ Nichtübereinstimmung des Vorhabens mit den Zielen der Raumordnung und der Landesplanung Mecklenburg-Vorpommern ein.

¹ Das HUFF-Modell ist ein ökonometrisches Denk- und Rechenmodell das Einkaufsattraktivitäten und Zeitdistanzen zur Berechnung von Kaufkraftströmen miteinander gewichtet.

2 Ausführungen zum Planvorhaben in Dierhagen – Standort Einkaufszentrum Fischlandtor

Beschreibung des Planvorhabens

Das Ostseebad Dierhagen ist eine Gemeinde nordwestlich von Ribnitz-Damgarten im Landkreis Vorpommern-Rügen. Die Gemeinde wird vom Amt Darß/Fischland mit Sitz in der Gemeinde Born a. Darß verwaltet.

Die Gemeinde ist nach dem Regionalen Raumentwicklungsprogramm Vorpommern (RREP Vorpommern) vom 20.09.2010 als touristischer Siedlungsschwerpunkt in der Planungsregion Vorpommern eingestuft.

Gemäß Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern übernehmen Siedlungsschwerpunkte im Wesentlichen ergänzende ortsnahe Versorgungsaufgaben. Mit der Festlegung der Siedlungsschwerpunkte soll die Sicherung der ländlichen Räume als Wohn- und Wirtschaftsstandorte unterstützt werden.

In Tourismusschwerpunkträumen müssen in der Saison zusätzlich zu den Einwohnern auch Gäste versorgt werden, deren Anzahl die Einwohnerzahl um ein Vielfaches übersteigt. Als touristische Siedlungsschwerpunkte werden die Gemeindehauptorte jener Gemeinden festgelegt, die keine zentralörtlichen Funktionen wahrnehmen und mehr als 100 000 Übernachtungen im Jahr registrieren.

Die Gemeinde Dierhagen hat nach dem Regionalen touristischen Entwicklungskonzept Darß-Fischland (Stand 20.10.2014) als Ostseebad keine zentralörtliche Funktion, sondern ist dem Mittelbereich des Mittelzentrums Ribnitz-Damgarten zugeordnet.

Das Ostseebad ist mit 1.510 Einwohnern (Stand 01.06.2025 lt. Gemeindeverzeichnis, abrufbar unter www.statistikportal.de/gemeindeverzeichnis/13073017) zweitgrößte Gemeinde im Amtsbereich.

In Dierhagen soll der Standortbereich des Einkaufszentrums Fischlandtor in der Strandstraße einer städtebaulichen Neuordnung unterzogen werden. Der Standortbereich ist baurechtlich seit 1998 als Versorgungszentrum für die Einwohner, Touristen und Urlaubsgäste genutzt.

Der Standort unmittelbar an der L21 ist insbesondere in den Urlaubs- und Sommerzeiten übermäßig frequentiert. Während in den Monaten Juli und August 2012 noch bis zu 14.000 PKW dort registriert waren, wurden in den Monaten März 2023 bereits 58.271 Fahrzeuge und in den Monaten Juni/Juli 2023 mehr als 66.000 Fahrzeuge gemessen (Bericht der Ostseezeitung vom 16.09.2023).

Die Zahlen deuten auch auf eine erheblich gestiegene Attraktivität der Nebensaison hin, da die Zunahme des Verkehrs auch in diesen Monaten zu beobachten ist.

Von 2000 bis 2017 ist u.a. für Dierhagen eine Zunahme bei den gewerblichen Betten (ohne Camping) um mehr als 1.400 Betten (+74,2%) registriert worden.

Darüber hinaus standen bereits zu diesem Zeitpunkt in Dierhagen rd. 1.400 Campingbetten zur Verfügung. Die tatsächliche Anzahl dürfte aktuell noch deutlich ausgeweitet worden sein.

Die touristische Auslastung, 2017 lag die Zahl der Gästeübernachtungen pro Jahr noch bei rd. 400.000 Übernachtungen, hat im Jahr 2022 nach Angaben der Gemeinde insgesamt 520.177 Übernachtungen erreicht.

Lt. Angaben des Statistischen Amtes des Landesamtes für innere Verwaltung Mecklenburg-Vorpommern (Tourismus Zahlen & Fakten 2023) verzeichnete Dierhagen 2023 insgesamt 392.197 Übernachtungen. Darin sind Übernachtungen in Privatunterkünften und kleineren Beherbergungsbetrieben nicht enthalten.

Die positiven touristischen Entwicklungszunahmen und die deutliche Frequenzerhöhung betreffen auch und besonders das Einkaufszentrum Fischlandtor im Ostseebad Dierhagen und übersteigt insbesondere in den Sommer- und Urlaubszeiten die warenwirtschaftlichen und logistischen Kapazitäten der Nah- und Grundversorgung.

Derzeit befinden sich auf dem Grundstück ein EDEKA-Supermarkt, eine Post-Filiale, eine Filiale der Sparkasse Vorpommern und weitere Kleinnutzungen aus Dienstleistung und Einzelhandel. Gegenüber dem Einkaufszentrum befindet sich eine ALDI Nord-Filiale mit rd. 800 qm Verkaufsfläche. Darüber hinaus sind in Dierhagen keine weiteren Lebensmittelmärkte verortet.

Nach der 1. Änderung zum Bebauungsplan Nr. 4 Ostseebad Dierhagen – Einkaufszentrum Fischlandtor – vom September 2010 ist das B-Plan-Gebiet als Sondergebiet Einkaufszentrum festgesetzt.

Derzeit nutzt der Edeka-Lebensmittelmarkt Verkaufsflächen von rd. 1.100 qm (zuzgl. der Flächen für den Windfang und die Leergutannahme mit zusammen rd. 27 qm). Weitere rd. 55 qm werden vom Backshop genutzt, dagegen steht der Verkaufsraum der ehemaligen Drogeriekette Schlecker mit rd. 150 qm leer.

Die Kapazitäten des Verkaufsraumes im Lebensmittelmarkt stoßen an die Grenzen der Belastbarkeit bzw. übersteigen diese in den Stoßzeiten bereits deutlich.

Im Rahmen einer betrieblichen Stabilisierung der Nahversorgungsfunktion am Standort in der Strandstraße ist eine bauphysikalische Erweiterung mit einhergehender Modernisierung der Inneneinrichtung auf ein zeitgemäßes Filialkonzept betriebsnotwendig.

Mit einem Umsatzanteil zwischen rd. 95 - 96 Prozent bilden Warenangebote des kurzfristigen Bedarfs den Schwerpunkt des Angebotes im EDEKA-Markt.

Der Verkaufsraum des Lebensmittelmarktes verfügt nach den Bestandsplänen einschl. Windfang und Leergutannahmeraum über eine derzeit als bau- und planungsrechtlich zu bilanzierende Verkaufsfläche von rd. 1.130 qm.

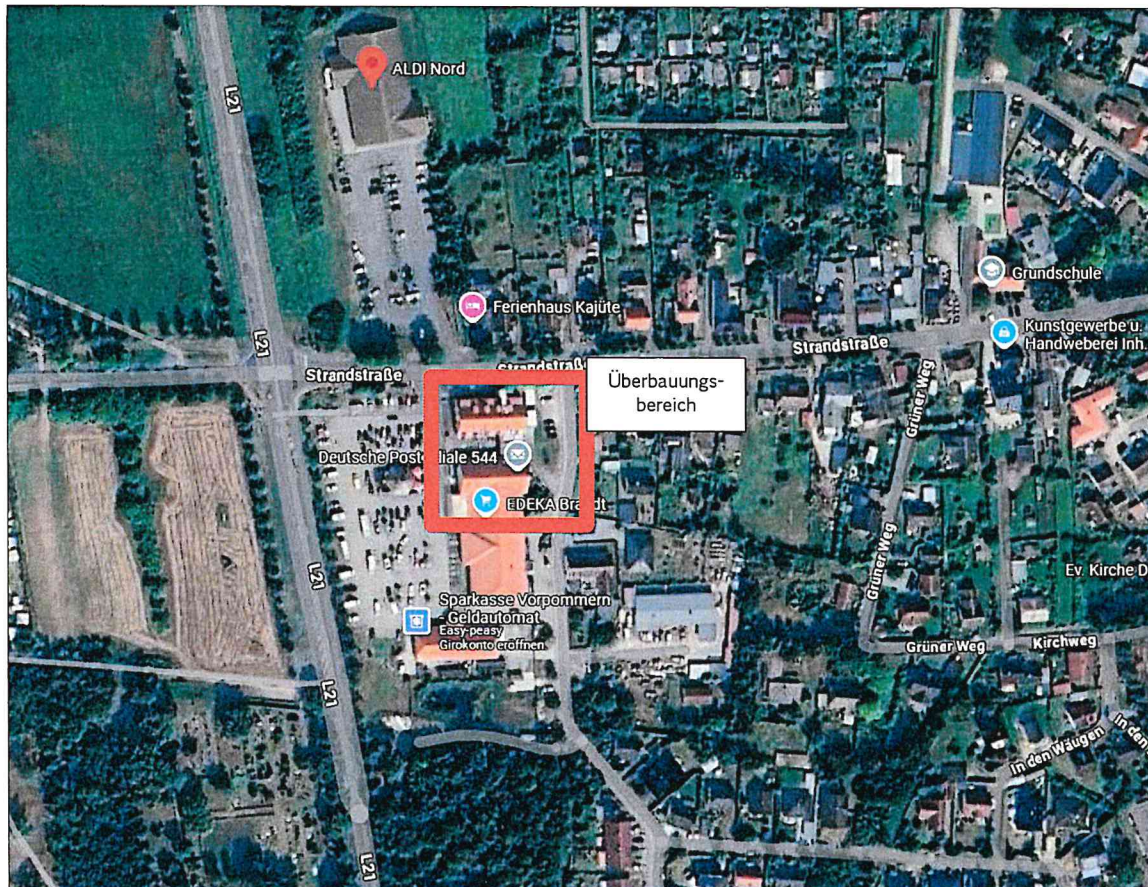
Der EDEKA-Markt soll im Zuge des Erweiterungsvorhabens u.a. einen optimierten Verkaufsraum, moderne Personal- und Nebenflächen sowie eine großzügigere Gesamtgestaltung erhalten.

Die Lagerbereichsflächen sollen bzw. müssen ebenfalls dringend optimiert werden, da eine rationelle Warenwirtschaft aufgrund der beengten Räumlichkeiten im Bestandsmarkt extrem schwierig ist.

Aufgrund des Flächenzuschnitts des Einkaufszentrums bietet sich eine Arrondierung der Flächen des Eiscafé, des Imbiss, der Leerstandfläche des ehemaligen Drogeriemarktes und des Innenhofes an. Die Verkaufsraumflächen des Lebensmittelmarktes sollen dadurch auf ein zeit- und situationsmäßiges Verkaufsflächenmaß von bis zu 1.800 qm erweitert werden.

Insgesamt ist das Grundstück aus unserer gutachterlichen Betrachtung sowohl hinsichtlich seiner zentralen Lage inmitten der gemeindlich-touristischen Urlaubsregion, der Grundstücksgröße als auch aufgrund der städtebaulich-integrierten Lage als zentrales Versorgungszentrum für die Nahversorgung aller Bevölkerungsteile und Urlaubsgäste sehr gut geeignet.

Abb. 1: Bestand (Luftbild) Einkaufszentrum Fischlandtor



Kartengrundlage: © Google Maps, 2025
Bearbeitung: Büro MR Consultants, 2025

Wenngleich die aktuelle Verkaufsfläche des Bestandsobjektes die Grenze der Großflächigkeit ($> 800 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche) bereits überschritten hat, fällt dieses Erweiterungsvorhaben mit einer geplanten Gesamtverkaufsfläche des Lebensmittelverbrauchermarktes von bis zu 1.800 qm nach dem geltenden Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern (LEP) als neues Einzelhandelsgrößvorhaben unter die Vermutungsregeln der Großflächigkeit fällt.

Voraussetzung für die Genehmigung des Planvorhabens sind somit der Nachweis der städtebaulichen Verträglichkeit (Auswirkung auf wichtige und / oder zentrale Versorgungsbereiche, die wohnungsnah sowie die touristische Versorgung) durch eine differenzierte Einzelfallbetrachtung und eine Auseinandersetzung mit den lokalen Strukturen und Potenzialen.

Es ist die Frage zu beantworten, ob die geplante Verkaufsflächenerweiterung des Lebensmittelverbrauchermarktes negative städtebauliche Auswirkungen auf die bestehenden Versorgungsstrukturen in Dierhagen und im definierten Umland zur Folge hat und nicht im Widerspruch zu den Vorgaben der Landesplanung und Raumordnung steht.

Die ökonomische Wirkungsanalyse wird im Folgenden gutachterlich bewertet.

Relevante Zielsetzungen für das Planvorhaben in Dierhagen:

- Wesentliches Ziel der Landesraumordnung ist es, die Versorgung der Bevölkerung und der touristischen Gäste zu sichern, ggf. zu stärken und fortzuentwickeln. Die Stabilisierung und der Ausbau mit zentrenrelevanten und zugleich nahversorgungsrelevanten Sortimenten (Lebensmittelfrischemärkte, Lebensmitteldiscounter, Bio-märkte, Drogeriefachmärkte etc.) ist in Dierhagen als touristisches Siedlungsgebiet grundsätzlich erwünscht und damit zulässig.
- Darüber hinaus wird das Ziel definiert, eine wohnortnahe Grundversorgung mit Lebensmitteln sicherzustellen. Eine wohnortnahe Nahversorgung bedeutet, Einkaufsangebote mit Waren des täglichen Bedarfs (v.a. Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Zeitschriften) vorzuhalten, die eine fußläufige Erreichbarkeit für möglichst alle Einwohner ermöglichen. Die Nahversorgungsangebote in Dierhagen sind heute ausschließlich auf das Einkaufszentrum sowie den benachbarten ALDI-Lebensmitteldiscounter orientiert.

Der Planvorhabenstandort befindet sich in fußläufiger Erreichbarkeit eines Großteils der Einwohner von Dierhagen-Dorf (500-m-Radius).

Die aus dem Regionalen Raumentwicklungsprogramm und dem Tourismuskonzept ableitbare und geforderte Funktion einer qualifizierten Nahversorgung für die Einwohner und Urlaubsgäste / Touristen ist maßvoll und mit Blick in die Zukunft zu dimensionieren.

Im Rahmen dieser gutachterlichen Stellungnahme ist die Frage der grundsätzlichen Eignung des Planvorhabenstandortes für die Erweiterung nicht in Frage zu stellen; diese ist bereits durch den bestehenden B-Plan legitimiert und begründet.

Vielmehr ist die Frage zu beantworten, ob die geplante Verkaufsflächenvergrößerung des Lebensmittelverbrauchermarkt zu einer Verbesserung und langfristigen Sicherung der Nahversorgung in Dierhagen beiträgt und ob das großflächige Planvorhaben negative städtebauliche Auswirkungen auf die bestehenden Versorgungsstrukturen in Dierhagen oder im weiteren absatzwirtschaftlich ggf. betroffenen Umland zur Folge hat.

3 Untersuchungsgebiet und Wettbewerbsanalyse

Das Untersuchungsgebiet des Planvorhabens zur Verkaufsflächenvergrößerung eines Lebensmittelverbrauchermarktes in Dierhagen beschreibt den Raum, innerhalb dessen wettbewerbsrelevante Einzelhandelsstandorte durch Umsatzverlagerungen betroffen sein könnten. Hierbei ist zu beachten, dass das Untersuchungsgebiet einen weiteren räumlichen Radius umfasst, als das zu erwartende betriebswirtschaftliche Einzugsgebiet des Planvorhabens. Nur so können die Umsatzumverteilungseffekte auch für die weiter entfernt gelegenen Einzelhandelsstandorte nachgewiesen werden und negative städtebauliche Auswirkungen ausgeschlossen werden.

Das relevante **Untersuchungsgebiet** orientiert sich an einer aktuellen Bestands- und Konkurrenzsituation in den vorhabenrelevanten Sortimenten.

Darüber hinaus wurden die topographischen und derzeitigen verkehrlichen Gegebenheiten analysiert und in die Betrachtung mit einbezogen.

In diesem Zusammenhang wurde die Attraktivität der konkurrierenden Wettbewerber innerhalb des Untersuchungsgebietes durch eine „Desktop-Research“-Analyse bewertet; insbesondere die Lage, die Betriebsform und die Größe der Wettbewerber sind dabei von Bedeutung. Ferner wurden Einschätzungen zur verkehrlichen Erreichbarkeit des Planvorhabens in Dierhagen und der Wettbewerbsstandorte gewonnen.

Das Untersuchungsgebiet umfasst auf der Grundlage der erwarteten Attraktivität des Planvorhabens im Wesentlichen das eigene Gemeindegebiet.

Abb. 2: Untersuchungsgebiet Erweiterung EDEKA, Dierhagen



Quelle: Google Maps, 2025
Bearbeitung: Büro MR Consultants 2025

Vorhabenrelevante Nachfragesituation im Untersuchungsgebiet

Die Berechnung des vorhabenrelevanten Nachfragepotenzials erfolgt auf der Basis der Einwohnerzahlen² und der spezifischen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern³.

Die bundesweite Einzelhandelskaufkraft wird 2025 nach Prognosen des HDE ein Volumen von 677 Mrd. Euro erreichen, das entspricht einer Pro-Kopf-Kaufkraft von rd. 7.925 Euro p.a.

Die Einzelhandelskaufkraft berechnet sich für das Ostseebad Dierhagen unter Berücksichtigung eines regionalen Kaufkraftindex von 92,1 (Bund jeweils = 100) damit auf rd. 7.299 Euro pro Einwohner und Jahr.

Unter Berücksichtigung der Einwohnerzahlen ergibt sich damit ein einzelhandelsrelevanter Ausgabebetrag in Höhe von rd. 11,02 Mio. p.a.

Unter Berücksichtigung dieses regionalen und gegenüber dem Bundesdurchschnitt unterdurchschnittlichen Kaufkraftindex errechnet sich für die untersuchungsrelevanten Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, Zeitungen + Blumen) ein Kaufkraftanteil von rd. 53,0 % an der gesamten für den stationären Einzelhandel verfügbaren Kaufkraftsumme. Auch diese Beträge werden an das Kaufkraftniveau der jeweiligen Kommune mit Hilfe der Kaufkraftkennziffer angepasst.

Für die Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs ergibt sich für die Einwohner von Dierhagen ein relevanter Ausgabebetrag von 5,84 Mio. Euro p.a. (3.868 Euro pro Kopf).

In Dierhagen werden mindestens rd. 1.400 dauerhafte Campingbetten angeboten. Für die Ausgaben der Touristikcamper werden die Werte der dwif e.V. (Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München) Grundlagenuntersuchung „Aus-

gaben der Übernachtungsgäste in Deutschland“, die im Auftrag der Wirtschaftsministerien des Bundes und der Bundesländer aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages erarbeitet und 2010 vom dwif e.V. publiziert wurde, verwendet.

Im Jahresverlauf wird die Auslastung der Campingbetten mit etwa 50 % (rd. 260.000 Tages-, Urlaubs- und Dauercamper) angenommen. Bei einem Ausgabebetrag je Touristik- und Dauercamper i.H.v. 6,90 Euro pro Kopf und Tag für Lebensmitteleinkäufe beläuft sich das vorhabenrelevante Nachfragepotenzial für diese Warengruppe auf insgesamt rd. 1,79 Mio. €.

Dierhagen verfügt lt. Touristikkonzept 2014 über ein Beherbergungsangebot in Festunterkünften von etwa 3.550 Betten. Ebenfalls nach der Grundlagenuntersuchung des dwif (a.a.O) belaufen sich die Ausgaben dieser Urlaubsgäste für zusätzliche Ausgaben im Lebensmitteleinzelhandel auf aktuell durchschnittlich 2,80 Euro je Übernachtung und Gast.

Die Auslastung der Festunterkünfte wird im Jahresverlauf mit einer Quote von mindestens 60 % angenommen, so dass sich daraus ein einzelhandelsrelevanter Ausgabebetrag für Nahrungs- und Genussmittel und damit i.H.v. weiteren 2,0 Mio. Euro p.a. errechnet.

Darüber hinaus ist davon auszugehen, dass weitere, erhebliche Ausgaben durch Tages-, Bootsanleger- und Badegäste generiert werden. Diese können hier mangels nicht ausreichender Grundlagendaten dezidiert nicht bestimmt werden, dürften sich jedoch mindestens bei rd. 1,5 – 2,0 Mio. Euro p.a. bewegen.

Insgesamt verfügt die Gemeinde Dierhagen pro Jahr damit über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft allein für die Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs i.H.v. rd. 10,9 bis 11,4 Mio. Euro.

² Quelle: Statistikamt Nord (Stand 01.06.2025)

³ Quelle: GfK GeoMarketing GmbH 2025

Vorhabenrelevante Angebotssituation und Umsatzerwartung des Planvorhabens

Für die Beurteilung der Auswirkungen der geplanten Verkaufsflächenvergrößerung des Lebensmittelmarktes in Dierhagen ist eine detaillierte Analyse der Wettbewerbssituation vorgenommen worden.

Im Kontext der hier vorliegenden gutachterlichen Stellungnahme wurde eine Branchenmix- und Potenzialanalyse angestellt.

In Dierhagen selbst sind als prägende Versorgungsbetriebe für den täglichen Bedarf der untersuchte EDEKA-Markt in der Strandstraße sowie eine Filiale von ALDI Nord in unmittelbarer Nachbarschaft in Betrieb.

ALDI verfügt über eine Verkaufsfläche von rd. 780 qm und steht in Funktionskoppelung zu dem Vollsortimenter EDEKA mit rd. 1.130 qm Verkaufsfläche.

Im Zuge der Verlagerung/Erweiterung soll die Gesamtverkaufsfläche des EDEKA-Marktes (ohne Backshop) um insgesamt rd. 610 m² von derzeit rd. 1.130 m² auf rd. 1.740 m² erweitert werden. Diese Angaben zur Größe der Erweiterungsfläche basieren auf Angaben des Auftraggebers und sind nach den Regeln der gif berechnet. Die Größen der Sortimentsteilflächen belegen sich aus den Angaben des Planverfassers zur Nutzfläche.

Zur Berechnung der vorhabenrelevanten Umsatzerwartung werden Flächenproduktivitäten zu Grunde gelegt, die sich an einer oberen (Worst Case) und standortspezifischen Wettbewerbssituation in Dierhagen orientieren. Darüber hinaus begründen sich die Flächenleistungen nach den aktuellen Flächenproduktivitäten, die das Betriebsformat EDEKA im Durchschnitt in Deutschland zu leisten imstande ist.

Für die Erweiterung des Lebensmittelmarktes EDEKA mit einer zusätzlichen Verkaufsfläche von rd. 610 qm ist von folgenden Leistungszahlen auszugehen. Im Hinblick auf die Standortlage wird sich eine faktisch auseinandergezogene Regalierung bei gleichbleibender Sortimentsqualität

und -quantität' auf die vergrößerte Verkaufsfläche bei Weitem nicht mit der bundesdurchschnittlichen Raumleistung auswirken.

Realistisch (auch unter Berücksichtigung der nicht ganzjährlichen Auslastung des Marktes) wird für die zusätzliche Verkaufsfläche ein Raumleistungswert zwischen 4.000 – 4.500 Euro je qm erreicht werden. Darauf basierend ist für das Planvorhaben ein maximal zu erwartender Einzelhandelsmehrumsatz von ca. 2,92 Mio. € pro Jahr ansetzbar, von denen hier 2,80 Mio. € untersuchungsrelevant sind.

Abb. 3: Sortiments- und Umsatzstruktur des Planvorhabens

Vorhabenrelevante Sortimentsgruppe	Verkaufsfläche in m ² Bestand	Ist-Umsatz in Mio. €	Verkaufsfläche in m ² Planung	Mehrumsatz in Mio. €
Untersuchungsrelevante Kernsortimente	1.080	6,56	590	2,80
./.. Lebensmittel, Reformwaren ohne Bäcker	950	5,61	540	2,59
./.. Drogerie- und Parfümeriewaren / Zeitungen, Zeitschriften.	130	0,95	50	0,21
Nicht untersuchungsrelevante Randsortimente	50	0,33	20	0,12
Vorhabenrelevant insgesamt	1.130	6,89	610	2,92

Quelle: Umsatzberechnung, Büro MR Consultants, 2025

Anmerkungen: Geschätzter Bruttoumsatz / Jahr, Rundungsdifferenzen möglich.

4 Wirkungsprognose des Planvorhabens

Ökonometrische Wirkungsprognose

Vorbemerkung und rechtliche Einordnung

Eine Verkaufsflächenveränderung eines Einzelhandelsobjektes löst Veränderungen der Kaufkraftströme im Raum aus.

Größere Flächen führen dabei jedoch nicht in gleichem Umfang zu Mehrumsätzen, sondern regelmäßig zu einer abnehmenden Flächenleistung. Gleichzeitig ermöglicht eine größere Verkaufsfläche eine höhere Rentabilität z. B. durch Reduzierung der Transportkosten durch größere Liefermengen oder der Personalkosten durch effektivere Bestückung der Warenpräsentation.

Solche nach § 11 Abs. 3 BauNVO zu vermutenden Umsatzzuwächse der zu vergrößernden Verkaufsfläche des EDEKA-Marktes können zu mehr oder weniger starken Umsatzrückgängen bei anderen Betrieben führen; bei Koppelungsstandorten kann sich bei anderen Betrieben aber durchaus auch eine Umsatzsteigerung ergeben, die dann einen weiteren Raum tangiert.

§ 11 Abs. 3 der Baunutzungsverordnung stellt die Vermutungsregel auf, dass sich großflächige Einzelhandelsbetriebe mit einer Geschossfläche von 1.200 qm bzw. 800 qm Verkaufsfläche nicht nur unwesentlich auf die Ziele der Raumordnung und Landesplanung sowie die städtebauliche Entwicklung und Ordnung auswirken können.

Wie sich aus § 11 Abs. 3 Satz 4 BauNVO ergibt, ist die Vermutungsregel des Satzes 3 widerlegbar. Abweichungen kommen nicht nur nach oben, sondern auch nach unten in Betracht.

Die Arbeitsgruppe "Strukturwandel im Lebensmittelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO" ging dazu in ihrem Bericht vom 30. April 2002 (ZfBR 2002,598) davon aus, dass auch oberhalb der Vermutungsregel von 1.200 qm Geschossfläche bzw. 800 qm Verkaufsfläche Anhaltspunkte dafür bestehen können, dass die in § 11 Abs. 3 S. 2 BauNVO bezeichneten Auswirkungen nicht vorliegen. Insbesondere hebt die Arbeitsgruppe hervor, dass dem Lebensmittelhandel im Hinblick auf die Sicherung einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung eine besondere Bedeutung zukommt.

Dem ist das BVerwG in seinem Urteil vom 24.11.2005 – 4C.10.04 – Rd.-Nr. 13 gefolgt, indem es folgendes festgelegt hat:

„Der Begriff der Großflächigkeit dient dem Gesetzgeber dazu, in typisierender Weise unabhängig von regionalen oder lokalen Besonderheiten bundesweit den Betriebstyp festzuschreiben, der von den in den §§ 2 bis 9 BauNVO bezeichneten Baugebieten ferngehalten werden soll. Dies bedeutet ... allerdings nicht, dass die nähere Umschreibung der Auswirkungen in § 11 Abs. 3 BauNVO nicht auch für die Auslegung des Begriffs der Großflächigkeit herangezogen werden könnte. Insbesondere bietet § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO, wonach Auswirkungen in der Regel anzunehmen sind, wenn die Geschossfläche 1 200 m² oder 800 qm Verkaufsfläche überschreitet, einen wichtigen Anhaltspunkt für die Bestimmung der Großflächigkeit.

Nach der gesetzgeberischen Konzeption verbietet sich die Annahme, dass diese Grenze auch den Übergang zur Großflächigkeit markiert.

Auswirkungsanalyse der Umsatzumverteilung

Die geplante Verkaufsflächenvergrößerung des Lebensmittelmarktes in Dierhagen wird eine Verlagerung von Kundenfrequenzen vom benachbarten ALDI-Lebensmitteldiscounter innerhalb des Untersuchungsgebietes sowie aus diffusen rückfließenden Umsatzrückverlagerungen zur Folge haben.

Die derzeitige Flächenproduktivität im Bestandsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.130 qm am Untersuchungsstandort beläuft sich bei einem Ist-Umsatz von 6,89 Mio. Euro p.a. auf gerundet 6.100 Euro je qm Verkaufsfläche und Jahr.

Die höchstmögliche Raumleistung für die Erweiterungsfläche (rd. 610 qm) wurde im Worst-Case-Szenario mit rd. 4.800 Euro je qm Verkaufsfläche und Jahr angesetzt, so dass daraus ein nach Realisierung des Vergrößerungsvorhabens relevanter Jahresmehrumsatz von 2,92 Mio. Euro zu erwarten ist. Abzüglich der Umsätze für die hier nicht untersuchten, hinsichtlich der Eingangsgrößen unmaßgeblichen Randsortimente (Aktionsangebote etc.) wirken damit rd. 2,80 Mio. Euro untersuchungsrelevant.

Bei dem Gefährdungspotenzial, das § 11 Abs. 3 BauNVO beschreibt, handelt es sich um eine widerlegbare Vermutungsregel, die es zu überprüfen gilt, wenn es sich nämlich um einen Einzelhandelsgroßbetrieb handelt, der negative Rückkoppelungen auf die Versorgungsstrukturen im Raum auslösen würde. Die Ermittlung städtebaulicher und/oder raumordnerisch relevanter Auswirkungen erfolgt auf der Grundlage von Modellrechnungen, welche die Umsatzumverteilungseffekte eines Einzelhandelsvorhabens simulieren. Dieses Verfahren wurde vom Bundesverwaltungsgericht grundsätzlich bestätigt⁴.

Eingangsgröße für die modellierten Berechnungen bildet der errechnete vorhabenrelevante Sortimentsumsatz des Planvorhabens mit einem untersuchungsrelevanten Mehrumsatz von 2,92 Mio. Euro p.a., der sich wie folgt in den einzelnen Teilräumen auswirkt.

In den Berechnungen zur Umsatzverlagerung wird davon ausgegangen, dass ein Anteil von etwa 0,4 Mio. Euro des Planvorhabenumsatzes innerhalb des Untersuchungsgebietes umverteilt wird. Hiervon ist der benachbarte ALDI-Lebensmitteldiscounter betroffen. Aufgrund dessen Umsatzstärke ist davon auszugehen, dass sich der sortimentsbezogene und hier untersuchte Umsatzrückgang auf einen Wert um rd. 10 v.H. des Sortimentsumsatzes handeln wird. Der Filialbetrieb ist damit keinesfalls in seiner Substanz gefährdet, da – gemessen an den Gesamtumsätzen des Discounters – der relative Gesamtumsatz der Filiale ,nur unmaßgeblich in einer Höhe von rd. 7 % tangiert wird.

Auf Grundlage der Modellrechnung sind auch die **Streulagen außerhalb des Untersuchungsgebietes** nur unwesentlich durch Umsatzumverteilungen betroffen. Die relative Umsatzverlagerung beläuft sich in der Branche Lebensmittel/ Reformwaren auf Werte zwischen rd. 3,5 % (Graag-Müritzt) und max. 4,7 % (Ribnitz-Damgarten).

Die ökonomische Wirkungsanalyse auf der Basis des HUFF-Modells und die ergänzende qualitative Wertung der Auswirkungen machen deutlich, dass die Umsatzumverteilungen keinesfalls in einem abwägungsrelevanten Umfang zu erwarten sind.

Im Umland der Gemeinde Dierhagen sind keine Umsatzumverteilungseffekte mit Abwägungsrelevanz dokumentiert.

⁴ BVerwG, Urteil vom 11. Oktober 2007, 4 C 7.07

Raumordnerische Vorgaben und deren Bewertung

Nachfolgend wird das Vorhaben anhand der Kriterien des Regionalen Raumprogrammes, welches sich derzeit in der Neuaufstellung befindet, überprüft.

Zentralitätsgebot

Dem Zentralitätsgebot wird grundsätzlich entsprochen.

Die Gemeinde Dierhagen ist im System der Zentralen Orte Mecklenburg-Vorpommern als ein touristischer Siedlungsschwerpunkt klassifiziert. Das Planvorhaben zur Verkaufsflächenvergrößerung des Lebensmittelmarktes entspricht somit der planerisch gewollten Versorgungsfunktion der Gemeinde Dierhagen.

Beeinträchtigungsverbot

Das Beeinträchtigungsverbot kann als erfüllt betrachtet werden.

Die angestellte ökonomische Wirkungsanalyse zeigt auf, dass durch die Realisierung des Planvorhabens keine wesentlichen Beeinträchtigungen der Versorgungsstrukturen im Untersuchungsgebiet zu erwarten sind.

Kongruenzgebot

Das Planvorhaben mit einer künftigen Gesamtverkaufsfläche von bis zu 1.800 m² entspricht grundsätzlich dem Kongruenzgebot.

Von einer angemessenen Gesamtstruktur des Einzelhandels ist ferner auszugehen, wenn der zu erwartende Umsatz des Planvorhabens in allen oder in einzelnen Sortimentsgruppen die Kaufkraft der Einwohner im Nahbereich bzw. Verflechtungsbereich nicht übersteigt.

Die Gemeinde Dierhagen übernimmt als touristischer Siedlungsschwerpunkt überörtliche Versorgungsfunktionen.

Die eigenen Kaufkraftvolumina in der Addition mit den touristischen Kaufkraftzuflüssen in dem hier untersuchten Sortimentsbereich ‚Nahrungs- und Genussmittel‘ werden nicht überschritten. Das gilt ebenso für die vorhabenrelevante Branche ‚Drogerieartikel‘.

Siedlungsstrukturelles Integrationsgebot

Das siedlungsstrukturelle Integrationsgebot kann als erfüllt betrachtet werden. Der Standort ist durch den B-Plan Nr. 4 aus 1998 mit späteren Änderungen entsprechend legitimiert.

Fazit:

Die ökonomische Wirkungsprognose hat keinerlei Hinweise auf schädliche Auswirkungen des Planvorhabens auf die Nahversorgungsstrukturen oder auf die weitere Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde Dierhagen oder angrenzenden Kommunen aufgezeigt.

Die ökonomische Wirkungsprognose zeigt auf, dass durch das Planvorhaben zur Vergrößerung des Lebensmittelmarktes EDEKA in der Strandstraße in der Gemeinde Dierhagen nur unmaßgebliche und unbedenkliche absatzwirtschaftliche Auswirkungen eintreten werden.

Schädliche Auswirkungen auf schützenswerte Versorgungsstrukturen werden im gesamten Untersuchungsgebiet gutachterlich definitiv ausgeschlossen.

Das Vorhaben passt sich raumordnerisch ohne Gefährdung schützenswerter Versorgungsbereiche oder wesentlicher städtebaulicher Versorgungsstrukturen in den Raum und ist aus gutachterlicher Sicht zulässig und genehmigungsfähig (§ 6 BauNVO i.V.m. § 34 Abs. 2 BauGB).

Die Erweiterung ist u.E. baurechtlich als qualifizierte Nutzungsänderung ohne Auswirkung auf die Raumordnung genehmigungsfähig, da die Vermutungsregel einer Großflächigkeit i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO mit dieser Analyse ausräumbar ist.
