Stadt Grevesmühlen
Bauausschuss Stadt Grevesmühlen

Sitzung des Bauausschusses der Stadt Grevesmühlen, Nr: SI/12BA/2013/21

Sitzungstermin:	Donnerstag, 16.05.2013, 18:30 Uhr
Ort, Raum:	Beratungsraum Haus 1 EG, Rathaus, Rathausplatz 1, 23936 Grevesmühlen

Tagesordnung

Öffentlicher Teil

1	Eröffnung der Sitzung, Feststellung der ordnungsgemäßen Ladung, der Anwesenheit und Beschlussfähigkeit	
2	Einwohnerfragestunde	
3	Bestätigung der Tagesordnung	
4	Billigung der Sitzungsniederschriften	
4.1	Billigung der Sitzungsniederschrift vom 04.04.2013	
4.2	Billigung der Sitzungsniederschrift vom 02.05.2013	
5	Vorstellung der Ergebnisse des Fachgutachtens "Schalltechnische Untersuchung zu den Bebauungsplänen Nr. 30 und Nr. 34" Gast: TÜV Nord (Herr Seeburg)	
6	1. Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Grevesmühlen Gast: BulwienGesa AG (Herr Gustafsson)	**VO/12SV/2013-316**
7	Geschäftsordnung der Stadtvertretung Grevesmühlen	**VO/12SV/2013-302**
8	Informationen zum Stand aktueller städtebaulicher Planungen und Baumaßnahmen	
9	Anfragen und Mitteilungen	

Nichtöffentlicher Teil

10	Bauanträge und Bauvoranfragen	
11	Informationen und Sonstiges	

Öffentlicher Teil

12 Wiederherstellung der Öffentlichkeit und Bekanntgabe der im nichtöffentlichen Teil gefassten Beschlüsse

Stadt Grevesmühlen

Beschlussvorlage	Vorlage-Nr: **VO/12SV/2013-316** Status: öffentlich Aktenzeichen:
Federführender Geschäftsbereich: Bauamt	Datum: 06.05.2013 Verfasser: Steffen, Marleen

1. Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Grevesmühlen

Beratungsfolge:

Datum	Gremium	Teilnehmer	Ja	Nein	Enthaltung
16.05.2013	Bauausschuss Stadt Grevesmühlen				
28.05.2013	Hauptausschuss Stadt Grevesmühlen				
10.06.2013	Stadtvertretung Grevesmühlen				

Beschlussvorschlag:

1) Die Stadtvertretung nimmt das beiliegende Einzelhandelskonzept mit integrierter Wirkungsanalyse für ein geplantes Nahversorgungszentrum zustimmend zur Kenntnis.

2) Die Abwägung der Stellungnahmen zum Entwurf entsprechend Anlage 3 (Abwägungsdokumentation) wird ebenfalls zustimmend zur Kenntnis genommen.

3) Die Stadtvertretung beschließt die auf der Seite 80 des Konzeptes aufgeführten Sortimentslisten.

4) Die Stadtvertretung beschließt die im Kapitel 4.5 (Seiten 81 – 88) gegebenen Handlungsempfehlungen als Grundlage künftiger kommunaler Entscheidungen.

Sachverhalt:

Die BulwienGesa AG wurde mit der Erstellung und Fortschreibung eines kommunalen gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeptes beauftragt. Anlass für die Fortschreibung sind u.a. veränderte Marktrahmenbedingungen sowie insbesondere ein konkretes An- bzw. Umsiedlungsbegehren zweier vorhandener Lebensmittelmärkte in die Südstadt.
Weiteres Ziel des neu zu erstellenden Einzelhandelskonzeptes ist die Schaffung einer rechtssicheren Handlungs- und Planungsgrundlage für eine mittelfristige Planungsperiode der Einzelhandelssteuerung.

Nach einer umfangreichen Bestandsaufnahme und Bestandsbewertung erfolgte die Vorstellung der ersten Ergebnisse in der Stadtvertretung am 10.12.2012 und in der Veranstaltung mit den Einzelhändlern und Gewerbetreibenden der Innenstadt am 28.01.2013. Darüber hinaus lag der Entwurf der Einzelhandelskonzeptes der Stadt Grevesmühlen zur Beteiligung der Öffentlichkeit für die Dauer von zwei Wochen in der Zeit vom 25.02.2013 bis zum 08.03.2013 zu jedermanns Einsicht öffentlich aus. Zeitgleich wurde das Verfahren zur Beteiligung der Behörden und der sonstigen Träger öffentlicher Belange durchgeführt. Die Abwägung der eingegangenen Stellungnahmen entnehmen Sie bitte der als Anlage 3 beigefügten Abwägungsdokumentation.

Das Konzept (Anlage 1) soll als mittelfristige Grundlage für die Einzelhandelsentwicklung und –steuerung in Grevesmühlen dienen. Die Seiten 82 – 83 geben dabei konkrete Handlungsempfehlungen zum Umgang mit zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten. Der Sortimentskatalog auf der Seite 80 gibt einen Überblick über die zulässigen Standorte für künftige Neuansiedlungen der entsprechenden zentrenrelevanten Sortimente.

Das Konzept gibt Empfehlungen…
- zum Zentralen Versorgungsbereich „Innenstadt“ (4.5.3)
- zum Zentralen Versorgungsbereich „Innenstadt-Ergänzungsbereich Sky/Kik“ (4.5.4)
- in Gewerbegebiets- und nicht bzw. randständig integrierten Lagen (4.5.5)
- in siedlungsintegrierten Streulagen (einschließlich geplantes Nahversorgungszentrum Markant/Aldi am Bahnhof (4.5.6)

Die in das Einzelhandelsgutachten integrierte Wirkungsanalyse (siehe Kap. 5) kommt zu dem Ergebnis, dass das geplante Nahversorgungszentrum am Bahnhof (mit 1.500 m² VKF Markant und 1.000 m² VKF Aldi) hinsichtlich der städtebaulichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche sowie auf die wohnortnahe Nahversorgung verträglich ist. Voraussetzung dabei ist, dass auf die geplante Ansiedlung des Drogeriemarktes zu verzichten ist und dass die sogenannten zentrenrelevanten Sortimente entsprechend der im Konzept gegebenen Handlungsempfehlung eingeschränkt wird.

Anlagen:

- Anlage 1: Einzelhandelskonzept mit integrierter Wirkungsanalyse für ein geplantes Nahversorgungszentrum
- Anlage 2: Eingegangene Stellungnahmen der Behörden und TÖB sowie der Öffentlichkeit
- Anlage 3: Abwägungsdokumentation

Unterschrift Einreicher	Unterschrift Geschäftsbereich

BulwienGesa AG
research • analysis • consulting

EINZELHANDELSKONZEPT

MIT INTEGRIERTER WIRKUNGSANALYSE FÜR EIN GEPLANTES NAHVERSORGUNGSZENTRUM

STADT GREVESMÜHLEN

Moorfuhrtweg 13
22301 Hamburg
Tel. (040) 42 32 22-0
Fax (040) 42 32 22-12
hamburg@bulwiengesa.de
www.bulwiengesa.de

Charlottenburg HRB 95407 B • HypoVereinsbank München: Konto 441 043 30 58, BLZ 700 202 70
Vorstand: Ralf-Peter Koschny, Andreas Schulten, Thomas Voßkamp • Vorsitzender des Aufsichtsrates: Hartmut Bulwien
Förderndes Mitglied der gif e. V., Member of Plan 4 21, Member of GCSC e. V., RICS

BulwienGesa AG
research • analysis • consulting

erstellt für: Stadt Grevesmühlen
Rathausplatz 1, 23936 Grevesmühlen

Projekt-Nr.: 106738

Hamburg, 3. Mai 2013

Moorfuhrtweg 13
22301 Hamburg
Tel. (040) 42 32 22-0
Fax (040) 42 32 22-12
hamburg@bulwiengesa.de
www.bulwiengesa.de

INHALTSVERZEICHNIS

		Seite
1.1	Ausgangslage und Auftrag	1
1.2	Vorgehensweise und Methodik	1
1.3	Datenbasis und Vorgehensweise	4
2	MAKROSTANDORT GREVESMÜHLEN	6
2.1	Lage im Raum, Verwaltung, zentralörtliche Funktion	6
2.2	Verkehr	9
2.3	Einwohnerentwicklung	10
2.4	Haushaltsstrukturmerkmale in Grevesmühlen	12
2.5	Beschäftigung und Pendlerverflechtungen	14
2.6	Nachfragevolumen in Grevesmühlen	16
2.7	Tourismus	17
2.8	Fazit Makro-Standortfaktoren	18
3	GREVESMÜHLEN ALS EINZELHANDELSSTANDORT	19
3.1	Standortbereiche in Grevesmühlen	19
3.2	Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung	20
3.3	Einzelhandel in Grevesmühlen im Vergleich mit mecklenburg-vorpommerschen Mittelzentren	25
3.4	Zentrale Versorgungsbereiche	26
3.4.1	Anforderungen an Zentrale Versorgungsbereiche	26
3.4.2	Zentrale Versorgungsbereiche in Grevesmühlen	28
3.4.3	Zentrenprofile	30
3.4.3.1	ZVB Innenstadt	30
3.4.3.2	ZVB Innenstadt-Ergänzungsbereich Sky/Kik	37
3.5	Nahversorgungsabdeckung - Ausgangslage	40
3.6	Umland-Wettbewerb	43
3.7	Der Grevesmühlener Einzelhandel aus Kundensicht - Ergebnisse einer repräsentativen Kundenbefragung	44
3.7.1	Methodische Vorbemerkung	44
3.7.2	Soziodemografische Stichprobenmerkmale	45
3.7.3	Kundenherkunft und Bestimmung des Einzugsgebietes	47
3.7.4	Verkehrsmittelnutzung und Parkplatzwahl	51
3.7.5	Einkaufsverhalten der Innenstadt-Besucher	52
3.7.6	Innenstadt und Einzelhandel in der Kundenwahrnehmung	58
3.8	Zentralität und Kaufkraftbindung des Grevesmühlener Einzelhandels	62
3.8.1	Einzelhandelszentralität	62
3.8.2	Kaufkraftbindung in Grevesmühlen	63
3.8.3	Marktspielräume in Grevesmühlen	66
4	KONZEPTTEIL	72
4.1	Zusammenfassung der Ausgangslage und Implikationen der zukünftigen Einzelhandelssteuerung	72
4.2	SWOT-Analyse Innenstadt	74
4.3	Zentrale Versorgungsbereiche in Grevesmühlen	76
4.4	Zentrenrelevante Sortimente in Grevesmühlen	78

© BulwienGesa AG 2013 – 106738

INHALTSVERZEICHNIS

		Seite
4.5	Leitlinien für die künftige Einzelhandelssteuerung	81
4.5.1	Übergeordnete Entwicklungsziele	81
4.5.2	Umgang mit "zentren"- und "nicht zentrenrelevanten" Sortimenten	82
4.5.3	Leitsätze und Empfehlungen zum ZVB Innenstadt	83
4.5.4	Empfehlungen zum ZVB "Innenstadt-Ergänzungsbereich Sky/Kik"	85
4.5.5	Empfehlungen in Gewerbegebiets- und nicht bzw. randständig integrierten Lagen	85
4.5.6	Empfehlungen in siedlungsintegrierten Streulagen	86
4.5.7	Planungshorizont	88
		88
5	WIRKUNGSANALYSE FÜR DIE FACHMARKT-ANSIEDLUNG AM BAHNHOF	89
5.1	Standort	89
5.2	Ausgangslage	89
5.3	Baulich-funktionales Konzept	90
5.4	Einzugsgebiet und Nachfragevolumen	93
5.4.1	Vorbemerkung	93
5.4.2	Einzugsgebiet und Nachfragevolumen des Vorhabens	94
5.5	Umsatzpotenzial des Projektvorhabens	96
5.5.1	Umsatzschätzung Markant	97
5.5.2	Umsatzschätzung Aldi	98
5.5.3	Umsatzschätzung Drogeriemarkt	99
5.6	Wirkungsanalyse	100
5.7	Empfehlung – Modifikation des Vorhabens	102

Anhang:

Kaufkraftstrom-Modellrechnungen im periodischen Bedarf	107-108

© BulwienGesa AG 2013 – 106738

VERZEICHNIS DER ABKÜRZUNGEN

AV	Ausgabenvolumen
ALQ	Arbeitslosenquote
ASB	Allgemeiner Siedlungsbereich
BA	Bauabschnitt
BAB	Bundesautobahn
BfLR	Bundesforschungsanstalt für Landeskunde und Raumordnung (jetzt: BBR)
BBR	Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung
BGF	Bruttogeschossfläche
BIP	Bruttoinlandsprodukt
BHM	Bau- und Heimwerkermarkt
DIY	Do-it-yourself (Bau- und Heimwerkersortiment)
EFH	Einfamilienhaus
EG	Erdgeschoss; auch Einheitsgemeinde bzgl. Gebietsgliederung
EH	Einzelhandel
EKZ	Einkaufszentrum
EW	Einwohner
EZG	Einzugsgebiet
FGZ	Fußgängerzone
FM	Fachmarkt
GE	Gewerbe
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung, Nürnberg
GG	Gebrauchsgüter
GPK	Glas, Porzellan, Keramik
GVZ	Güterverkehrszentrum
GZ	Grundzentrum
HAKA	Herrenoberbekleidung
HWS	Hauptwohnsitz
KES	Komplexer Einzelhandelsstandort
KIKA	Kinderbekleidung
Kfz	Kraftfahrzeug
KKZ	Kaufkraftkennziffer
Konz.	Konzessionär
LEP	Landesentwicklungsplan, Landesentwicklungsprogramm (Bayern, Baden-Württemberg
LK/Lkr.	Landkreis
LM/VG	Lebensmittel/Verbrauchsgüter
LROP	Landes-Raumordnungsprogramm
MA	Marktanteil
MF	Mietfläche
MI	Mischgebiet
MIV	Motorisierter Individualverkehr
MZ	Mittelzentrum
NLS	Niedersächsisches Landesamt für Statistik
OG	Obergeschoss
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
OTZ	Ortsteilzentrum
PH	Parkhaus
Pkw	Personenkraftwagen
PP	Parkplätze/Stellplätze
qm	Quadratmeter
ROG	Raumordnungsgesetz
SBWH	Selbstbedienungswarenhaus
SG	Samtgemeinde
SM	Supermarkt
SO	Sondergebiet
SVP	Sozialversicherungspflichtige Beschäftigte
UE	Unterhaltungselektronik
UKZ	Umsatzkennziffer
VA	Verbrauchsausgaben
VG	Verkehrsgemeinschaft (süddeutsch: Verwaltungsgemeinschaft)
VKF	Verkaufsfläche
VM	Verbrauchermarkt
VZ	Versorgungszentrum
WA	Allgemeines Wohngebiet
WPR	Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel
WZ	Wohnnahes Zentrum
ZVB	Zentraler Versorgungsbereich
ZUP	Zentraler Umsteigepunkt

© BulwienGesa AG 2013 – 106738

WARENGRUPPEN-ERLÄUTERUNG

Warengruppen-Code BulwienGesa	EHI*		Warengruppen-Code BulwienGesa	EHI*		Warengruppen-Code BulwienGesa	EHI*	
		Mischbetriebsformen	2		Aperiodischer Bedarf (Fortsetzung)	4	L	Gastronomie
0	A	Warenhäuser (z. B. Kaufhof, Hertie)	2,3	F	DIY/Garten/Freizeit	4,1	L	Restaurants
1	A	SB-Warenhäuser (z. B. Kaufland)	2,31	F	Bau- und Heimwerker-Sortiment	4,2	L	Kneipe/Bar
			2,32	F	Holzhandel	4,3	L	Café/Coffee Shop/Bistro/Eisdiele
1		Periodischer Bedarf	2,33	G	Eisenwaren/Beschläge	4,4	L	Imbiss/Take Away/Systemgastronomie ohne Gastraum
1,1	B	Nahrungs- und Genussmittel (NuG)	2,341	G	Zimmerpflanzen/Blumen/Floristik	4,5	L	Fast-Food/Systemgastronomie mit Gastraum
1,11	B	Supermarkt	2,342	G	Freilandpflanzen/Gartenbedarf	4,6	L	Food-Court
1,12	B	Discounter	2,35	G	Zweirad	4,7	L	Sonst. Einrichtungen, z. B. Saftbar, Brezelverkauf, Weinstand
1,13	B	Verbrauchermarkt/SB-Warenhaus	2,36	G	KFZ-Zubehör			
1,14	B	Sonstige LM-Märkte (GC, Sopo, Bio)	2,37	G	Sport/Campingartikel (Hardware)	5	M	Entertainment
1,15	B	LM-Kleinhandel				5,1	M	Multiplexkino, Kino, Sonderprojektionskino
1,16	B	LM-Handwerk: Bäcker	2,4	E	Einrichtungsbedarf	5,2	M	Fitness-/Wellness-Center
1,17	B	LM-Handwerk Fleischer	2,41	E	Möbel, Küchen, Gartenmöbel	5,3	M	Bowling/Billard/Dart
			2,42	E	Leuchten	5,4	M	Spielhallen/Automatenspiel/Casino
1,2	C	Drogerie/Gesundheit	2,43	E	Heimtextilien inkl. Bettwaren	5,5	M	Kinderspielecenter/Indoor-Spielplatz
1,21	C	Drogerie-Markt	2,44	E	Bodenbeläge, Teppiche	5,6	M	Besucherattraktionen, z. B. Science-Center, Aquarium, Modelleisenbahnwelten
1,22	C	Drogerie/Parfümerie						
1,23	C	Apotheke	2,5		Sonstige Hartwaren/Persönlicher Bedarf	5,7	M	Sonstige Angebote
			2,51	E	GPK/HHW			
1,3	B	Zeitungen/Tabak	2,52	F	Bücher, Poster	**SONSTIGE NUTZUNGEN/LEERSTÄNDE**		
			2,53	G	Spielwaren			
1,4	B	Zoobedarf periodisch	2,54	G	Musikalien	6		Separate Lagerflächen/Separate Nebenräume
			2,55	H	Schreibwaren, Bürobedarf			
2		Aperiodischer Bedarf	2,56	H	Schmuck, Uhren, Edelmetalle	7		Leerstand
2,1	D	Modischer Bedarf	2,57	C	Sanitätsbed., Akustik, Optik	7,1		Leerstand Einzelhandelsflächen
2,11	D	Vollsortiment	2,58	H	Sonstige Gebrauchsgüter	7,2		Leerstand Lagerflächen
2,12	D	Damenoberbekleidung (DOB)	2,59	G	Zoobedarf (aperiodisch), Haustiere	7,3		Leerstand Sonstige Flächen
2,13	D	HAKA (Herrenoberkleidung)						
2,14	D	Sportbekleidung	3	K	Einzelhandelsnahe Dienstleister	8		Vermietete Werbeflächen, z. B. Fassadenwerbung, Leuchtreklame, Vitrinen in der Mall
2,15	D	Wäsche/Kurzw./Kinderbekleidung//Sonst.	3,1	K	Friseur			
2,16	D	Schuhe inkl. Sportschuhe	3,2	K	Reinigung/Reinigungsannahme			
			3,3	K	Änderungsschneiderei	9		Sonstige Flächen
2,2	F	Elektro, Technik	3,4	K	Sonnenstudio/Kosmetiksalon	9,1		Büroflächen
2,21	F	Weiße Ware	3,5	K	Schuh-/Schlüsseldienst	9,2		Wohnflächen
2,22	F	Braune Ware/Tonträger (UE)	3,6	K	Reisebüro	9,3		Hotel
2,23	F	Foto/Video	3,7	K	Bank-/Sparkasse-/Postfiliale			
2,24	F	EDV	3,8	K	Automaten, z. B. EC-/Fotoautomaten			
2,25	F	Telekommunikation	3,9	K	Sonst. Angebote, z. B. Theaterkasse, T-Shirt-Druck			

* EHI = Euro Retail Institute GmbH, Köln

© BulwienGesa AG 2013 – 106738

1 VORBEMERKUNG

1.1 Ausgangslage und Auftrag

Die rund 11.000 Einwohner zählende und mit mittelzentralen Funktionen ausgestattete Stadt Grevesmühlen beabsichtigt die Erstellung und Fortschreibung eines kommunalen gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeptes.

Ein Vorgängerkonzept aus dem Jahre 2003 liegt vor. Anlass für die Fortschreibung sind u. a. veränderte Marktrahmenbedingungen sowie insbesondere die konkrete Befassung mit einem großflächigen Einzelhandelsplanvorhaben mit rund 3.100 qm Verkaufsfläche in der Südstadt, in dessen Zuge zwei vorhandene Lebensmittelmärkte (Markant, Aldi) von ihren gegenwärtigen Standorten dorthin verlagert und erweitert würden. Hiermit wäre eine bedeutende Umgestaltung des Nahversorgungsnetzes in Grevesmühlen verbunden. Zudem entstünde durch die Clusterwirkung auch ein zusätzlicher Einzelhandelsschwerpunkt, dessen Ausstrahlung über die Nahversorgung der Südstadt hinaus zu berücksichtigen ist.

Das Vorhaben soll im Rahmen eines gesamtstädtischen Einzelhandelsgutachtens (bzw. einer Fortschreibung des 2003er Einzelhandelskonzeptes) einer wirkungsanalytischen und städtebaulichen Bewertung unterzogen und im Rahmen eines fortgeschriebenen Gesamtkonzeptes plausibilisiert werden.

Als weiteres Ziel des neu zu erstellenden Einzelhandelsgutachtens kann die Schaffung einer rechtsicheren Handlungs- und Planungsgrundlage für eine weitere mindestens mittelfristige Planungsperiode der Einzelhandelssteuerung vorausgesetzt werden.

Dazu dient vor allem im Hinblick auf die Anwendbarkeit des § 34 (3) BauGB in Verbindung mit dem § 9 (2a) BauGB eine parzellenscharfe Abgrenzung des innerstädtischen Hauptzentrums und weiterer potenzieller Neben-/Nahversorgungszentren im Sinne eines "zentralen Versorgungsbereiches" (ZVB) sowie die Aufstellung einer örtlichen Liste "zentrenrelevanter Sortimente".

Auf Basis des modifizierten Untersuchungsangebotes vom 24.05.2012 beauftragte die Stadt Grevesmühlen die BulwienGesa AG, Hamburg, mit Schreiben vom 12.05.2012 mit der Erstellung eines kommunalen und gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeptes inklusive einer repräsentativen Kundenbefragung.

1.2 Vorgehensweise und Methodik

Das Konzept setzt sich zusammen aus einer umfassenden Standort- und Marktanalyse sowie einem Konzeptteil.

Die Standort- und Marktanalyse gliedert sich in die Komponenten:

➡ Analyse der Nachfrageseite
- Makro-Standort Grevesmühlen und Rahmenbedingungen der Nachfrageseite (Einwohnerentwicklung und -perspektive, Lageparameter und Siedlungsstruktur, Verkehrserschließung, Kaufkraft, Arbeitsmarkt und Pendlerverflechtungen)

➞ Analyse der Angebotsseite
- Vollständige Erhebung, Analyse und (Umsatz-)Bewertung des lokalen Einzelhandelsangebotes in Grevesmühlen differenziert nach Branchen und Lagebereichen;
- Analyse von Branchenmix und Marktverteilung, Leistungsvermögen, Flächendichte und -verteilung im Stadtgebiet;
- Darstellung und Bewertung der Nahversorgungsabdeckung.
- Die Umsatzermittlung erfolgt durch Gewichtung der erhobenen Verkaufsflächen mit (in absteigender Priorität)
  - betreibertypischen,
  - betriebsformentypischen oder
  - branchentypischen

  Flächenproduktivitäten, modifiziert um das lokale und regionale Kaufkraftniveau sowie ggf. spezifische Lage- und Objektmerkmale.
  In einigen Fällen standen auch reale Umsätze zur Verfügung.
  Bei Mehrsortimentern (z. B. Warenhäuser, Verbrauchermärkte) ist eine anteilige Sortimentsdifferenzierung vorgenommen worden; diese schließt auch die Nonfood-Aktionssortimente der Lebensmittel-Discounter ein.

➞ Branchengliederung
Hinsichtlich der Branchengliederung erfolgt eine Unterscheidung in die nachstehenden sechs Hauptwarengruppen[1].
Diese Sortimentsgliederung ist angebots- wie nachfrageseitig identisch und ermöglicht so die Berechnung der spezifischen Einzelhandelszentralitäten und Kaufkraftbindungen in Grevesmühlen.

[1] Insgesamt unterscheidet die BulwienGesa AG in 45 Einzelbranchen, welche für die Ermittlung von Umsatz- und Zentralitätswerten sowie zur Ermittlung der Kaufkraftbindungsquoten zu Hauptwarengruppen aggregiert werden.

Sie geht auf die Warengruppen-Systematik der Einkommens- und Verbrauchsstichprobe des Statistischen Bundesamtes zurück.

Warengruppenübersicht

- **Periodischer Bedarf** (Lebensmittel, Drogerieartikel, Zeitschriften, Heimtiernahrung, Arzneimittel inkl. apothekenpflichtiger Medikamente); bildet in etwa das nahversorgungsrelevante Sortiment ab;
- **Modischer Bedarf** (Bekleidung, Schuhe, inkl. Sportbekleidung, Sportschuhe und modische Accessoires);
- **Elektro/Technik** (Consumer Electronics, Telekommunikation, Foto/Imaging, Haushaltselektrogroß- und kleingeräte. Elektrogeräte in Einbauküchen zählen zum Sortiment "Möbel");
- **DIY ("Do It Yourself"), Garten/Freizeit** (Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf, Pflanzen/Blumen, Kfz-Zubehör, Fahrräder, Sport- und Campingartikel);
- **Einrichtungsbedarf** (Möbel inkl. Küchen und Gartenmöbel, Leuchten, Heimtextilien, Bodenbeläge);
- **Sonstige Hartwaren/Persönlicher Bedarf** (Bücher, Schreibwaren, Spielwaren, Uhren/Schmuck, Sanitätsbedarf/Optik/Hörgeräteakustik, Haushaltswaren, Lederwaren etc.)

➞ Analyse der vorhanden Standort- und Lagebereiche in Grevesmühlen und Bestimmung zentraler Versorgungsbereiche
- Lageklassifikation, Darstellung der Erdgeschossnutzungen im Zentrumsbereich als Basis für eine grundstücksscharfe Zentrumsabgrenzung (zentrale Versorgungsbereiche für Haupt- und ggf. auch Nebenzentren) sowie für die Charakterisierung von Ergänzungs- und Sonderstandorten.

© BulwienGesa AG 2013 – 106738

– Funktionsanalyse der relevanten Lagebereiche (Versorgungsfunktion, wesentliche städtebauliche Merkmale und funktionale Aspekte wie Verkehrserschließung, Stellplatzausstattung, Marktauftritt der wesentlichen Ankerbetriebe, funktionale oder strukturelle Defizite sowie Erweiterungsmöglichkeiten/Flächenreserven.

➞ Ermittlung des einzelhandelsrelevanten Einzugsgebietes und des ansprechbaren Nachfragevoulumens
- Evaluierung und ggf. Anpassung des Einzugsgebietes der Vorgängeruntersuchung auf Basis einer repräsentativen innerstädtischen Kundenbefragung;
- Berechnung der ladenhandelsrelevanten Nachfragevolumina privater Haushalte im Einzugsgebiet, differenziert nach Hauptwarengruppen;
- Kurzanalyse der regionalen Wettbewerbslandschaft im Einzugsbereich und an der unmittelbaren Peripherie.

➞ Leistungsmerkmale Grevesmühlens als Einzelhandelsstandort
- Berechnung und Bewertung von Dichtekennziffern zur Verkaufsflächenausstattung;
- Berechnung und Bewertung der aktuellen Einzelhandelszentralitäten nach Hauptwarengruppen;
- Benchmarking der Leistungsdaten mit vergleichbaren Mittelzentren;
- Berechnung der tatsächlich erzielten Kaufkraftbindung in Grevesmühlen und Umland, differenziert nach Marktzonen; Ausweis des Umsatzbeitrages durch externe Kundenanteile.

➞ Repräsentative Besucherbefragung und Herkunftsermittlung in der Innenstadt, ergänzt um eine gekürzte Referenzbefragung am vorgelagerten Aldi-Standort
- Innenstadtstichprobe n = 400 (Straßenraum Wismarsche Straße / Markt / August-Bebel-Straße)
- Als Referenzstandort gekürzte Aldi-Stichprobe n = 178
- Befragungszeitraum: Do. 31.05. bis Sa. 02.06.2012

Themen:
- Soziodemografische Kundenstruktur (Standorte untereinander vergleichend, ebenso mit BulwienGesa-Durchschnittswerten zu Innenstädten und Fachmarktlagen);
- Kundenherkunft (Überprüfung des in 2003 abgegrenzten Einzugsgebietes, Marktdurchdringung, Stellenwert von Ausflüglern/Touristen);
- Kopplungsbesuche Fachmarktlage - Innenstadt;
- Nur Innenstadt: Aktueller Besuchsanlass in der Innenstadt, nachgefragte Sortimente, aufgesuchte Geschäfte und Einrichtungen (vergleichende Überprüfung der Multifunktionalität; Identifikation von Ankerbetrieben und -einrichtungen);
- Nur Innenstadt: Abfrage von Einkaufszufriedenheit sowie Lücken und Ergänzungswünschen zum Angebotsspektrum.

Der Konzeptteil beinhaltet die Komponenten:

➞ Überprüfung (Evaluierung) der wesentlichen Leitlinien aus dem 2003er Konzept: Welche Aussagen und Konzeptansätze haben weiterhin Bestand; bei welchen besteht Anpassungsbedarf an veränderte Marktrahmenbedingungen bzw. an veränderte städtebauliche Entwicklungsziele?

- ➞ Zusammenführung der Befunde der Analyseschritte zu einer ganzheitlichen Standortbewertung und darauf aufbauend Entwicklung eines mittelfristigen Leitbildes sowie Handlungsempfehlungen für die künftige Handelsentwicklung in Grevesmühlen;

- ➞ Ausweisung und kleinräumliche Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche;

- ➞ Erstellung eines Kataloges "zentrenrelevanter" und "nahversorgungsrelevanter" Sortimente für Grevesmühlen;

- ➞ Berücksichtigung von anhängigen Planvorhaben des Einzelhandels und Aussagen zur Konzeptkonformität bzw. Handlungsempfehlungen zu ihrer weiteren Bearbeitung ggf. nebst Empfehlungen zur Flächen- und Sortimentsregulierung.
  - In erster Linie betrifft dies das Planvorhaben am Entwicklungsstandort Bahnhof.
  - Auf Basis einer eigenständigen Kaufkraftstrom-Modellrechnung für die Nahversorgung wird die Umsetzung der Verlagerungsoptionen (Markant, Aldi) zzgl. etwaiger weiterer Anbieter simuliert und einer wirkungsanalytischen (Berechnung der Verdrängungswirkungen) sowie städtebaulichen Gesamtbewertung unterzogen. Hierin fließen Auswirkungen auf die Nahversorgungsabdeckung sowie ggf. auch Wechselwirkungen mit der Innenstadt ein.
    Sie münden in eine Empfehlung zur weiteren Verfolgung, und wenn erforderlich, auch Modifikation des Projektes.

1.3 Datenbasis und Vorgehensweise

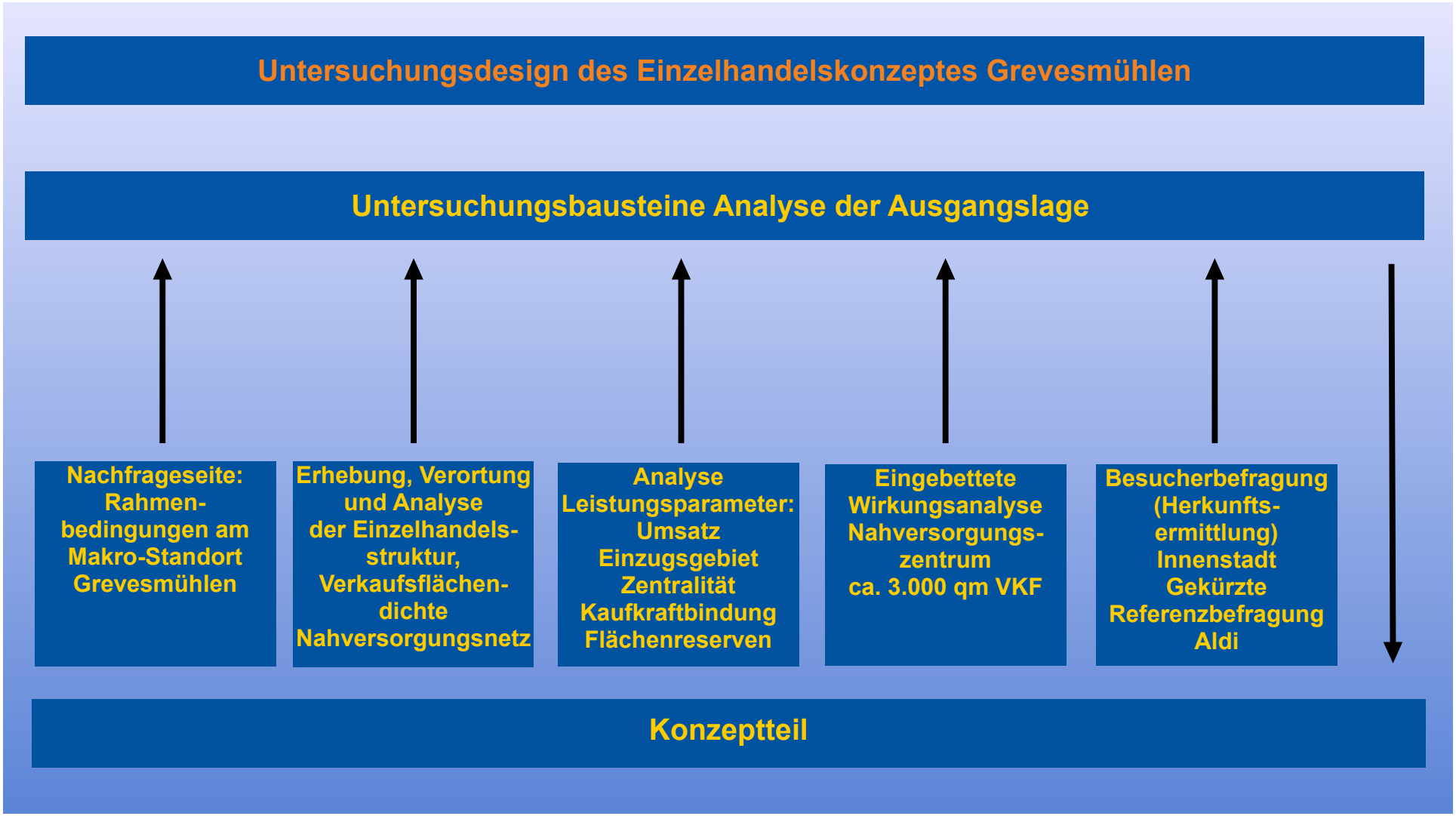
- Primärerhebungen vor Ort:
  Intensive Vor-Ort-Recherchen und Abstimmungen mit den beteiligten Institutionen (Stadtverwaltung Grevesmühlen, begleitender Arbeitskreis Einzelhandelskonzept Grevesmühlen, Ministerium für Arbeit, Bau und Landesentwicklung Mecklenburg-Vorpommern); explorative Gespräche mit wichtigen örtlichen Einzelhändlern;

- Externe Datenquellen:
  Flankierend herangezogen werden verfügbare untersuchungsrelevante Drittgutachten / Publikationen (z. B. das Vorgängergutachten der Cima 2003, das ISEK 2008, das Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern 2005, das Regionale Raumentwicklungsprogramm Westmecklenburg 2011), amtliche Statistiken, einzelhandelsbezogene Kennziffern von Verbänden, Betreibern sowie aus Betriebsvergleichen;

- Die Bearbeitung erfolgte im Zeitraum Mai bis Dezember 2012.

- Am 28. Januar 2013 erfolgte eine öffentliche Präsentation und Diskussion der Ergebnisse und des Konzeptentwurfs im Rahmen einer Informationsveranstaltung unter reger Beteiligung insbesondere von Mitgliedern des Gewerbe-, Handel- und Industrievereins (GHI). Informationen und Anregungen aus dieser Veranstaltung sind in die Entwurfsfassung vom 8.2.2013 eingeflossen.

- Vom 25.2. bis 8.3.2013 wurde das EHK öffentlich ausgelegt und parallel eine TÖB-Beteiligung durchgeführt. Die nunmehr vorliegende Konzeptfassung vom 22.4.2013 berücksichtigt die im Rahmen der TÖB- und Öffentlichkeitsbeteiligung vorgebrachten Anregungen und Bedenken.


Untersuchungsdesign des Einzelhandelskonzeptes Grevesmühlen
Untersuchungsbausteine Analyse der Ausgangslage
Nachfrageseite: Rahmen-bedingungen am Makro-Standort Grevesmühlen
Erhebung, Verortung und Analyse der Einzelhandels-struktur, Verkaufsflächen-dichte Nahversorgungsnetz
Analyse Leistungsparameter: Umsatz Einzugsgebiet Zentralität Kaufkraftbindung Flächenreserven
Eingebettete Wirkungsanalyse Nahversorgungs-zentrum ca. 3.000 qm VKF
Besucherbefragung (Herkunfts-ermittlung) Innenstadt Gekürzte Referenzbefragung Aldi
Konzeptteil

2 MAKROSTANDORT GREVESMÜHLEN

2.1 Lage im Raum, Verwaltung, zentralörtliche Funktion

Die 10.654 Einwohner[2] zählende Stadt Grevesmühlen ist die nach Einwohnerzahl zweitgrößte Gemeinde des Landkreises Nordwestmecklenburg. Im Zuge der Kreisgebietsreform Mecklenburg-Vorpommern 2011 kam die bis dahin kreisfreie Hansestadt Wismar zum Landkreis Nordwestmecklenburg hinzu und löste Grevesmühlen als Kreisstadt ab. Die Kreisverwaltung ist jedoch nach wie vor in Grevesmühlen ansässig.

Naturräumlich ist Grevesmühlen in eine hügelige Wald- und Agrarlandschaft im Nordwesten Mecklenburgs eingebettet und kann mit seiner Lage im Hinterland der Ostseeküste, die in 10 km nördlich erreicht werden kann, von touristischen Einflüssen profitieren. Das überregional bekannte Ostseebad Boltenhagen fungiert als touristischer Hauptort im Küstenabschnitt zwischen Lübeck-Travemünde und Wismar.
Im Grevesmühlener Stadtgebiet erstrecken sich zudem die landschaftlich reizvollen Gewässer Ploggensee, Vielbecker See und Santower See.

Distanzen und Zentrenstruktur

Zentrum	Einwohner (31.12.2011)	Status	Entfernung (Luftlinie)
Wismar	44.057	Mittelzentrum	20 km
Schwerin, Landeshauptstadt	95.300	Oberzentrum	30 km
Rostock	204.260	Oberzentrum	65 km
Lübeck	210.577	Oberzentrum	30 km
Klütz	3.079	Grundzentrum	11 km

Quelle: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern, Statistikamt Nord

[2] Hauptwohnsitze; Vergleichbare Einwohnerzahlen des Statistischen Amtes Mecklenburg-Vorpommern; Stand 31.12.2010

Die Stadt liegt im Zentrum des Städtedreiecks Wismar–Schwerin–Lübeck, die zugleich die nächst gelegenen übergeordneten bzw. benachbarten Mittel- und Oberzentren darstellen.

Nachbargemeinden im Norden sind Hohenkirchen, Warnow und Damshagen. Im Westen grenzen Börzow und Bernstorf, im Süden Hanshagen, Plüschow sowie Upahl an. Östlich benachbart befindet sich die Gemeinde Gägelow.

Die Stadt Grevesmühlen ist in die namengebende, siedlungsstrukturelle Ortslage sowie dreizehn räumlich abgesetzte, ländlich geprägte, z. T. nur aus einer Hofstelle bestehende Ortsteile gegliedert:

Stadtteilgliederung Grevesmühlen

Stadtteil	Entfernung zur Ortslage (Luftlinie) ca.	Einwohner (31.12.2010)	Anteil v. H.
Grevesmühlen (Ortslage)	--	9.156	85,9
Barendorf	6,5 km östlich	74	0,7
Büttlingen	3,5 km südlich	26	0,2
Degtow	2,5 km südöstlich	89	0,8
Drei Linden	4,5 km östlich	1	0,0
Everstorf	5,0 km nordöstlich	15	0,1
Grenzhausen	3,0 km nordwestlich	47	0,4
Hamberge	3,5 km nordöstlich	106	1,0
Hoikendorf	7,0 km nordöstlich	54	0,5
Neu Degtow	2,5 km östlich	545	5,1
Poischow	2,0 km südlich	5	0,0
Questin	4,0 km südwestlich	58	0,5
Santow	2,0 km nördlich	96	0,9
Wotenitz	3,0 km südlich	382	3,6
Stadt Grevesmühlen Total		**10.654**	**100,0**

Quelle: Stadt Grevesmühlen; EW-Zahlen linear umbasiert auf Daten des Statistischen Amtes M.-V.

Die Grevesmühlener Ortslage erstreckt sich um die siedlungsstrukturell kompakte, historische Altstadt mit dem Marktplatz als deren Mittelpunkt. Die traditionellen Geschäftsstraßen innerhalb der Altstadt sind die Wismarsche Straße und die August-Bebel-Straße

Einfamilienhaus- und Gartenstadt-Quartiere entstanden vornehmlich in der Bahnhofsvorstadt, der südlich der Bahntrasse gelegenen Südstadt, westlich der Altstadt sowie in den vergangenen zwei Dekaden südlich der Wismarschen Straße.

Mehrfamilienhaus-Quartiere sind die so genannte AWG-Siedlung sowie die in Plattenbauweise errichteten Straßenzüge um den Ploggenseering, Grüner Ring, Kastanienallee und Am Wasserturm.
Derzeit sind zudem zwei Neubaugebiete im Nordwesten des Stadtgebietes mit ca. 60 Grundstücken für Einfamilienhausbebauung in Planung.

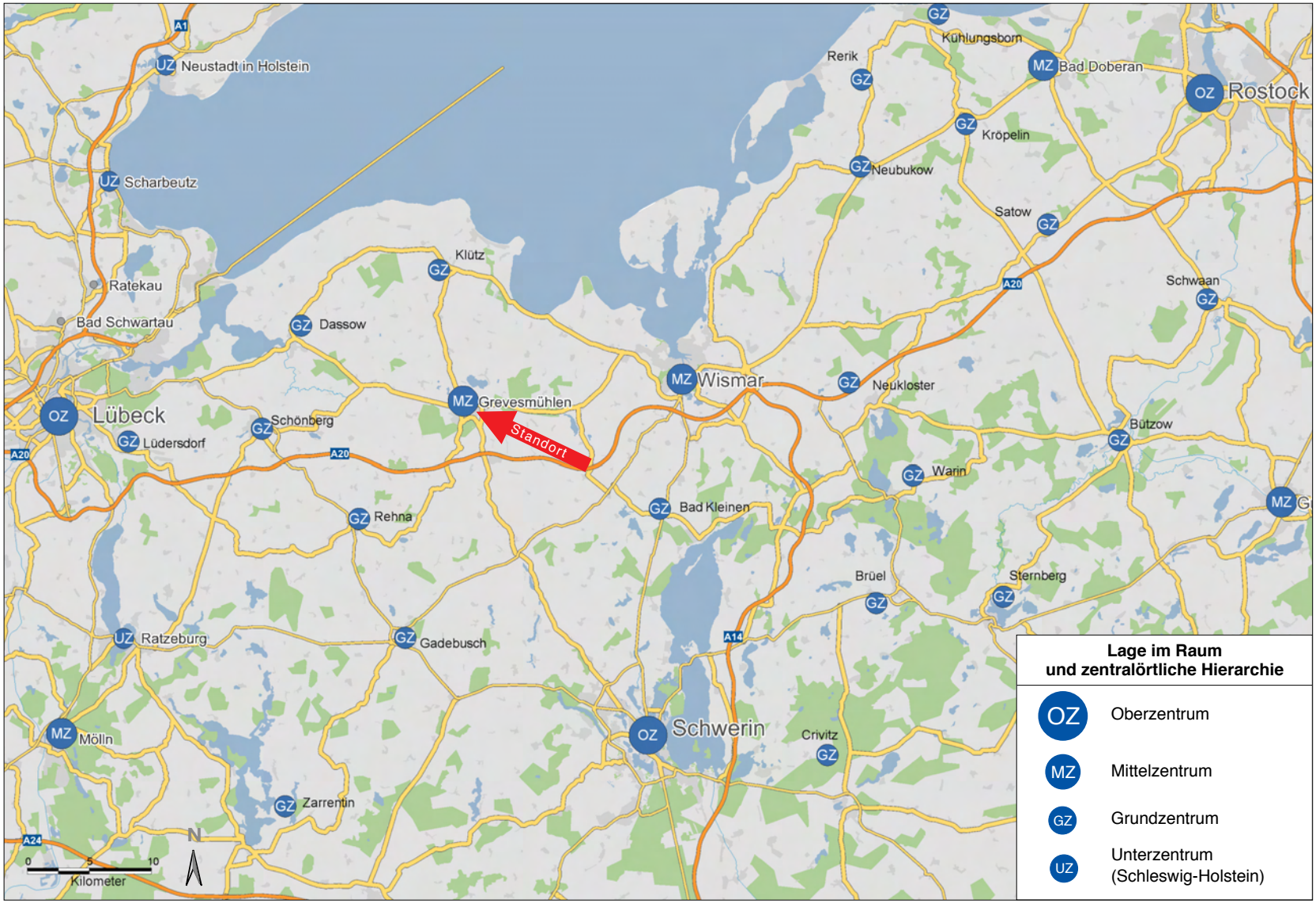
Gewerbliche Nutzungen sind überwiegend in den Gewerbegebieten "Ost", "Ton Weide" und "Kapellenberg" sowie entlang der Bahntrasse angesiedelt.

Grevesmühlen ist über die Zugehörigkeit zum Landkreis Nordwestmecklenburg der Metropolregion Hamburg zugeordnet und verfügt gemäß dem Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern 2005 sowie dem Regionalen Raumordnungsprogramm Westmecklenburg 2011 über den zentralörtlichen Status eines Mittelzentrums.

Grevesmühlen übernimmt demnach folgende Schwerpunktaufgaben[3]:

- Standort für die Versorgung der Bevölkerung seines Mittelbereiches mit Gütern und Dienstleistungen des gehobenen Bedarfs
- Regionalbedeutsamer Wirtschaftsstandort mit vielfältigem Arbeits- und Ausbildungsplatzangebot
- Einkaufszentrum des gehobenen Bedarfs; als solches soll Grevesmühlen gestärkt und weiterentwickelt werden

[3] RREP Westmecklenburg 2011, 92; 3.2.1 Ober- und Mittelzentren (S. 41)


Neustadt in Holstein
Scharbeutz
Ratekau
Bad Schwartau
Lübeck
Lüdersdorf
Schönberg
Dassow
Klütz
Grevesmühlen
Standort
Rehna
Ratzeburg
Gadebusch
Mölln
Zarrentin
Kühlungsborn
Rerik
Bad Doberan
Rostock
Kröpelin
Neubukow
Satow
Schwaan
Wismar
Neukloster
Bützow
Warin
Bad Kleinen
Brüel
Sternberg
Crivitz
Schwerin
A1
A20
A24
A14
0
5
10
Kilometer
N
Lage im Raum
und zentralörtliche Hierarchie
Oberzentrum
Mittelzentrum
Grundzentrum
Unterzentrum
(Schleswig-Holstein)

2.2 Verkehr

Straßenverkehr überörtlich

Grevesmühlen wird von mehreren regional und überregional bedeutsamen Verkehrsachsen berührt und ist somit sehr gut in das Straßenverkehrsgerüst eingebunden.

Südlich der Stadt verläuft die weitgehend parallel zur Ostseeküste geführte BAB 20 Lübeck–Rostock–Berlin, an die Grevesmühlen mit einer eigenen Anschlussstelle direkt angebunden ist und über die u. a. die Oberzentren wie Lübeck, Hamburg und Rostock zügig zu erreichen sind.

Eine bedeutende Verkehrsachse mit überregionaler Funktion stellt zudem die stark befahrene B 105 Lübeck–Wismar–Stralsund dar (ca. 10.000 Kfz/24 h, Zählstelle Grevesmühlen)[4], die das Stadtgebiet in Ost-West-Richtung auf gesamter Länge durchquert und von den L 02 und L 03 gekreuzt wird. Die L 03 fungiert als Hauptverbindung zwischen der BAB 20 und dem Ostseebad Boltenhagen und übernimmt somit eine wichtige Erschließungsfunktion für den nördlich der Stadt gelegenen Küstenraum (ca. 7.200 Kfz/24 h südlich der B 105 bzw. ca. 5.500 Kfz/24 h nördlich der B 105)[3].

Straßenverkehr innerörtlich

Die überregional bedeutsamen Achsen sind zugleich wichtige innerstädtische Verkehrsträger, die neben dem Durchgangsverkehr auch den lokalen Verkehr aufnehmen.

Die bedeutendsten sind:

- Lübecker Chaussee / Badstüberbruch (B 105)
- Rehnaer Straße / Heinrich-Heine-Straße / Schweriner Straße / Am Lustgarten / Santower Straße (L 02)
- Grüner Weg / Badstüberbruch / Klützer Straße (L 03)

Wichtige Erschließungsfunktionen für die Innenstadt übernehmen zudem die Wismarsche Straße aus dem östlichen Stadtgebiet, die Rehnaer Straße und die Schweriner Straße / Schweriner Landstraße aus dem Süden sowie die Santower Straße aus Richtung Warnow im Norden.

Eine Verbesserung der verkehrlichen Erschließung der Altstadt ist seit mehreren Jahren in der Diskussion. Auf Basis eines im Jahr 2007 von der team red GmbH vorgelegten Verkehrskonzeptes wurde die Verkehrsführung in der Innenstadt, die überwiegend durch Einbahnstraßenregelungen gekennzeichnet ist, verändert, ist zwischenzeitlich jedoch widerrufen worden. Derzeit ist insbesondere die Erreichbarkeit der Altstadt und der innerstädtischen Parkplätze für auswärtige Besucher ohne Ortskenntnis wenig transparent. Dies betrifft vor allem von der B 105 bzw. aus Richtung Boltenhagen / Klütz kommende Besucher, da diese wegen der ausnahmslos aus der Innenstadt hinausführenden Einbahnstraßen nicht direkt in das Zentrum gelangen können. In der veränderten Variante war dies zwischenzeitlich bereits möglich.

Nach Eröffnung der südlich an Grevesmühlen vorbeilaufenden BAB 20 verschoben sich die verkehrlichen Gewichte von der B 105 mehr auf die Zubringerstraße Grüner Weg. Bis dahin waren allein der Verlauf der B 105 und die Klützer Straße die verkehrlich bevorzugten Standorte für Lebenmittel- und andere großformatige Fachmärkte.

[4] Quelle: Landesamt für Straßenbau und Verkehr Mecklenburg-Vorpommern, Verkehrsmengenkarte Mecklenburg-Vorpommern 2010

ÖPNV

Grevesmühlen verfügt über einen Haltepunkt an der Bahnstrecke Lübeck-Bad Kleinen. Jeweils im Zwei-Stunden-Takt verkehren dort zeitversetzt die beiden Regionalexpress-Linien 6 Lübeck–Bad Kleinen sowie Lübeck–Szczecin, sodass Grevesmühlen de facto stündlich angefahren wird. Insbesondere für die zahlreichen Berufspendler nach Lübeck oder Schwerin (mit Umstieg in Bad Kleinen) ist die Verbindung mit einer Fahrzeit von jeweils ca. 35 Minuten von Interesse. Am Bahnhof Grevesmühlen ist die Einrichtung eines Park+Ride Parkplatzes im Gespräch.

Die vormalige Nebenbahn nach Klütz ist stillgelegt, nachdem auch ein zwischenzeitlicher Touristikverkehr scheiterte. Nach Entfernung der Gleise wird die Trasse derzeit für ein erneutes touristisches Konzept abschnittsweise von Klütz ausgehend als Schmalspurbahn rekonstruiert. Eine Durchbindung bis Grevesmühlens ist jedoch nach derzeitigem Stand nicht mehr vorgesehen.

Im Busverkehr wird Grevesmühlen von 11 lokalen und regionalen Buslinen bedient, die zum Teil jedoch unregelmäßig verkehren und sich vorwiegend an den Erfordernissen des Schülerverkehrs orientieren. Für einen Großteil der Bevölkerung und insbesondere auch für Einkaufsfahrten dürfte der Busverkehr somit wenig Bedeutung haben. Diese Einschätzung bestätigt sich auch bei der Kundenbefragung in der Innenstadt (s. Kap. 3.7.3).

Im Stadtgebiet Grevesmühlen und aus bzw. zu einigen Nachbargemeinden ist seit dem Jahresende 2009 zudem ein Stadtbus nach dem Anrufbus-Prinzip eingerichtet. Nach vorheriger telefonischer Fahrt-Anmeldung verkehrt dieser an Arbeitstagen von 7:10 Uhr bis 11:30 Uhr sowie von 13:30 Uhr bis 16:50 Uhr und ermöglicht eine Mobiliät auch für Bewohner ohne eigenen Pkw.

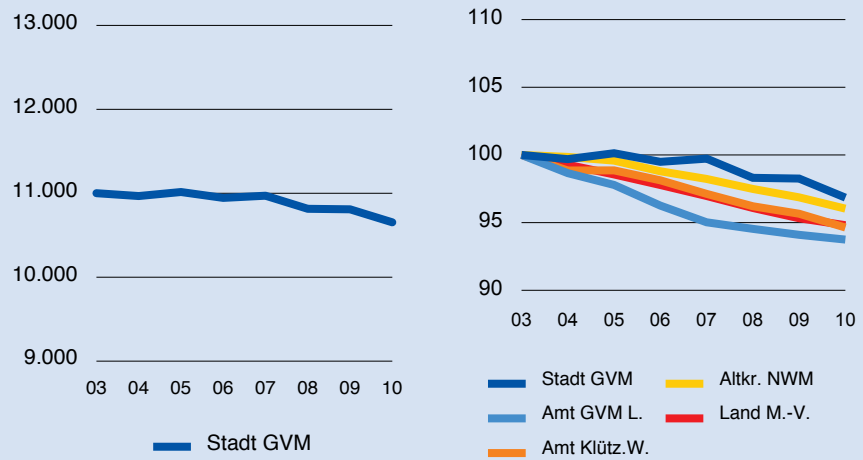
2.3 Einwohnerentwicklung

Einwohnerverlauf

Die Einwohnerentwicklung in der Stadt Grevesmühlen weist in den letzten Jahren einen insgesamt leicht rückläufigen Trend auf. Bis zum Jahr 2007 lag zunächst eine relativ konstante Entwicklung mit leichten Rückgängen und Zuwächsen um das Niveau von rd. 11.000 Einwohnern vor. Zwischenzeitlich leichte Einwohnerzuwächse resultierten aus der Kompensation der Sterbeüberschüsse durch Zuwanderungen. Seit 2007 ist nunmehr eine kontinuierlich leichte Abnahme der Einwohnerzahl zu verzeichnen, sodass im gesamten Betrachtungszeitraum 2003 bis 2010 die Einwohnerzahl um rd. 3,2 %-Punkte auf 10.654 zurückging.

Einwohnerentwicklung in Grevesmühlen im regionalen Vergleich

Darstellung in absoluten Zahlen sowie im regionalen Vergleich in Indexform; 2003 = 100; Stand zum 31.12. des Jahres, wenn nicht anders ausgewiesen



Quelle: Statistisches Landesamt; Altkreis NWM ohne Wismar

Im regionalen Vergleich konnte Grevesmühlen im selben Zeitraum insbesondere gegenüber dem Amt "Grevesmühlen Land" eine etwas positivere Einwohnerentwicklung verzeichnen. Ursächlich dürfte hierfür gemäß ISEK 2007 die seit 2002/2003 vorliegende Umkehrung der Wanderungsentwicklungen des Amtes Grevesmühlen Land bzw. der Stadt Grevesmühlen sein. Während seitdem die Abwanderung aus Grevesmühlen gestoppt werden konnte, setzte im Grevesmühlener Umland eine Abwanderung ein.

Der Einwohnerverlauf im benachbarten Amt "Klützer Winkel", im Altkreis Nordwestmecklenburg sowie im Bundesland Mecklenburg-Vorpommern nahm eine ähnliche Entwicklung, die zwar weniger stark rückläufig war als im Amt Grevesmühlen Land, jedoch deutlicher als in der Stadt Grevesmühlen ausfiel.

Einwohnerprognose

Das Statistische Amt Mecklenburg-Vorpommern schätzt in der "4. Landesprognose zur Bevölkerungsentwicklung in Mecklenburg-Vorpommern bis zum Jahr 2030", ausgehend vom Basisjahr 2006, für das Bundesland Mecklenburg-Vorpommern einen auch zukünftig anhaltenden Einwohnerrückgang von rd. -14,6 % bzw. von ebenfalls rückläufigen, jedoch deutlich geringeren rd. -6,0 % für den Altkreis Nordwestmecklenburg (die 2011 hinzugekommene Hansestadt Wismar ist hierin noch nicht berücksichtigt).

Im Rahmen dieser Bevölkerungsvorausschätzung werden nur Prognosen für die Landkreise und kreisfreien Städte Mecklenburg-Vorpommerns getroffenen, sodass für die Stadt Grevesmühlen selbst kein konkretes Datenmaterial des Statistischen Amtes vorliegt.

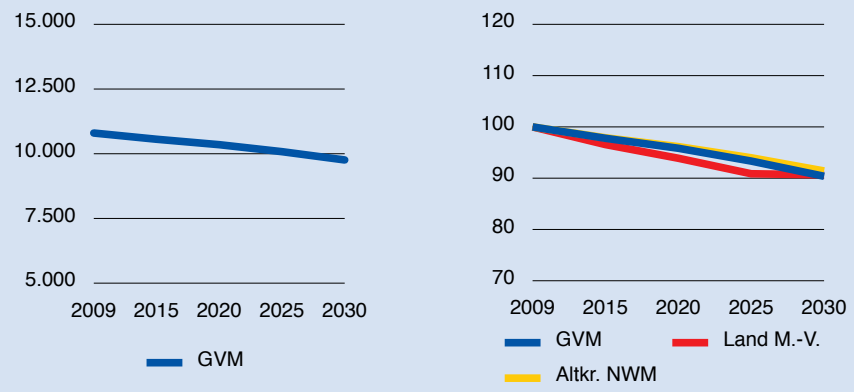
Die Bertelsmann-Stiftung veröffentlicht hingegen Bevölkerungsvorausberechnungen für alle Gemeinden mit mehr als 5.000 Einwohnern in Deutschland. Demnach wird für Grevesmühlen im Zeitraum 2009 bis 2030 ein ebenfalls anhaltener Bevölkerungsrückgang um rd. -9,6 % prognostiziert, der sich in etwa im Rahmen des Landes- bzw. Landkreistrends der Bertelsmann-Stiftung bewegt.

Es ist jedoch zu beachten:

Die tatsächliche Entwicklung in Grevesmühlen dürfte letztlich auch von der Baulandentwicklung in der Stadt abhängen. Gemäß Informationen der Stadtverwaltung ist im Zeitraum 2012 bis 2015 die Erschließung bzw. Vermarktung von 61 Grundstücken für Einfamilienhausbebauung vorgesehen, sodass der tatsächliche Rückgang der Einwohnerzahl geringer ausfallen könnte, als in den Vorausberechnungen ausgewiesen.

Einwohnerprognose für Grevesmühlen im Vergleich

Darstellung in absoluten Zahlen sowie im regionalen Vergleich in Indexform; 2009 = 100; auf Basis der Bertelsmann-Stiftung (Berechnungsgrundlage 2009)



Quelle: Bertelsmann-Stiftung; Altkreis NWM ohne Wismar

2.4 Haushaltsstrukturmerkmale in Grevesmühlen

Haushaltsgröße

Die Stadt Grevesmühlen weist mit durchschnittlich 1,94 Personen eine im regionalen Vergleich geringe Haushaltsgröße auf, die für die Lage in einem ländlich geprägten Raum auch grundsätzlich untypisch niedrig ausfällt. Sie korrespondiert jedoch mit dem im regionalen Vergleich höchsten Anteil der Single-Haushalte (40,1 %) sowie den im Bundesvergleich überproportional stark vertretenen kinderlosen Mehrpersonen-Haushalten (34,3 %). Gemessen am Landesdurchschnitt Mecklenburg-Vorpommern bestehen nur geringe Abweichungen.

Haushaltsstruktur in Grevesmühlen im Vergleich

	Grevesmühlen		Amt GVM Land		Amt Klützer Winkel		Altkreis NWM		Land M.-V.	
ø Haushaltsgröße	1,94		2,17		2,09		2,11		1,92	
Haushaltsstruktur	Anteil %	Index BRD =100	Anteil %	Index BRD =100	Anteil %	Index BRD =100	Anteil %	Index BRD =100	Anteil %	Index BRD =100
Single	40,1	99	28,5	71	33,1	82	32,7	81	39,9	99
Mehrpersonen mit Kindern	25,5	88	36,4	125	31,1	107	33,0	113	26,1	89
Mehrpersonen Kinderlos	34,4	113	35,1	115	35,7	117	34,4	112	34,0	111

Quelle: MB-Research 2011, Eigene Berechnungen; Altkreis NWM ohne Wismar

In den vorwiegend stark ländlich geprägten Ämtern Grevesmühlen Land sowie Klützer Winkel entsprechen die Haushaltsstrukturen hingegen den typischerweise im ländlichen Raum anzutreffenden Gegebenheiten. Dies ist u. a. mit den Suburbanisierungsprozessen der Nachwendejahre erklärbar, in denen v. a. junge Familien mit Kindern in neu entstandene Wohnsiedlungen im Umland der Städte zogen, sodass dort im Bundesvergleich überproportional viele Mehrpersonenhaushalte mit Kindern anzutreffen sind.

Altersstruktur

Hinsichtlich der Altersstruktur dominieren in Grevesmühlen wie in nahezu allen regionalen Vergleichsräumen die älteren Altersklassen. Gemessen am Bundesdurchschnitt sind diese Altersklassen ebenfalls überdurchschnittlich häufig vertreten, was auf Überalterungstendenzen der Bevökerung schließen lässt. Maßgeblich hierfür dürften hohe Abwanderungszahlen junger Menschen in die Ballungsräume, wie z. B. in die Metropolregion Hamburg mit einem ausgeprägten Arbeits- bzw. Studienplatzangebot, sein. Zudem werden von älteren Menschen häufig zentrale Orte mit Infrastruktur als Wohnort präferiert.

Bevölkerung nach Altersgruppen in Grevesmühlen im Vergleich

	Grevesmühlen		Amt GVM-Land		Amt Klützer Winkel		Altkreis NWM		Land M.-V.	
Altersgruppen	Anteil %	Index BRD =100	Anteil %	Index BRD =100	Anteil %	Index BRD =100	Anteil %	Index BRD =100	Anteil %	Index BRD =100
unter 25	20,0	81	23,9	97	20,3	83	22,3	91	21,3	87
25 bis 39	17,2	95	17,3	96	16,2	90	17,3	96	17,1	95
40 bis 59	31,5	101	38,5	124	35,6	114	35,8	115	33,9	109
60+ Jahre	31,3	119	20,3	77	28,0	106	24,6	94	27,7	105

Quelle: Statistisches Bundesamt, Stand 31.12.2010, Eigene Berechnungen; Altkreis NWM ohne Wismar

Einkommensstruktur

Die Einkommensstruktur in Grevesmühlen ist gekennzeichnet durch eine überdurchschnittliche Konzentration der niedrigen bis mittleren Einkommensklassen. Höhere Einkommensklassen sind demgegenüber stark unterrepräsentiert. Dieser Befund geht u. a. einher mit der aufgezeigten Überalteralterungstendenz und einem entsprechend hohen Anteil von Rentenbeziehern mit relativ niedrigen Einkommen sowie einer vergleichsweise hohen Arbeitslosenquote im Landkreis Nordwestmecklenburg.

Einkommensstruktur in Grevesmühlen Vergleich zur Region

	Greves-mühlen		Amt GVM-Land		Amt Klützer Winkel		Altkreis NWM		Land M.-V.	
Haushalts-netto-einkommen in Euro	Anteil %	Index BRD =100	Anteil %	Index BRD =100	Anteil %	Index BRD =100	Anteil %	Index BRD =100	Anteil %	Index BRD =100
< 900	16,9	131	18,5	143	18,7	145	17,5	136	19,2	149
900 < 1.500	29,3	128	27,5	120	29,3	128	27,5	120	28,4	124
1.500 < 2.000	18,4	112	17,0	104	18,6	113	17,5	106	17,6	107
2.000 < 2.600	15,9	102	15,2	97	15,6	100	15,7	101	14,7	94
2.600 < 3.200	9,0	82	9,8	89	8,7	79	9,7	89	8,7	80
3.200 < 4.500	7,0	56	7,9	63	6,1	49	7,8	63	7,2	57
> 4.500	3,6	41	4,2	48	3,1	36	4,1	48	4,1	47
durchschnittl. Haushalts-nettoeinkom-men in Euro	1.917		1.963		1.854		1.972		1.916	

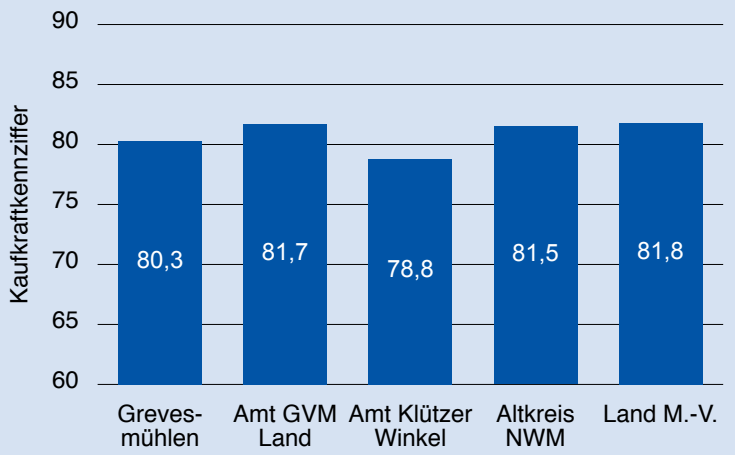
Quelle: MB-Research 2011, Eigene Berechnungen; Altkreis NWM ohne Wismar

In der regionalen Betrachtung bestehen zwischen Grevesmühlen, seinem Umland bzw. dem Bundesland kaum Unterschiede in der Einkommensstruktur, was auch für das durchschnittliche Haushaltsnettoeinkommen zutrifft. Mit ca. 1.917 Euro liegt das durchschnittliche monatliche Haushaltsnettoeinkommen in Grevesmühlen jedoch deutlich unter dem bundesdeutschen Referenzwert von ca. 2.369 Euro.

Pro-Kopf-Kaufkraftindex

Verglichen mit dem deutschen Durchschnittswert (= 100) fällt die konsumrelevante Kaufkraftkennziffer in Grevesmühlen mit 80,3 stark unterdurchschnittlich aus. Sie bewegt sich auf einem für die gesamte Region typischen Niveau, welches kaum signifikante Unterschiede aufweist.

Konsumrelevante Kaufkraftkennziffer 2011 in Grevesmühlen im Vergleich



Quelle: lt. MB-Research, Nürnberg, Durchschnitt BRD = 100; Altkreis NWM ohne Wismar
Zur Berechnung der ladenhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben werden die Kaufkraftindices mit warengruppenspezifischen Einkommenselastizitäten gewichtet.

Im Jahresvergleich innerhalb des Zeitraumes 2005 bis 2011 unterlag die Kaufkraftkennziffer in Grevesmühlen dabei lediglich geringen Schwankungen von 79,2 bis 80,4 Punkte, sodass von einem insgesamt gefestigten Niveau gesprochen werden kann.

2.5 Beschäftigung und Pendlerverflechtungen

Beschäftigung

In Grevesmühlen standen im Jahr 2011 4.602 SVP-Beschäftigten am Arbeitsplatz 3.951 SVP-Beschäftigte am Wohnort gegenüber, woraus eine positive Arbeitsplatzzentralität von 116 resultiert. In der Rückschau der letzten fünf Jahre blieb diese nahezu konstant. Ein Ausreißerwert liegt im Jahr 2008 vor, in dem eine höhere Zahl Beschäftigter am Arbeitsort Grevesmühlen (5.036) eintrat, möglicherweise hervorgerufen durch Dienstpostenverlegungen innerhalb der Kreisverwaltung von Wismar nach Grevesmühlen.

Auch die Arbeitsplatzquote blieb über den gesamten Betrachtungszeitraum relativ stabil und belief sich 2011 auf ca. 43,2 %. Bezüglich der Ein- und Auspendleranteile unter den Beschäftigten sind ebenfalls nur geringe Schwankungen zu verzeichnen.

Derzeit halten sich tendenziell etwas mehr SVP-Beschäftigte am Arbeitsort Grevesmühlen auf als am Wohnort, woraus sich eine wichtige Arbeitsplatzfunktion der Stadt ausdrückt.

Die für die Kaufkraft sowie das Konsumverhalten bedeutsame Arbeitslosenquote verringerte sich im Altkreis Nordwestmecklenburg in den vergangenen Jahren jeweils leicht auf ca. 10,3 % aller zivilen Erwerbspersonen im Jahresdurchschnitt 2010. Für die Stadt Grevesmühlen selbst werden keine konkreten Daten durch die Agentur für Arbeit ausgewiesen. Für den Geschäftsstellenbezirk Grevesmühlen der Agentur für Arbeit Schwerin, der einen Teil des Landkreises umfasst, liegt eine deutlich geringere Arbeitslosenquote von 6,9 % (Stand September 2012) vor, sodass von einer entspannteren Arbeitsmarktsituation in Grevesmühlen ausgegangen werden kann.

Eckdaten zu Beschäftigung und Pendlerverflechtungen in Grevesmühlen

	2007	2008	2009	2010	2011
SVP-Beschäftigte am Arbeitsort	4.708	5.036	4.674	4.694	4.602
SVP-Beschäftigte am Wohnort	4.032	4.018	3.943	4.008	3.951
Einwohner	**10.944**	**10.886**	**10.830**	**10.715**	**10.659**
Arbeitsplatzquote (Beschäftigte am Arbeitsort/Einwohner)	43,0 %	46,3 %	43,2 %	43,8 %	43,2 %
Arbeitsplatzzentralität (Beschäftigte am Arbeitsort/ Beschäft. am Wohnort x 100)	117	125	119	117	116
Einpendler	3.186	3.474	3.145	3.188	3.080
Auspendler	2.510	2.456	2.414	2.502	2.429
Auspendlerquote (Auspendler/Beschäftigte am Wohnort)	62,3 %	61,1 %	61,2 %	62,4 %	61,5 %
Pendlersaldo	**676**	**1.018**	**731**	**686**	**651**
Arbeitslosenquote Kreis NWM Jahres-ø	13,0 %	11,5 %	11,3 %	10,3 %	nicht vglb.*

Quellen: Statistisches Landesamt, Agentur für Arbeit; Stichtag jeweils zum 30.06. des Jahres
* Kreisreform 2011

Im Zuge der 2011 erfolgten Kreisreform, d. h. der Fusion des Landkreises Nordwestmecklenburg mit dem Stadtkreis Wismar, wird in den nächsten Jahren das Gros der Kreisverwaltung von Grevesmühlen nach Wismar (rück-)verlagert, sodass zukünftig die Anzahl der SVP-

Beschäftigten in Grevesmühlen sowie der Pendlersaldo geringer ausfallen dürfte.

Pendlerverflechtungen

Aus den Beschäftigtenzahlen am Wohn- bzw. Arbeitsort Grevesmühlen resultiert ein insgesamt deutlich positiver Pendlersalso von 651.

Besonders intensive Verflechtungen bestehen mit der Kreisstadt Wismar sowie den Oberzentren Lübeck und Schwerin einerseits sowie den ländlichen Umlandgemeinden andererseits.

Die meisten Einpendler kommen aus Wismar (372), Klütz (158), Upahl (126) sowie dem übrigen Altkreis Nordwestmecklenburg, aber auch aus der Landeshauptstadt Schwerin (126).

Wichtigste Auspendlerorte sind neben Wismar (280) vor allem die Oberzenten Lübeck (540) und Schwerin (250). Aber auch die nachgeordneten Nachbargemeinden Upahl mit einem großen Gewerbe-/Industriegebiet direkt an der Gemeindegrenze zu Grevesmühlen sowie das regionale Tourismuszentrum Boltenhagen sind Zielorte von Auspendlern.

Pendler haben erhebliche Bedeutungen für Einkaufsbeziehungen. Die positiven Pendlersalden mit dem ländlichen Raum stimulieren einerseits Kaufkraftzuflüsse nach Grevesmühlen, während andererseits Kaufkraftabflüsse v. a. nach Lübeck und Schwerin, jedoch auch nach Wismar generiert werden.

Pendlerverflechtungen (SVP-Beschäftigte)			
Wohnort/Arbeitsort	Einpendler aus	Auspendler nach	Saldo
Klütz	158	37	121
Neukloster	98	0	98
Damshagen	99	29	70
Gadebusch	87	21	66
Dassow	114	76	38
Schönberg	112	86	26
Upahl	126	150	-24
Boltenhagen	104	142	-38
Sonstige Altkreis NWM (ohne Wismar)	1.304	281	1.023
Wismar	372	280	92
Rostock	26	34	-8
Schwerin	126	250	-124
Sonstige Mecklenburg-Vorpommern	271	118	153
Lübeck	31	540	-509
Sonstige Schleswig-Holstein	34	213	-179
Hamburg	0	77	-77
Sonstige	18	95	-77
Ein-/Auspendler gesamt	**3.080**	**2.429**	**651**
Wohn- und Arbeitsort	1.522	1.522	
Beschäftigte am Arbeits-/Wohnort	**4.602**	**3.951**	**651**

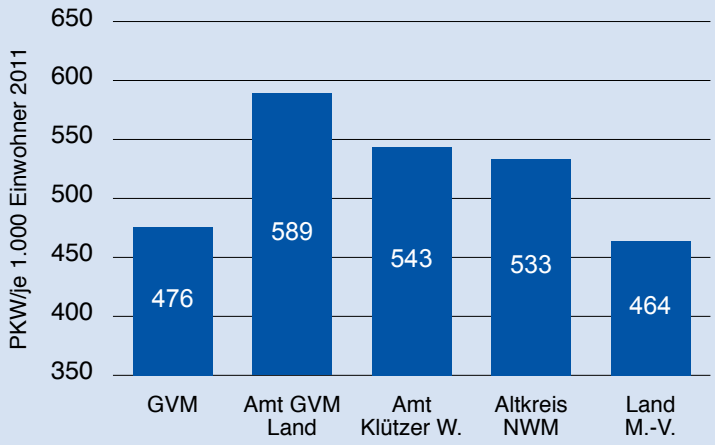
Quelle: Agentur für Arbeit, Stichtag 30.06.2011

Die vorstehend thematisierte Teilverlagerung der Kreisverwaltung von Grevesmühlen in die Kreisstadt Wismar könnte eine Umkehr des derzeit positiv ausfallenden Pendlersaldos mit Wismar zu einem negativen Saldo auslösen.

PKW-Dichte

Die PKW-Dichte in der Stadt Grevesmühlen ist mit 476 Fahrzeugen je 1.000 Einwohner eher niedrig und liegt deutlich unter dem Niveau der benachbarten Ämter Grevesmühlen Land (589) und Klützer Winkel (543) sowie des Altkreises Nordwestmecklenburg (533). Sie liegt jedoch über der Quote des Bundeslandes (464).

PKW-Dichte in Grevesmühlen im Vergleich



Quelle: Kraftfahrzeugbundesamt, Statistisches Landesamt; Altkreis NWM ohne Wismar

Die höhere Ausstattung im Umland spiegelt einerseits die gesteigerte PKW-Erfordernis in den Landgemeinden mit schlechter ÖPNV-Anbindung und fehlender Eigenversorgung wider, andererseits deutet sie auf die im ländlichen Raum typische erhöhte Mobilität im MIV[5] hin.

Für viele Haushalte eröffnet sich darin die Möglichkeit, sich bei der Einkaufsstättenwahl auch im Umland und unabhängig von fußläufiger Erreichbarkeit oder ÖPNV-Anbindung zu orientieren.

Demgegenüber ist die Verfügbarkeit eines eigenen PKW in der Stadt Grevesmühlen nicht zwingend notwendig, da viele Ziele zu Fuß, mit dem Fahrrad oder dem Bus erreichbar sind. Des Weiteren dürfte in Grevesmühlen der hohe Seniorenanteil zum Tragen kommen. Diese Bevölkerungsgruppe verfügt häufig über keinen eigenen PKW (mehr) und ist in der Folge weitgehend auf das lokale Einkaufsstättenangebot angewiesen.

2.6 Nachfragevolumen in Grevesmühlen

Aus den Einflussgrößen Einwohneranzahl, Niveau der Pro-Kopf-Kaufkraft, den ladenhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben nach Warengruppen sowie der Elastizität, mit der Konsumausgaben auf Änderungen des Einkommensniveaus reagieren, wird das vor Ort vorliegende Nachfragevolumen ermittelt.

Das ladenhandelsrelevante Nachfragevolumen in Grevesmühlen beläuft sich auf ca. 49,6 Mio. Euro p. a., wovon ca. 28,8 Mio. Euro p. a. auf den periodischen Bedarfsbereich bzw. ca. 20,8 Mio. Euro p. a. auf den aperiodischen Bedarf entfallen.

[5] Motorisierter Individualverkehr

Ladenhandelsrelevantes Nachfragevolumen, Umsatz und Zentralität in Grevesmühlen	
Warengruppen[1]	Nachfrage-volumen
	Mio. Euro p. a.
Periodischer Bedarf	**28,8**
Aperiodischer Bedarf	**20,8**
davon:	
Modischer Bedarf	5,1
Elektro/Technik	3,7
Bau/Garten/Heimwerken	4,7
Einrichtungsbedarf	3,7
Sonstige Hartwaren / Persönlicher Bedarf	3,6
Einzelhandel gesamt	**49,6**

[1] s. Erläuterung der Warengruppen in Kap. 1.2

Quelle: Berechnungen BulwienGesa

2.7 Tourismus

Grevesmühlen und der örtliche Einzelhandel profitieren von seiner Lage im Hinterland der Tourismusregion Ostseeküste. Ein Besuchermagnet ist das in der Sommersaison stattfindende "Piraten-Openair" mit ca. 50.000 Besuchern (2011).

Das Statistische Amt Mecklenburg-Vorpommern weist für das Jahr 2010 in Grevesmühlen 14.614 Übernachtungen in den statistisch erfassten gewerblichen Betrieben mit mind. 9 Betten aus.

Übernachtungen und Beherbergungskapazitäten in Grevesmühlen und Umgebung (Gewerbliche Betriebe > 9 Betten, inkl. Campingplätze)				
	2010			
	Angebot Betten max.	Über-nachtungen	Rechner. Auslastung	EW-Äquivalent
Grevesmühlen	**146**	**14.614**	**27,4 %**	**40**
Hohenkirchen	1.628	65.110	11,0 %	178
Boltenhagen	7.913	865.425	30,0 %	2.371
Klütz	404	49.251	33,4 %	135
Kalkhorst	422	34.798	22,6 %	95
Dassow	230	16.822	20,0 %	46

Quelle: Statistisches Landesamt; EW-Äquivalent = Anzahl Übernachtungen p. a. / 365 Tage

In Einwohner-Äquivalente[6] umgerechnet entspricht dies jedoch nur einem unbedeutend niedrigen Wert von rund 40 zusätzlichen Einwohnern.

Dominierendes Tourismuszentrum der Region ist das ca. 15 km nördlich direkt an der Küste gelegene Ostseebad Boltenhagen mit rd. 865.400 Übernachtungen 2010. Hinzu kommen zahlreiche Übernachtungen in Unterkünften mit weniger als neun Bettem, die jedoch vom Statistikamt nicht erfasst werden. Gemäß Informationen der Kurverwaltung Boltenhagen betrug die Zahl der tatsächlichen Übernachtungen in Boltenhagen rd. 1,451 Mio., die ca. 2.370 EW-Äquivalenten entsprechen.

[6] EW-Äquivalent = Anzahl Übernachtungen p. a. / 365 Tage

Das eigeninduzierte Übernachtungsaufkommen in Grevesmühlen ist insoweit vernachlässigbar. Vom regionalen Tourismus kann Grevesmühlen im Wesentlichen also durch Tagesausflügler sowie Durchgangskunden auf dem Weg in die oder aus den Ferienquartieren an der Küste profitieren.

2.8 Fazit Makro-Standortfaktoren

Zusammengefasst lässt sich konstatieren, dass viele der für Einzelhandelsaspekte wesentlichen Standortfaktoren, wie z. B. das Kaufkraftniveau und das Durchschnittseinkommen, in Grevesmühlen im Bundesvergleich unterdurchschnittlich ausgeprägt sind.

Im regionalen Vergleich bestehen hingegen kaum Unterschiede, in einigen Details ist die Stadt sogar besser aufgestellt. Insbesondere der Arbeitsmarkt konnte sich in den letzten Jahren auf einem stabilen Niveau behaupten, die Arbeitslosenquote verringerte sich in den vergangenen Jahren sogar kontinuierlich. Trotz der Lage im Zentrum des Dreiecks der Oberzentren Lübeck und Schwerin sowie der Kreisstadt Wismar mit deren ausgeprägtem Arbeitsplatzangebot weist Grevesmühlen einen deutlich positiven Pendlersaldo auf, der durch die Teilverlagerung der Kreisverwaltung nach Wismar jedoch künftig reduziert werden dürfte.
Markant ist der einsetzende Überalterungsprozess der Grevesmühlener Bevölkerung, während der Anteil der Familienhaushalte mit Kindern gering ausgeprägt ist. Da die Mobilität der Bevölkerung mit zunehmendem Alter geringer wird und alternative Einkaufsstätten in der Folge schwieriger erreichbar sind, kann dieser Umstand perspektivisch zu einer höheren lokalen Kaufkraftbindung beitragen.

Grundsätzlich positiv ist das Tourismuspotenzial zu bewerten, dessen Schwerpunkt derzeit primär im Tagestourismus liegt. Das eigene Übernachtungsaufkommen in Grevesmühlen ist dabei unbedeutend.

Als Hinterlandort profitiert Grevesmühlen jedoch nur mittelbar am Fremdenverkehrsaufkommen an der Küste. Es gilt insoweit, Anreize dafür zu schaffen, dass Grevesmühlen als Besuchsort für Tagesausflüge bzw. als Einkaufsort im Hinterland auf der Agenda der Feriengäste verankert wird.

Nachdem sich in den vergangenen Jahren die Einwohnerzahl Grevesmühlens auf einem reletiv konstanten Niveau bewegte, fällt die Einwohnerperspektive zukünftig zunehmend ungünstiger aus. Es bleibt jedoch abzuwarten inwiefern neue Baulandausweisungen imstande sind, diesen Trend abzumildern. Zudem kann eine gut ausgestattete Versorgungsstruktur dazu beitragen, insbesondere auch Senioren zum Zuzug zu bewegen.

Im Ausblick dürften sich in Grevesmühlen die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate der ladenhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben und der (durch die Bertelsmann-Stiftung) prognostizierte jährliche Einwohnerrückgang mit je ca. 0,5 % p. a. gegenseitig neutralisieren, sodass auch bei dem vorhergesagten Einwohnerrückgang zumindest mittelfristig noch von einer stabilen Nachfrageplattform ausgegangen werden kann.

Alles in allem besteht zwar der Anlass bezüglich der künftigen Nachfrageentwicklung in Grevesmühlen vorsichtig zu disponieren, mit einem Verfall der Nachfrageplattform ist aus derzeitiger Sicht zumindest für einen mittelfristigen Prognosehorizont jedoch nicht zu rechnen.

3 GREVESMÜHLEN ALS EINZELHANDELS-STANDORT

3.1 Standortbereiche in Grevesmühlen

Die wesentlichen Einzelhandelslagen der Stadt Grevesmühlen befinden sich in der Ortslage Grevesmühlen und lassen sich grob in vier Angebotscluster sowie Streu- bzw. Gewerbegebietslagen unterscheiden:

- Innenstadt:

  Die Innenstadt umfasst die historische Altstadt mit dem Rathausplatz im Zentrum. Die Hauptlagen sind die Wismarsche Straße westlich der Nord-Süd-Achse 'Am Lustgarten' sowie die August-Bebel-Straße vom Rathausplatz bis zum Kirchplatz. Kennzeichnend ist eine geschlossene Blockrandbebauung mit einer Dichte von Einzelhandels- und sonstigen publikumsträchtigen Gewerbenutzungen (vgl. auch Kap. 3.4 "Zentrale Versorgungsbereiche"). Prägnanteste Ankerpunkte sind ein Markant-Supermarkt, die Sparkasse 'Am Lustgarten' und der Frischemarkt Boost sowie das Rathaus am gleichnamigen Platz.

  In der südlichen August-Bebel-Straße bzw. vor allem in den Seitenstraßen dünnt die Geschäftssubstanz bereits stark aus bzw. ist realiter nicht vorhanden.

- Innenstadt-Ergänzungsbereich Verbundstandort "Sky/Kik":

  Nördlich an die Innenstadt anschließend bzw. ca. 250 m nordwestlich des Rathausplatzes erstreckt sich ein Verbundstandort aus Sky-Verbrauchermarkt und dem Bekleidungsdiscounter Kik ergänzt um weiterere kleinteilige Einzelhandels-, -Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe mit gemeinsamer Stellplatzanlage.

- Verbundstandort Klützer Straße:

  Am nördlichen Stadtrand besteht siedlungsstrukturell und städtebaulich randständig ein Verbundstandort mit Schwerpunkt im Lebensmittelangebot. Wesentliche Anbieter sind ein Marktkauf SB-Warenhaus als flächengrößter Lebensmittelmarkt in Grevesmühlen, Norma Discounter und zwei Getränkemärkte, arrondiert um Kleinhandel. Der Standort profitiert von seiner Lage an der Achse Grevesmühlen, Klütz, Boltenhagen auch von zahlreichen überörtlichen Kunden, namentlich auch vom Durchgangsverkehr ins Seebad Boltenhagen.

- Gewerbegebiet Ost:

  In lockerer Anordnung, von vielfältigen sonstigen gewerblichen Nutzungen durchsetzt, agieren mehrere Einzelhandelsbetriebe in verkehrsorientierter Gewerbegebietslage. Neben den Lebensmitteldiscountern Aldi sowie Penny und einem Getränkemarkt, ist v. a. die Fa. Bauzentrum Benthack mit Baustoff- und Baumarktsortiment standortprägend. Auch dieser Standort liegt primär verkehrsorientiert an der östlichen Ortsumgehung.

° Gewerbegebiete Ton Weide und Südlicher Kapellenberg:

In den Gewerbegebieten im Südosten der Ortslage Grevesmühlen sind diverse flächenextensive Einzelhandelsbetriebe mit dem Schwerpunkt Bau/Heimwerkerbedarf und verwandter Branchen angesiedelt, darunter u. a. Extra Bau- und Hobby, der Fachmarkt BoTa mit Bodenbelägen/Tapeten/Heimtextilien. Verkehrlich weisen sie jedoch keine besondere Lagegunst auf.

° Streulagen in der Ortslage Grevesmühlen:

Darüber hinaus agieren in Streulagen zahlreiche Anbieter diverser Branchen. Darunter sind insbesondere die Lebensmitte-Discounter Lidl in der Lübecker Straße sowie Netto in der Wismarschen Straße von Bedeutung, die wichtige Nahversorgungsfunktionen für die umliegenden Wohnquartiere übernehmen. Gärtnereien sowie sonstiger kleinteiliger Besatz ergänzen das Angebot.

° Eingemeindete Ortsteile:

In den einwohnerschwachen und meist ländlich strukturierten Ortsteilen bestehen nahezu keine Versorgungsstrukturen. Ausnahmen bilden Wotenitz und Neu Degtow, wo eine Gärtnerei, die Fa. Adventure-Shop sowie eine Polsterei ansässig sind.

3.2 Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung

Gesamt-Umsatz, Verkaufsfläche, Auslastung

Die Vollerhebung im Juni 2012 belegte in der Stadt Grevesmühlen einen Bestand von 115 aktiven Verkaufsstellen des Einzelhandels mit einer Gesamtverkaufsfläche von 23.440 qm und einem geschätztem Gesamtumsatzpotenzial von ca. 63 Mio Euro p. a. Gegenüber der Gesamtverkaufsfläche im Vorgängerkonzept der Cima GmbH (ca. 22.800 qm VKF) entspricht dies einer nur geringen Zunahme um ca. 640 qm. Die Flächenunterschiede zum Vorgängerkonzept beruhen auf diversen, seit 2003 erfolgten Veränderungen in der Einzelhandelslandschaft Grevesmühlens, darunter u. a. der Weggang von Thomas Philipps Sonderposten nach gescheiterter Verlagerung in die Rehnaer Straße sowie die Markteintritte von u. a. Netto (am Standort des ehem. E-aktiv Marktes Korzak), Kik (nach Verlagerung Aldi in den Grünen Weg), und NKD in der Wismarschen Straße.

Auf das Sortiment periodischer Bedarf entfallen aktuell ca. 40,4 Mio. Euro p. a. Diese entsprechen einem eher für Grundzentren typischen Anteil von 64 % am Gesamtumsatz. Die übrigen 36 % bzw. ca. 23 Mio. Euro p. a. entfallen auf ein breit gefächertes Nonfood-Spektrum, wobei Grevesmühlen in einzelnen Branchen wie Elektro/Technik mit 3,7 % bzw. Möbel/Einrichtungsbedarf mit 3,3 % Umsatzanteil für ein Mittelzentrum jeodch vergleichsweise schwach ausgeprägte Strukturen aufweist.

Einen Überblick über die Umsatz- und Verkaufsflächenverteilungen geben die nachfolgenden Übersichten.

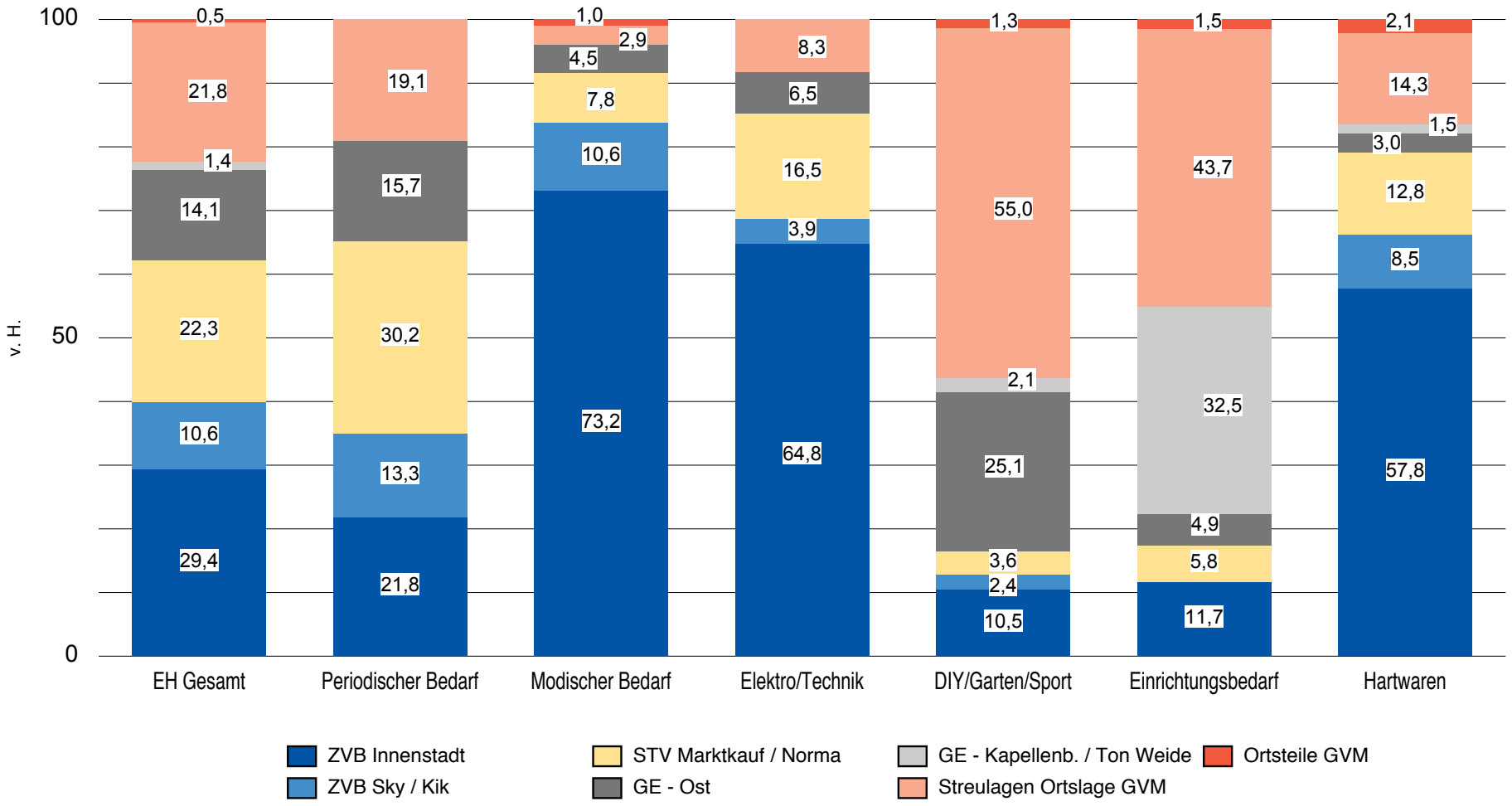
Stadt Grevesmühlen: Marktverteilung nach Teilräumen und Standortbereichen

Klassifizierung	Standortbereich	Einzelhandel gesamt			differenziert nach Hauptwarengruppen											
					Periodisch. Bedarf		Modischer Bedarf		Elektro/Technik		DIY/Garten/Sport		Einrichtungsbedarf		Hartwaren	
		VKF	Umsatzpotenzial		VKF	Umsatz	VKF	Umsatz	VKF	Umsatz	VKF	Umsatz	VKF	Umsatz	VKF	Umsatz
		qm	Mio. Euro	%	qm	Mio. Euro	qm	Mio. Euro	qm	Mio. Euro	qm	Mio. Euro	qm	Mio. Euro	qm	Mio. Euro
ZVB	Hauptgeschäfts-bereich Innenstadt	5.010	18,5	29,4%	1.390	8,8	1.940	4,5	400	1,5	310	0,8	160	0,2	810	2,7
ZVB	Innenstadtergänzungs-bereich Sky / Kik	2.220	6,7	10,6%	1.410	5,4	580	0,7	30	0,1	40	0,2	0	0,0	160	0,4
--	Standortverbund Marktkauf/Norma	4.160	14,1	22,3%	3.620	12,2	130	0,5	90	0,4	90	0,3	50	0,1	180	0,6
--	GE - Ost	3.950	8,9	14,1%	1.990	6,3	90	0,3	30	0,2	1.770	1,9	30	0,1	40	0,1
--	GE - Kapellenberg / Ton Weide	970	0,9	1,4%	0	0,0	0	0,0	0	0,0	150	0,2	750	0,7	70	0,1
--	Streulagen in Orts-lage Grevesmühlen	6.820	13,7	21,8%	2.170	7,7	50	0,2	40	0,2	3.560	4,1	830	0,9	170	0,7
Ortslage Grevesmühlen total		**23.130**	**62,7**	**99,5 %**	**10.580**	**40,4**	**2.790**	**6,1**	**590**	**2,3**	**5.920**	**7,4**	**1.820**	**2,0**	**1.430**	**4,6**
--	Ortsteile Grevesmühlen	310	0,3	0,5%	0	0,0	30	0,1	0	0,0	200	0,1	20	0,0	60	0,1
Stadt Grevesmühlen total		**23.440**	**63,0**	**100,0 %**	**10.580**	**40,4**	**2.820**	**6,2**	**590**	**2,3**	**6.120**	**7,5**	**1.840**	**2,1**	**1.490**	**4,7**

ZVB = Zentraler Versorgungsbereich, GE = Gewerbegebiet

Quelle: Berechnungen BulwienGesa AG (Datenstand: 08/2012)

Stadt Grevesmühlen: Umsatzverteilung nach Teilräumen



Quelle: Berechnungen BulwienGesa AG

Marktanteil der Innenstadt

– Umsatzstärkster Standortbereich mit 65 aktiven Verkaufseinheiten ist die Grevesmühlener Innenstadt mit einem Umsatzpotenzial von ca. 18,5 Mio. Euro p. a. bzw. einem Marktanteil von ca. 29,4 %. Dies ist generell als ordentlich zu bewerten, da die Innenstadt insofern dem Anspruch als Haupteinkaufsbereich nachkommt. Wird die Verkaufsfläche als Maßstab herangezogen, steht die Innenstadt mit gut 5.000 qm aktiver Verkaufsfläche ebenfalls an erster Stelle.

– Positiv hervorzuheben ist, dass insbesondere im innenstadtrelevanten Leitsortiment Modischer Bedarf ca. 73 % des Umsatzes auf die Innenstadt entfällt. Auch die üblicherweise ebenfalls zentrenprägenden Hauptwarengruppen Elektro/Technik und Hartwaren/Persönlicher Bedarf sind mit Marktanteilen von ca. 65 % bzw. ca. 58 % führend in der Innenstadt vertreten, wobei im Elektro/Technik-Segment generell nur ca. 2,3 Mio. Euro Umsatzpotenzial p. a. in Grevesmühlen generiert werden, sodass entsprechend ca. 1,5 Mio. Euro p. a. auf die Innenstadt entfallen.

– Ein Schlüsselproblem in der Innenstadt stellen die zahlreichen Leerstände vor allem im südlichen Abschnitt der August-Bebel-Straße dar.

Marktanteil Standortbereich Marktkauf / Norma

– Mit ca. 14,1 Mio. Euro p. a. bzw. 22,3 % Marktanteil ist der Standortbereich um Marktkauf und Norma in der Klützer Straße zweitstärkster Umsatzschwerpunkt. Dies drückt sich insbesondere im periodischen Bedarf, dem Kernsortiment der dortigen Betreiber, mit einem Marktanteil von ca. 30 % aus. Diverse Randsortimente v. a. im Marktkauf-Verbrauchermarkt tragen zudem zu einer herausgehobenen Marktpositionierung auch in anderen Warengruppen bei.

Marktanteil Standortverbund Sky/Kik

– Angebotsschwerpunkt ist zudem der Einzelhandelsstandort Sky/Kik mit einem Umsatzpotenzial von ca. 6,7 Mio. Euro p. a. bzw. 10,6 % Anteil. Umsatzseitig drückt sich dies vor allem im periodischen Bedarf mit dem Sky-Verbrauchermarkt als zweitbedeutendsten Vollsortimenter aus. Markant ist, dass der Standort im Modischen Bedarf nach der Innenstadt zwar über die zweitgrößte Verkaufsflächenausstattung verfügt. In der Umsatzverteilung spiegelt sich dies hingegen weniger wider, da die Verkaufsfläche im Modischen Bedarf im Wesentlichen auf den Textildiscounter Kik mit niedrigen Flächenproduktivitäten und somit vergleichsweise begrenztem Umsatzvolumen entfällt.

Marktanteile Gewerbegebiets- und Streulagen

– Die Sortimente DIY/Garten/Freizeit und Einrichtungsbedarf werden in Grevesmühlen vorwiegend außerhalb der Innenstadt in den Gewerbegebiets- und Streulagen angeboten. Aufgrund des relativ hohen Flächenbedarfes bei gleichzeitig niedriger Auslastung ist dies durchaus üblich. Diese Sortimente gelten insoweit auch als "nicht zentrenrelevant".

– Das umfangreiche Umsatzpotenzial im Periodischen Bedarf von ca. 6,3 Mio. Euro p. a. im Gewerbegebiet Ost bzw. ca. 7,7 Mio. Euro p. a. in den Streulagen wird durch die dortigen Lebensmitteldiscounter erreicht.

– Die Gewerbegebietslagen Kapellenberg und Ton Weide spielen einzelhandelsseitig nur im Einrichtungsbedarf mit einem Marktanteil von ca. 32,5 % eine Rolle. Alle weiteren Sortimente werden lediglich geringfügig bzw. gar nicht angeboten.

Pro-Kopf-Verkaufsflächenausstattung

– Die Pro-Kopf-Flächenausstattung (nur aktive Verkaufsfläche, d. h. ohne Leerstandsflächen) beläuft sich in Grevesmühlen auf rund 2,2 qm/Einwohner. Bezogen auf den Bundesdurchschnitt von derzeit ca. 1,4 qm/Einwohner folgt daraus zunächst eine deutlich erhöhte Flächendichte.

– Im Vergleich mittelzentraler Referenzmärkte aus BulwienGesa-Analysen weist Grevesmühlen ebenfalls eine erhöhte Gesamtverkaufsflächenausstattung je Einwohner auf, die hinsichtlich der Hauptwarengruppen jedoch variiert. Im Periodischen Bedarf liegen mit ca. 0,99 qm je Einwohner überdurchschnittliche, in den Sortimenten Elektro/Technik (0,06 qm/EW) und Einrichtungsbedarf (0,17 qm/EW) unterdurchschnittliche Flächenausstattungen vor. Im Einrichtungsbedarf entfällt die Verkaufsfläche fast ausschließlich auf Bodenbeläge/Teppiche und Heimtextilien; ein Möbelangebot ist praktisch nicht vorhanden.

– Im Vergleich mit den Durchschnittswerten für Mittelzentren in Mecklenburg-Vorpommern[7] fallen die Abweichungen weniger stark aus. Die zusammenfassende Kategorisierung in "Zentrenrelevante", "Nicht zentrenrelevante" und "Nahversorgungsrelevante" Sortimente ermöglicht jedoch nur eine eingeschränkte Vergleichbarkeit.

[7] Ausgewiesen durch das Ministerium für Energie, Infrastruktur und Landesentwicklung M.-V.

– Die 2,2 qm Gesamt-VKF je EW in Grevesmühlen liegen demnach unter der Vergleichsmarke von ca. 2,5 qm/EW, in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten rangiert Grevesmühlen nahezu im Landesschnitt von 0,96 qm/EW.
Zudem ist die erhöhte Flächendichte ein typischer Befund in Städten wie z. B. Grevesmühlen, die ein ländlich geprägtes Umland ohne nennenswertes eigenes Einzelhandelsangebot aufweisen, das von der zentralen Stadt mitversorgt wird.

– Insofern wird die im Bundesvergleich überdurchschnittliche hohe Flächendichte Grevesmühlens bei der regionalen Betrachtung deutlich relativiert. (siehe hierzu auch Kap. 3.3)

Pro-Kopf-Verkaufsflächen-Ausstattung in Grevesmühlen im Vergleich
Hauptwarengruppen

Gemeinden	**ø VKF je EW EH-Gesamt**	ø VKF je EW Period. Bedarf	ø VKF je EW Mod. Bedarf	ø VKF je EW Elektro/ Technik	ø VKF je EW DIY/ Garten/ Freizeit	ø VKF je EW Einrich-tungs-bedarf	ø VKF je EW Sonst. Hart-waren
Grevesmühlen	**2,20**	0,99	0,26	0,06	0,57	0,17	0,14
BulwienGesa - Benchmarks für Mittelzentren	**1,9**	0,6	0,3	0,1	0,4	0,4	0,2
BulwienGesa - Benchmarks für Unterzentren	**1,5**	0,7	0,2	0,05	0,3	0,1	0,15

Quelle: Berechnungen BulwienGesa AG

Flächenproduktivitäten

– Die überdurchschnittliche Flächendichte in Verbindung mit der niedrigen Kaufkraft schlägt sich zugleich in den Flächenproduktivitäten nieder, die in allen Branchen im unteren Referenzbereich mittelzentraler Vergleichsmärkte liegen.

– In einzelnen Branchen wie bspw. dem Modischen Bedarf kommt neben der Verkaufsflächenausstattung der Angebotsschwerpunkt in den Discount- bzw. Preiseinstiegslagen zum Tragen, was niedrige Flächenleistungen begünstigt.

– In der Innenstadt wurden gegenüber der Gesamtstadt überwiegend höhere durchschnittliche Flächenproduktivitäten ermittelt, was zu erwarten war und insofern unauffällig ist. Ursächlich ist die höhere Dichte kleinteilig strukturierter Fachgeschäfte in der Innenstadt, während die Werte für die Gesamtstadt durch die flächengrößeren Fachmärkte mit geringerer Raumleistung beeinflusst werden. Im periodischen Bedarf schlägt zudem durch, dass die vergleichsweise umsatzstarken Apotheken allesamt in der Innenstadt liegen. Dies darf nicht über eine erhöhte Wettbewerbsintensität und somit reduzierte Auslastung unter den Lebensmittelmärkten der Stadt hinwegtäuschen.

Flächenproduktivitäten in Grevesmühlen im Vergleich

	Period. Bedarf	Mod. Bedarf	Elektro/ Technik	Bau/ Garten/ Freizeit	Einricht.-bedarf	Sonstige Hartwaren	Gesamt
	Euro/qm p. a.						
GVM, ZVB Innenstadt	6.317	2.325	3.725	2.516	1.500	3.346	3.695
GVM gesamt	**3.815**	**2.184**	**3.898**	**1.219**	**1.120**	**3.045**	**2.676**
Benchmarks aus BulwienGesa-Analysen für Mitt.zentr.	4.300 - 5.200	2.300 - 2.800	4.600 - 5.600	1.500 - 1.900	1.200 - 1.500	2.500 - 3.100	2.600 - 3.300

Quelle: Berechnungen BulwienGesa AG

3.3 Einzelhandel in Grevesmühlen im Vergleich mit mecklenburg-vorpommerschen Mittelzentren

Der direkte Vergleich küstennaher mecklenburg-vorpommerscher Mittel- bzw. Grundzentren ähnlicher Größenordnung zeigt große Varianzen der einzelhandelsspezifischen Kennzahlen. Von der Einwohnerzahl abhängige eindeutige Trends sind nicht ablesbar.

Mit einer Flächenausstattung von 2,2 qm VKF je Einwohner ist Grevesmühlen im Mittelfeld der Referenzstädte positioniert, sie liegt jedoch unter der Vergleichsmarke 2,5 qm/EW aller Mittelzentren in Mecklenburg-Vorpommern[8].

Die hohen Flächenausstattungen in Barth und Bergen dürften auf deren direkte Lage in der Tourismusregion Ostseeküste und die damit verknüpften besonderen Versorgungsfunktion, d. h. dem Vorhalten entsprechender Einkaufskapazitäten auch für einen höheren Anteil externer Kunden, zurückgehen. Die niedrigen VKF-Dichten in Bad Doberan (1,7 qm/EW) und Ribnitz-Damgarten (2,0 qm/EW) wiederum spiegeln die räumliche Nähe zum Oberzentrum Rostock und dessen starke Strahlkraft auf die nachgeordneten Zentren wider.

Die mit Abstand geringste durchschnittliche Flächenproduktivität von 2.012 Euro/qm VKF liegt in Wolgast vor und ist mit den hohen VKF-Ausstattungen der flächenextensiven Sortimente Einrichtungsbedarf/ Möbel/Bodenbeläge sowie DIY/Garten/Freizeit erklärbar, die über vergleichsweise geringe Auslastungen verfügen.

[8] Ausgewiesen durch das Ministerium für Energie, Infrastruktur und Landesentwicklung M.-V.

In Grevesmühlen wie auch in den Vergleichszentren sind diese Sortimente teils deutlich schwächer entwickelt, sodass dort in toto höhere durchschnittliche Flächenleistungen erreicht werden.

Kenndaten zum Grevesmühlener Einzelhandel im regionalen Vergleich

	Greves-mühlen MZ	Bad Doberan MZ	Barth GZ	Bergen a. Rügen MZ	Ribnitz-Damgarten MZ	Wolgast MZ
VKF je Sortiment (qm)	10.654 EW	11.325 EW	8.733 EW	14.030 EW	16.038 EW	11.940 EW
Periodischer Bedarf	10.580	8.635	9.725	15.560	12.610	8.120
dto. je Einwohner (qm VKF)	*0,99*	*0,76*	*1,11*	*1,11*	*0,79*	*0,68*
Modischer Bedarf / Schuhe	2.820	3.690	2.790	4.350	6.290	2.875
dto. je Einwohner (qm VKF)	*0,26*	*0,33*	*0,32*	*0,31*	*0,39*	*0,24*
Elektro / Technik	590	380	905	1.213	870	1.420
dto. je Einwohner (qm VKF)	*0,06*	*0,03*	*0,10*	*0,09*	*0,05*	*0,12*
Einrichtung / Bodenbeläge	1.840	1.045	2.900	4.440	4.070	6.970
dto. je Einwohner (qm VKF)	*0,17*	*0,09*	*0,33*	*0,32*	*0,25*	*0,58*
DIY / Garten / Freizeit	6.120	4.160	7.090	7.982	5.600	8.280
dto. je Einwohner (qm VKF)	*0,57*	*0,37*	*0,81*	*0,57*	*0,35*	*0,69*
Hartwaren / Sonstige	1.490	1.713	3.160	5.195	2.600	3.480
dto. je Einwohner (qm VKF)	*0,14*	*0,15*	*0,36*	*0,37*	*0,16*	*0,29*
VKF Total	**23.440**	**19.623**	**26.570**	**38.740**	**32.040**	**31.145**
dto.je Einwohner (qm VKF)	***2,2***	***1,7***	***3,0***	***2,8***	***2,0***	***2,6***
Umsatz Total	**63,0**	**59,0**	**60,1**	**111,3**	**87,5**	**62,6**
Auslastung (€ je qm VKF)	***2.688***	***3.007***	***2.262***	***2.873***	***2.731***	***2.010***
Ressource	BulwienGesa AG 2012	GSM 2005	BBE Retail Experts 2009	BBE Retail Experts 2010	BulwienGesa AG 2012	Dr. Lademann & Partner 2012

MZ = Mittelzentrum; GZ = Grundzentrum;
Warengruppen sind wegen unterschiedlicher Sortimentszuordnungen in den Quellen nur bedingt vergleichbar

3.4 Zentrale Versorgungsbereiche

3.4.1 Anforderungen an Zentrale Versorgungsbereiche

So genannte "Zentrale Versorgungsbereiche" (ZVB) bezeichnen in der Regel die gewachsenen innerstädtischen Hauptgeschäftslagen sowie in größeren Orten auch nachgeordnete Stadtteil- und Nahversorgungszentren. Das Schutzbedürfnis solcher zentralen Lagebereiche gegenüber großflächigen Einzelhandelsentwicklungen außerhalb davon ist im § 11.3 BauNVO sowie in den Landesraumordnungsprogrammen der Bundesländer seit Jahren thematisiert. Zwischenzeitlich fand dieser Begriff Eingang in weitere gesetzliche Regelungen wie z. B. seit 2004 den § 34 (3) BauGB, welcher die Zulässigkeit von Vorhaben im unbeplanten Innenbereich nunmehr auch davon abhängig macht, dass davon "keine schädlichen Auswirkungen" auf zentrale Versorgungsbereiche ausgehen dürften, was durch den Vorhabenträger z. B. durch ein Fachgutachten nachzuweisen wäre. Diese Vorschrift ist vor allem für (großflächige) Einzelhandelsentwicklungen relevant. Auch das kommunale Abstimmungsgebot nach § 2 (2) BauGB operiert mit diesem Begriff, ebenso der § 9 (2a) BauGB, welcher die Möglichkeit von vereinfachten Bebauungsplänen im nicht beplanten Innenbereich regelt und schließlich seit 2007 auch der überarbeitete § 1 (6) Nr. 4 BauGB, wonach bei der Aufstellung von Bebauungsplänen die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche zu berücksichtigen ist.

Die Landesraumordnungsprogramme der Bundesländer verweisen mehr oder weniger verbindlich großflächige Einzelhandels-Neuansiedlungen mit "zentrenrelevanten" Sortimenten in die zentralen Versorgungsbereiche. Entsprechende Zielsetzungen finden sich auch im Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern 2005, niedergelegt im Kap. 4.3.2 "Großflächige Einzelhandelsvorhaben", Absatz (4) "zentrenrelevante Sortimente" (s. ebendort Seite 37):

– *"Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten sind nur an städtebaulich integrierten Standorten zulässig.*
Bei Standortentwicklungen außerhalb der Innenstadt ist nachzuweisen, dass diese die Funktionsentwicklung und Attraktivität der Innenstadt nicht gefährden."

Die in der Vergangenheit häufig diffusen Vorstellungen über die konkrete Ausdehnung eines Zentrums müssen nunmehr grundstücksscharf konkretisiert werden, um zentrale Versorgungsbereiche verbindlich operationalisieren zu können. Erschwerend hierbei ist, dass es keine Legaldefinition über die Beschaffenheit eines zentralen Versorgungsbereiches gibt. Die Rechtsprechung gibt hierfür jedoch Hinweise. Eine Funktionsbeschreibung des BVerwG (Az 4C 7.07/11. Oktober 2007) lautet wie folgt:

– *"Zentrale Versorgungsbereiche sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Sie können sich sowohl aus planerischen Festlegungen als auch aus den tatsächlichen Verhältnissen ergeben."*

Darüber hinaus muss es sich um städtebaulich und siedlungsstrukturell integrierte Standorte - idealerweise gewachsene Geschäftszentren -, mit einem gewissen, stets auch über den Einzelhandel hinaus gehenden Versorgungsangebot handeln. Zudem ist die Dichte und Breite der Nutzungsmischung von Bedeutung. Maßgeblich für die Einstufung ist zwar der Umfang der Einzelhandelsnutzungen, welche als Orientierungswert mindestens 1.000 qm VKF aufweisen sollte, doch macht die Arrondierung mit Dienstleistern aller Art, aber auch Gastronomie oder ggf. sonstige Einrichtungen der Daseinsvorsorge, den Zentrencharakter aus.

Einzelne Fachmärkte oder Fachmarktagglomerationen mit spezialisiertem Angebot (z. B. Baumarkt, Möbelhaus, Elektro-Fachmarkt) können demzufolge keine zentralen Versorgungsbereiche sein.

Bei der kleinräumigen Abgrenzung werden folgende Kriterien berücksichtigt:

– Art der Nutzungsstruktur
(Einzelhandelsdichte, Multifunktionalität, Dichte publikumswirksamer Erdgeschossnutzungen)
– Bebauungsstruktur (baulicher Zusammenhang)
– Verkehrliche Erschließung innerhalb des Zentrums
– Gestaltung von Raum und Infrastruktur
– Potenzielle Barrieren und Zäsuren wie Bahntrassen, Gewässer etc.

Zudem sollte die Kompatibilität zur Bauleitplanung gewährleistet sein. Reine Wohngebiete, Gewerbe- oder Industriegebiete kommen als zentrale Versorgungsbereiche nicht in Betracht; geeignet sind dagegen Kern-, Misch-, oder Sondergebiete und in Nahversorgungszentren auch besondere Wohngebiete. Hervorzuheben ist, dass es sich bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche um eine objektive Tatsachenfeststellung handelt, welche damit auch gerichtlich überprüfbar ist. Der gestalterische Wille der Gemeinde spielt nur insoweit eine Rolle, als künftige Erweiterungsflächen, welche in der Gegenwart noch keine zentrenadäquaten Nutzungen aufweisen, bei Einleitung entsprechender Planungsabsichten bereits im Vorgriff in einen ZVB einbezogen werden können[9].

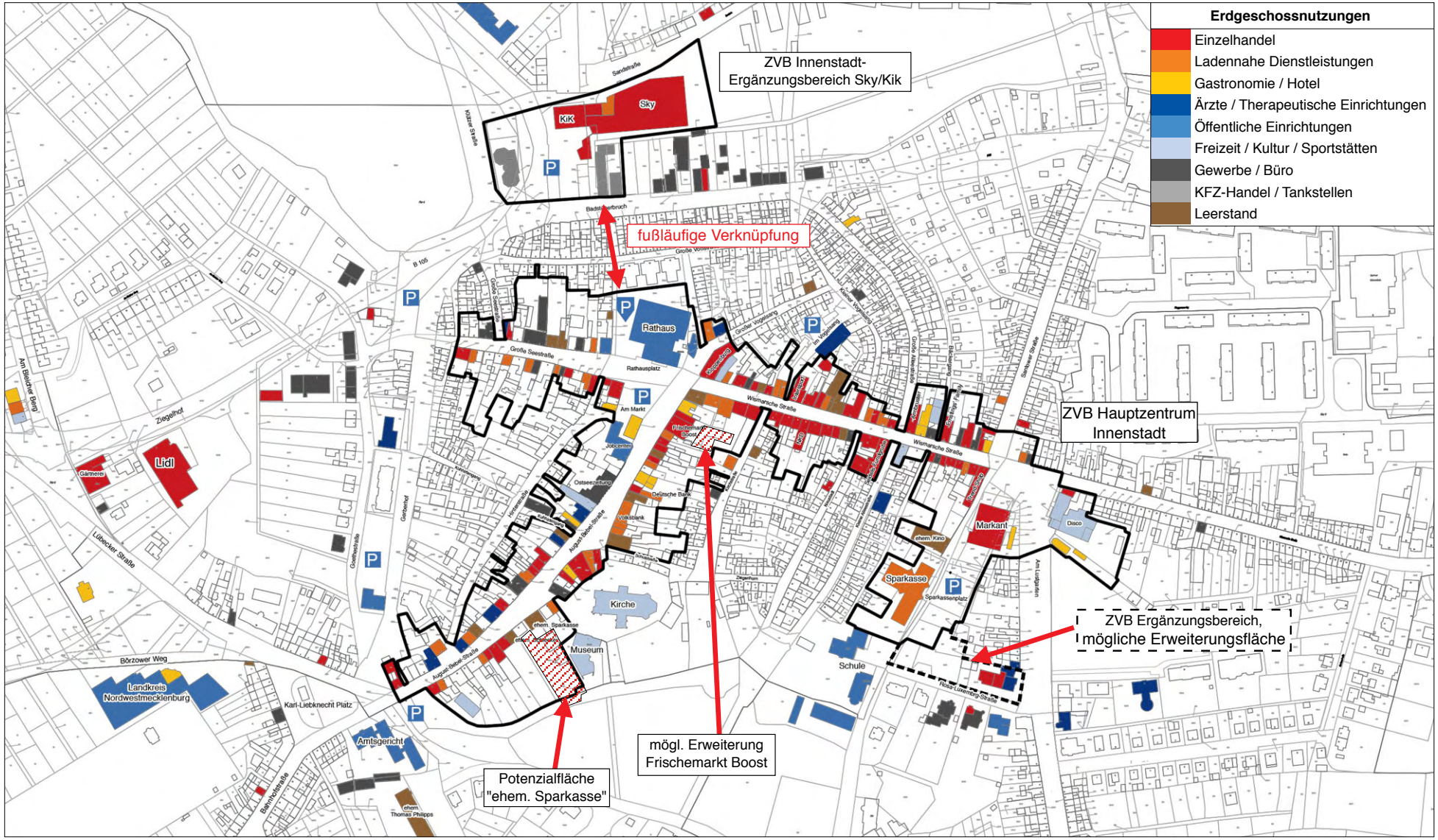
[9] Vgl. zur Begrifflichkeit sowie zur Funktionalität und Abgrenzung eines "zentralen Versorgungsbereiches" weiterführend auch: Kuschnerus, Ulrich: Der standortgerechte Einzelhandel; vhw-Verlag 2007; Seite 77ff.

3.4.2 Zentrale Versorgungsbereiche in Grevesmühlen

Für Grevesmühlen bedeutet dies, dass zunächst das Stadtzentrum zweifelsfrei als zentraler Versorgungsbereich zu klassifizieren ist. Das Angebotscluster Sky/Kik an der Kreuzung Badstüberbruch/Klützer Straße wird als Innenstadtergänzungsbereich hinsichtlich seiner "Masse" und der städtebaulich integrierten Lage ebenfalls den Kriterien eines zentralen Versorgungsbereiches gerecht. Der Standortbereich ist zwar räumlich vom ZVB Innenstadt separiert (ca. 200 m), kann jedoch fußläufig problemlos über den Behrensgang erreicht werden. Zudem übernimmt Sky einerseits wichtige Nahversorgungsfunktionen für die Innenstadt, andererseits wird der Sky/Kik-Kundenparkplatz auch von Innenstadtbesuchern genutzt.

Weiteren Angebotsclustern, wie dem Standortbereich Klützer Straße um Marktkauf/Norma oder dem Gewerbegebiet Ost, fehlt es aus Gutachtersicht an der notwendigen siedlungsstrukturellen Integration, Multifunktionalität oder Dichte der publikumswirksamen Erdgeschossnutzungen, sodass diese keine eigenständigen zentralen Versorgungsbereiche darstellen. Dies betrifft gleichermaßen die solitär gelegenen Objekte Netto in der Wismarschen Straße sowie Lidl in der Lübecker Straße. Diese sind zwar siedlungsstrukturell integriert und übernehmen wichtige Nahversorgungsfunktionen, sie verfügen aber weder über die notwendige Angebotsmasse, noch über eine entsprechend ausdifferenzierte Multifunktionalität bzw. Dichte publikumswirksamer Erdgeschossnutzungen.

BulwienGesa AG



3.4.3 Zentrenprofile

3.4.3.1 ZVB Innenstadt

Abgrenzung

Die Abgrenzung der Innenstadt im Sinne eines zentralen Versorgungsbereiches zeigt vorstehende Übersicht. Maßgeblich sind die Art und Dichte der auf den Publikumsverkehr ausgerichteten Gebäudenutzungen. Einzelhandel steht hierbei im Vordergrund, ist jedoch nicht das alleinige Kriterium. Der zentrale Versorgungsbereich umfasst im Wesentlichen den innerstädtischen Teil der Wismarschen Straße sowie die August-Bebel-Straße, Große Seestraße und den Rathausplatz.

Baulich-funktionales Konzept

Die Innenstadt ist gekennzeichnet durch altstadttypische, kleinteilige und verdichtete Baustrukturen. Ein Großteil der Gebäudesubstanz wurde in den vergangenen Jahren saniert und bildet mit den historischen Rathäusern und der St. Nikolai Kirche ein attraktives Innenstadtensemble, jedoch sind eingestreut auch einzelne renovierungsbedürftige und/oder leer stehende Gebäude vorhanden. Die Erdgeschosse in den Straßen des zentralen Versorgungsbereiches sind nahezu durchgängig für die Aufnahme von Geschäftsnutzungen geeignet und verfügen größtenteils über Schaufensterfronten. Die Obergeschosse sind überwiegend durch Wohnnutzungen geprägt. Handlungsbedarf besteht am Sparkassenplatz, wo das ehemalige Kino seit Jahren leer steht und insofern Entwicklungspotenziale möglich sind.

Eine Fußgängerzone ist in Grevesmühlen nicht vorhanden, sodass eine direkte Erreichbarkeit der Geschäfte mit dem Pkw möglich ist, Parkstreifen entlang der Straßen sind nahezu überall vorhanden. Ein besonderes Handicap in der Wismarschen Straße ist die Enge des Straßenraums. Die Fußwege sind überwiegend sehr schmal, was Konfliktpotenzial zwischen Fußgängern, Radfahrern und Gewerbetreibenden mit Außenauslagen bzw. Werbeaufstellern generiert. Allgemein ist die Erreichbarkeit der Innenstadt für auswärtige Kunden trotz Ausschilderungen recht unübersichtlich, weil v. a. aus Richtung Norden und Osten (von dort über die Wismarsche Straße) das Geschäftszentrum nicht direkt anfahrbar ist. Hinzu kommt ein teilweise sehr kleinteiliges innerstädtisches Straßennetz, in dem nur wenige Hauptstraßen erkennbar sind. Eine auf Empfehlung des Verkehrskonzeptes für Grevesmühlen[10] 2008 geänderte Verkehrsführung, die u. a. eine direkte Anfahrbarkeit der Innenstadt auch von der B 105 aus nördlicher Richtung ermöglichte, wurde zwischenzeitlich (2010) nach Einwänden der Politik bzw. von Teilen der Öffentlichkeit widerrufen.

Ein Parkleitsystem ist nicht vorhanden. Stellplätze werden zwar generell in ausreichender Anzahl vorgehalten (lt. Aussage Verkehrskonzept und auch soweit dies bei der Begutachtung erkennbar war), dies wird von einem Teil der Kunden hingegen anders wahrgenommen (s. Kap. 3.7 "Kundenbefragung").

Frequentierung

Schwerpunktmäßig wurde im ZVB Innenstadt die Passanten-Frequenz im Verlauf Wismarsche Straße-Marktplatz-August-Bebel-Straße an sechs Zählpunkten gemessen. Die Wismarsche Straße weist insgesamt die höchsten Frequenzen auf, wobei diese auf Höhe Kloppenburg am stärksten sind (ca. 576 Passanten je Stunde) und in Richtung Osten leicht abnehmen (ca. 544).

[10] Erstellt durch team red GmbH; in Kraft getreten am 7.12.2008

Etwas geringere Frequenzen (ca. 532) liegen am Messpunkt August-Bebel-Straße in Höhe des alten Rathauses vor, die noch fast an die Spitzenwerte heranreichen.

Demgegenüber fällt die Frequenz am westlichen Marktplatz am Übergang zur Großen Seestraße bereits deutlich niedriger aus (ca. 244). Markant ist der deutliche Abfall in der August-Bebel-Straße mit zunehmender Entfernung vom Marktplatz. Am Zählpunkt in Höhe des Kuhhirtengangs wurde mit lediglich ca. 220 Passanten je Stunde somit nur noch gut ein Drittel des Spitzenwertes gemessen, etwa auf Höhe der ehemaligen Sparkasse sinkt die Frequenz nochmals auf nur ca. 136. Insofern sind die Wismarsche Straße zwischen Marktplatz und Am Lustgarten sowie der nördliche Abschnitt der August-Bebel-Straße als Hauptlagen zu klassifizieren. Die weiteren Straßenabschnitte innerhalb des ZVB Innenstadt sind als Nebenlage zu charakterisieren.

Alles in allem sind die in Grevesmühlen gemessenen Passantenfrequenzen - auch an den bestbesuchten Messpunkten - für ein Mittelzentrum eher niedrig zu bezeichnen.

Angebotsstruktur

Grevesmühlen ist ein ländliches Mittelzentrum mit gewachsener Einzelhandelstradition und ausgeprägtem, differenziertem Fachgeschäftsbesatz in der Innenstadt bei gleichzeitig niedrigem Filialisierungsgrad. Die Nähe zu den Oberzentren Lübeck und Schwerin, der Kreisstadt Wismar und insbesondere dem Einkaufszentrum MEZ in Gägelow setzt dem Entwicklungspotenzial des innerstädtischen Einzelhandels Grenzen.

Mit insgesamt 65 aktiven Ladeneinheiten im ZVB Innenstadt bei einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 5.010 qm verfügt die Innenstadt über eine gering dimensionierte durchschnittliche Ladengröße von nur ca. 77 qm. Gleichzeitig stehen 18 Geschäfte leer, woraus eine durchaus beachtliche Leerstandsquote von rund 21,5 % resultiert.

Hauptgeschäftsbereich innerhalb des ZVB Innenstadt ist die Wismarsche Straße zwischen der Kreuzung Am Lustgarten/Santower Straße im Osten sowie dem Rathausplatz im Westen. Hinsichtlich Angebotsdichte, Multifunktionalität und Frequentierung weist dieser Abschnitt die günstigsten Rahmenbedingungen in der Innenstadt auf. Die August-Bebel-Straße etwa ab dem alten Rathaus in südlicher Richtung sowie die Große Seestraße fallen deutlich hinter der Wismarschen Straße zurück und sind als Nebenlage zu charakterisieren. Der dortige Geschäftsbesatz ist aufgelockerter und weist v. a. in deren südlichem Abschnitt Lücken auf.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind im zentralen Versorgungsbereich nicht ansässig. Wesentliche Magnetanbieter sind dem periodischen Angebotsspektrum zuzuordnen (s. Kap. 3.7 "Kundenbefragung"), auf das mit rd. 8,8 Mio. Euro p. a. ca. 47 % des innerstädtischen Einzelhandelspotenzials von insgesamt ca. 18,5 Mio. Euro p. a. entfallen.

Der abgängige Markant Supermarkt mit ca. 500 qm VKF fungiert als Anker am östlichen Ende des zentralen Versorgungsbereiches, Kloppenburg (ca. 450 qm VKF) - derzeit einziger Drogeriemarkt in Grevesmühlen - und der Frischemarkt Boost am Rathausplatz sind wichtige Frequenzbringer im Zentrum des ZVB. Für eine Kleinstadt ist es jedoch durchaus typisch und für die Funktionsfähigkeit der Innenstadt auch notwendig, dass diese Nahversorgungsaufgaben übernimmt. Orte wie Grevesmühlen sind für eine vollständige Funktionsteilung zwischen Nahversorgung und Nonfood-Fachhandel zu klein.

Wie die Kundenbefragung zeigen wird, relativiert sich die Bedeutung speziell des Markant-Supermarktes für die Innenstadt erheblich. Er verfügt kaum über überörtliche Ausstrahlung und die Masse seiner Kunden stammt aus einem fußläufigen Umfeld. Er fungiert insoweit als reiner Nahversorger, ergänzt um Gelegenheitskäufe der übrigen Innenstadtbesucher. Der Markt soll auf Grund unzureichender Standort- und Objektbedingungen bereits kurzfristig geschlossen werden[11]. U. a. ist die Verkaufsfläche von rund 500 qm für ein Lebensmittelvollsortiment mittlerweile bei weitem zu klein; das Gebäude weist einen ungünstigen, durch Treppen und eine seitliche Rampe überbrückten Niveauunterschied zur Wismarschen Straße auf und Stellplätze sind nicht eingangsnah vorhanden, sondern als öffentliche Stellplätze auf der Rückseite des Gebäudes angeordnet. Als Ersatzstandort für Markant wird derzeit ein Grundstück östlich benachbart zum Bahnhof präferiert. Der Supermarkt soll dort in ein Nahversorgungszentrum eingebunden werden. Dieses Vorhaben ist ein wesentlicher Auslöser der Konzeptfortschreibung und Gegenstand einer gesonderten Wirkungsanalyse im Schlussteil des Konzeptes.

Trotz ihrer funktionalen Defizite zählt die Markant-Ladenfläche gleichwohl zu den wenigen Einheiten, die mit einer mittleren Dimensionierung zumindest potenziell für die Aufnahme einer ausstrahlungsstarken Ankernutzung geeignet sind. Ob diese erneut für eine Einzelhandelsnachnutzung aktivierbar ist, bleibt abzuwarten, denn der Niveauunterschied zur Wismarschen Straße kann nicht beseitigt werden und könnte sich hierfür prohibitiv auswirken. Wichtig ist in erster Linie, dass der Standort künftig für eine zentralitätsbildende Nutzung mit gewissem, nach Möglichkeit auch überörtlichem Kundenaufkommen genutzt wird. Dies ist auch außerhalb des Einzelhandels mit Gastronomie, Dienstleistungen oder auch therapeutischen Einrichtungen möglich. S. hierzu auch die Empfehlungen im Konzeptteil.

[11] Nach Redaktionsschluss des Gutachtens wurde bekannt, dass der Eigentümer seinerseits den Mietvertrag nunmehr bereits zum 31.12.2013 gekündigt hat.

Neben den Anbietern des periodischen Bedarfs bestehen einige, vorwiegend kleinteilige Modeboutiquen und diverse Fachgeschäfte des persönlichen Bedarfs, vorwiegend im günstigen bzw. Preiseinstiegssegment. Zu den flächengrößeren Anbietern der Innenstadt zählen das Kleinkaufhaus "Kaufhaus einmal anders", ein Bekleidungs-Discountmarkt, Intersport Zepuntke und der Fashion Shop.

NKD, Ernstings's family und Armbruster Schuhe sind die bisher einzigen niedrigpreisigen Mode-/Schuh-Filialisten.

Im Elektro-/Technik Bedarf ist Euronics-Gutow als kleinteiliges Fachgeschäft gleichwohl der einzige Anbieter mit einem prinzipiell umfassenden Angebot. Des Weiteren sind in dieser Warengruppe u. a. zwei Hausgerätehändler und ein Vodafone Handyshop ansässig.
Ergänzt wird das Angebot im aperiodischen Bedarf u. a. durch Blumenläden, zwei Buchhandlungen und einen Raumausstatter.

Potenzialflächen

Innerstädtische Potenzialflächen bestehen derzeit - soweit bekannt -

a) am Standort der ehemaligen Sparkasse in der August-Bebel-Straße, wo im Erdgeschoss eines Neubaus ca. 800 qm Nutzfläche realisiert werden könnten;
b) beim Frischemarkt Boost am Marktplatz mit Erweiterungspotenzial um ca. 80 qm VKF;
c) in der die Nachnutzung der Markant-Ladenfläche mit etwa 500 qm VKF nach Schließung/Verlagerung des Supermarktes sowie
d) in Form eines unbebauten Grundstücks im Süden des Sparkassenplatzes, dort in zweiter Reihe hinter dem Markant-Gebäude liegend.

Nachteilig für eine Handelsnutzung ist beim früheren Sparkassenobjekt die Nebenlage im gering frequentierten Südabschnitt der August-Bebel-Straße.

Auch die Potenzialfläche am Sparkassenplatz ist lagebedingt weniger für Einzelhandel geeignet und sollte primär für arrondierende Dienstleistungen vorgehalten werden.

Eine vollständige Neuentwicklung des Markant-Standortes für einen zeitgemäßen Lebensmittelmarkt müsste eine erhebliche Erweiterung der Verkaufsfläche auf mindestens ca. 1.200 qm, besser um 1.500 qm ermöglichen und zudem eingangsbezogene Stellplätze in nennenswertem Umfang (mindestens ca. 50 PP, besser 100 PP) hervorbringen. Zudem müsse der Niveauversprung nivelliert werden.

Der bestehende (und im Obergeschoss allerdings vermietete) Baukörper wäre für eine solche Ertüchtigung nicht mehr verwendbar.

Um überhaupt eine ausreichende Grundstücksfläche von ca. 4.000 bis 5.000 qm zu schaffen, müssten ferner eine ganze Reihe benachbarter Grundstücke zumindest teilweise einbezogen werden, womit ein latenter Konflikt zu den Nutzern der Wohnbebauung auf der Westseite der Straße Am Lustgarten entstünde, da dies vermutlich mit der Abtretung von Teilen der Gärten und rückwärtigen Hofnutzungen verbunden wäre.

Selbst dann ist nicht gesichert, dass ein solches Vorhaben ausreichend marktgängig zu gestalten wäre, weil die städtebaulich präferierte Hinwendung der Eingangslage zur Wismarschen Straße in einem Zielkonflikt mit den immer noch rückwärtig gelegenen, jedoch eingangsbezogen nachgefragten Stellplätzen stünde. Entweder würde der Baukörper also in den Rückraum verlagert - die Stellplätze befänden sich dann städtebaulich wenig attraktiv vorgelagert zur Wismarschen Straße - oder er würde mit seiner Eingangsfront zum Sparkassenplatz gedreht (und wendet der Wismarschen Straße die Rückfront und Anlieferung zu), was städtebaulich ebenso wenig vorteilhaft ist, oder seine Stellplätze müssten kostenaufwändig (und von den Kunden nicht gerade bevorzugt) in einer Tiefgarage platziert werden.

Alle Aspekte zusammengenommen lassen eine solche Entwicklung derzeit nicht realistisch erscheinen.

Das am Sparkassenplatz leerstehende ehemalige Kino ist für eine Einzelhandelsnachnutzung baulich-funktional grundsätzlich nicht geeignet. Da es direkt vis a vis der Seitenfront von Markant liegt, ist seine Neuentwicklung jedoch ebenfalls mit der Markant-Nachentwicklung verknüpft. Gelingt dort eine Nachnutzung, welche die Zentralität des Standortes erhält oder gar stärkt und dabei auch die Seitenfront des Gebäudes wieder öffnet, steigt auch die Lagegunst des Kinogrundstücks.

Insoweit sind in absehbarer Zeit kaum zusätzliche Flächenpotenziale mit ausgesprochener Einzelhandelseignung in der Innenstadt aktivierbar. Gewisse Reserven resultieren aus der Wiederbelegung von Leerständen, wobei es sich aber mit Ausnahme der Nachnutzung des Markant-Marktes ausschließlich um kleinteilige Einheiten handelt. Insofern weist die Innenstadt derzeit nur bedingt kurzfristig aktivierbare marktgängige Flächen mittlerer Größe (>100 qm) auf, wie sie von filialisierenden Konzepten nachgefragt werden. In Einzelfällen wäre insoweit auch die Möglichkeit der Flächenzusammenlegung kleinerer Einheiten zu prüfen.

Standortprofil ZVB Innenstadt

Abgrenzung

– Wismarsche Straße westlich der Kreuzung Am Lustgarten, Rathausplatz, Große Seestraße, August-Bebel-Straße nördlich des Karl-Liebknecht-Platzes

Baulich-funktionales Konzept

– Geschlossene, altstadttypische Blockrandbebauung mit überwiegend zwei- bis dreigeschossigen Wohn- und Geschäftshäusern. Im EG vorwiegend Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie. In den OGs verbreitet kleinmaßstäbliche Wohnnutzungen.

Verkehrserschließung MIV

– Osten: Wismarsche Str. (Einbahnstraße) erreichbar über Am Lustgarten / Santower Straße (L 02).
  Süden: August-Bebel-Straße
  Westen: Große Seestraße über Goethestraße
  Norden: keine direkte Zufahrt vorhanden

Verkehrserschließung ÖV

– 3 Stadtbushaltestellen im ZVB; Regionalbushaltestellen außerhalb d. ZVBs u. a.: Am Lustgarten, Bahnhof, Malzfabrik, Ärztehaus

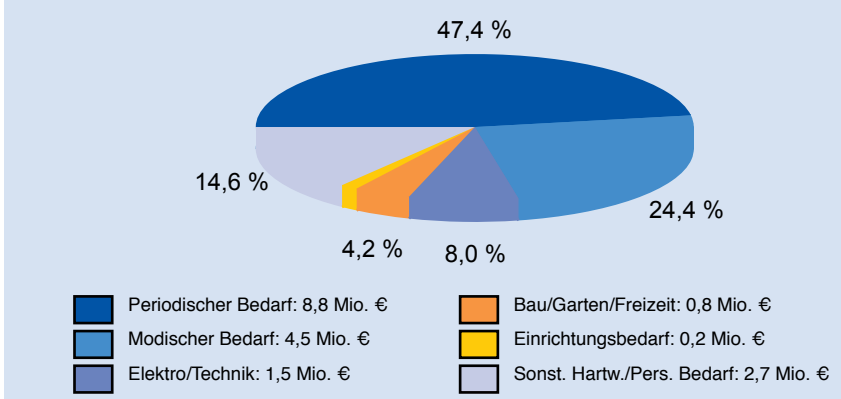
Angebotsumfang Einzelhandel

– Aktive Gesamt-VKF: 5.010 qm in 65 Ladeneinheiten; Gesamt-Umsatz: ca. 18,5 Mio. Euro p. a.
– ø-Ladenfläche ca. 77 qm VKF; Leerstandsquote ca. 21,5 %

Relevante Wettbewerbsstandorte

– MEZ Gägelow, Innenstädte/Einkaufszentren von Wismar, Lübeck, Schwerin

Umsatzstruktur ZVB Innenstadt
Gesamtumsatz: Ca. 18,5 Mio. Euro p. a.



Flächengrößte Betriebe im ZVB Innenstadt
(ab 150 qm VKF; VKF geschätzt, auf 50 qm gerundet angegeben)

Name	Branche	VKF (ca. qm)	Lage
Markant	Supermarkt	500	Am Lustgarten
Kloppenburg	Drogeriemarkt	450	Wismarsche Straße
Kaufhaus Seidel	Kleinkaufhaus	400	Wismarsche Straße
Discountmarkt	Bekleidung	300	August-Bebel-Straße
NKD	Bekleidung	300	Wismarsche Straße
Intersport Zepuntke	Sportartikel	200	Wismarsche Straße
Fashion Shop	Bekleidung	200	Wismarsche Straße
Frischemarkt Boost	LM SB-Markt	150	August-Bebel-Straße

Quelle: Berechnungen BulwienGesa AG; Rundungsdifferenzen möglich

Potenzialflächen

– Neubau "ehem. Sparkasse" (ca. 800 qm VKF); Erweiterung Frischemarkt Boost (ca. 80 qm); Markant-Gebäude, unbebautes Grundstück am Sparkassenplatz, Kino-Nachnutzung

Optisch aufgewertetes östliches Entrée zur Innenstadt im Kreuzungsbereich Wismarsche Straße / Am Lustgarten / Santower Straße; linker Bildrand: Markant-Markt

Marktplatz mit Wochenmarkt, links im Hintergrund das Alte Rathaus

Frequenzarme August-Bebel-Straße auf Höhe Kuhhirtengang in Richtung Süden

Wismarsche Straße mit dem Innenstadtmagneten Kloppenburg Drogerie und Rathaus im Hintergrund

Wismarsche Straße auf Höhe Bäckergang in Richtung Marktplatz (Westen)

Rückwärtige Ansicht von Markant aus Blickrichtung Sparkassenplatz

Leerstand ehem. Foto-Winkler
August-Bebel-Straße 26

Leerstand ehem. Sparkasse
August-Bebel-Straße

Leerstand ehem. Kino
Sparkassenplatz / Kinogang

Leerstände
Wismarsche Straße 18

Leerstand ehem. Ostseezeitung
August-Bebel-Straße 2 / Marktplatz

Südstadt: Leerstand ehem. Lidl / Schlecker
Rehnaer Straße

3.4.3.2 ZVB Innenstadt-Ergänzungsbereich Sky/Kik

Abgrenzung und baulich-funktionales Konzept

Dieser zentrale Versorgungsbereich umfasst in erster Linie den bestehenden Sky-Gebäudekomplex mit Einzelhandelsbetrieben, Dienstleistern und Gastronomie sowie das zugeordnete Stellplatzareal. Begrenzt wird er durch das zweigeteilte Autohaus Martens, die Straße Badstüberbruch im Süden und die Sandstraße im Süden. Der zentrale Versorgungsbereich kann von seiner sehr gut sichtbaren Lage im Kreuzungsbereich der B 105 / L 03 profitieren.

Der Standort liegt nördlich des Badstüberbruch und somit außerhalb der eigentlichen Innen- bzw. historischen Altstadt. Insofern besteht kein direkter baulicher Zusammenhang mit dem Geschäftszentrum. Die räumliche Nähe und die sehr gute fußläufige Erreichbarkeit erlauben jedoch die Einstufung als Innenstadt-Ergänzungsbereich.

Angebotsstruktur

Der Standort ist durch den Verbrauchermarkt Sky und den Bekleidungsdiscounter Kik geprägt. Ergänzende kleinteilige Nutzungen bestehen aus Apotheke, Bistro sowie den Konzessionären im Sky-Vorkassenbereich. Im Obergeschoss fungiert die Geschäftsstelle der Barmer GEK als Frequenzbringer.

Der Sky-Verbrauchermarkt ist zweitgrößter Lebensmittelanbieter in Grevesmühlen, weshalb der Umsatzschwerpunkt des Standortbereiches mit einem Anteil von mehr als 80 % im periodischen Bedarf liegt.

Auf den modischen Bedarf entfallen ca. 10 % des Umsatzvolumens. Kik ist zwar flächengrößter Bekleidungsfachmarkt in der Stadt, kann als Discountmarkt mit niedrigen Flächenproduktivitäten jedoch nur einen begrenzten Umsatzbeitrag leisten.

Weitere "zentrenrelevante Nonfood-Sortimente" sind vorwiegend in Form von Randsortimenten bei Sky und Kik sowie bei den Konzessionären vertreten, diese spielen aber nur eine untergeordnete Rolle.

Potenzialfläche

Entwicklungspotenziale könnten durch die Verlagerungsplanungen des benachbarten Autohauses entstehen, durch das Grundstücks- bzw. Gebäudeflächen für neue Nutzungen frei werden würden. Das Flächenpotenzial bewegt sich dabei vermutlich deutlich unterhalb der Großflächigkeit.

Stellplatzsituation

Der Kundenparkplatz dient faktisch als Innenstadt-Parkplatz, es besteht sogar eine Ausschilderung für Fußgänger zur Innenstadt. Konsequenz ist ein latenter Konflikt mit den Betreibern der ansässigen Geschäfte und Dienstleister, da deren Kundenstellplätze von Innenstadt-Besuchern blockiert werden. Auch dieser Umstand spricht dafür, die Innenstadt verkehrlich für Fahrzeuge aus Richtung Norden zu öffnen.

Standortprofil ZVB Innenstadt-Ergänzungsbereich Sky/Kik

Abgrenzung
- Zwischen Badstüberbruch, Klützer Straße und Sandstraße

Baulich-funktionales Konzept
- Zweigeschossiges Geschäftshaus, im EG befinden sich die Einzelhandelsflächen, im OG Büroräume (Barmer GEK)

Verkehrserschließung MIV
- Stellplatz-Zufahrt über die Sandstraße, separate LKW-Anlieferung ebenfalls über die Sandstraße mit Anbindung an die Klützer Straße (L 03)

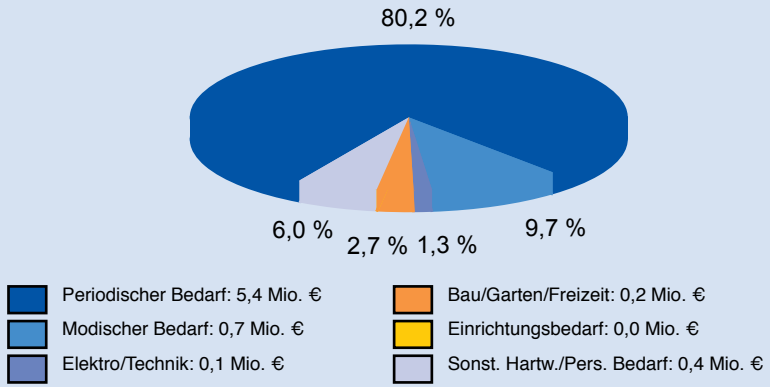
Verkehrserschließung ÖV
- Bushaltestelle Regionalbusse und Stadtbus am Ärztehaus in Klützer Straße, Stadtbushaltestelle in Sandstraße

Angebotsumfang Einzelhandel
- Aktive Gesamt-VKF: 2.200 qm / Gesamt-Umsatz: ca. 6,7 Mio. Euro p. a.

Relevante Wettbewerbsstandorte
- STV Marktkauf/Norma, Lebensmittelmärkte in Grevesmühlen, Bekleidungsfachmärkte im MEZ Gägelow

Potenzialfläche
- Westlich benachbartes Autohausareal nach einer evtl. Verlagerung

Umsatzstruktur ZVB Innenstadt-Ergänzungsbereich Sky/Kik
Gesamtumsatz: Ca. 6,7 Mio. Euro p. a.



Ankerbetriebe im ZVB Innenstadt-Ergänzungsbereich Sky/Kik
(VKF geschätzt, auf 50 qm gerundet angegeben)

Name	Branche	VKF (ca. qm)	Lage
Sky	Verbrauchermarkt	1.500	Klützer Straße
Kik	Bekleidung	600	Klützer Straße
See-Apotheke	Apotheke	50	Klützer Straße

Quelle: Berechnungen BulwienGesa AG; Rundungsdifferenzen möglich

ZVB Innenstadt-Ergängzungsbereich Sky/Kik
u. a. Sky, Kik, Barmer GEK

ZVB Innenstadt-Ergängzungsbereich Sky/Kik
u. a. Sky, Kik, Barmer GEK

ZVB Innenstadt-Ergängzungsbereich Sky/Kik
u. a. Sky, Kik, Barmer GEK; Zufahrt von der Sandstr.

ZVB Innenstadt-Ergängzungsbereich Sky/Kik
u. a. Sky, Kik, Barmer GEK;
Fußgängerzugang vom Badstüberbruch (B 105)

ZVB Innenstadt-Ergängzungsbereich Sky/Kik
u. a. Sky, Kik, Barmer GEK; Verbindungsweg zur Innenstadt mit Wegweiser (ca. 200 m) via Behrensgang

Behrensgang in Richtung Norden als Verbindungsweg ZVB Innenstadt – ZVB Innenstadt-Ergänzungsbereich Sky/Kik

3.5 Nahversorgungsabdeckung - Ausgangslage

Einen wichtigen Bestandteil der Marktanalyse stellt die Betrachtung der Nahversorgungsabdeckung in Grevesmühlen dar. Dafür wurden die wesentlichen Lebensmittelmärkte im Stadtgebiet von Grevesmühlen lokalisiert und jeweils mit 700-Meter-Entfernungsradien versehen; diese Distanz wird in ländlichen Räumen gemeinhin noch fußläufig akzeptiert.

Das nördlich der Bahntrasse gelegene Stadtgebiet ist quantitativ nahezu vollständig abgedeckt, nur in den äußeren westlichen Randbereichen bestehen kleine Lücken. Demgegenüber komplett unterversorgt ist die Südstadt seit der Verlagerung des Lidl Marktes aus der Rehnaer Straße in die Lübecker Chaussee und der Schließung der einst am selben Standort ansässigen Schlecker-Drogerie.

Unterschiede bestehen hinsichtlich der Erreichbarkeit von Discountern bzw. Supermärkten/Vollsortimentern. Die Nahversorgung im östlichen Stadtbereich sowie im äußersten Westen übernehmen ausschließlich Discounter; in der Stadtmitte sowie im Norden liegen Überschneidungen von Supermärkten/Vollsortimentern vor. Die innerstädtischen Lebensmittelmärkte Boost und auch Markant können allerdings auf Grund ihrer geringen Flächenausstattung keinen Vollsortimentsanspruch einlösen.

Die qualitative Bestandsanalyse des Nahversorgungsnetzes offenbart erhebliche Unterschiede zwischen den wesentlichen Anbietern:
Marktkauf Korzak präsentiert sich nach erfolgter umfassender Modernisierung als zeitgemäß aufgestellter, attraktiver Verbrauchermarkt. Auch Lidl in der Lübecker Chaussee und der anstelle des früheren Edeka Marktes Korzak errichtete Netto Discounter agieren unter zeitgemäßen Voraussetzungen.

Die weiteren Lebensmittelmärkte in Grevesmühlen (Markant, Frischemarkt Boost, jedoch auch Penny, Norma, Aldi) sind hingegen mit teilweise erheblichen Objektschwächen behaftet, die sich im Wesentlichen in zu geringen Dimensionierungen der Verkaufsflächen ausdrücken. Aldi liegt zudem ungünstig in zweiter Reihe.

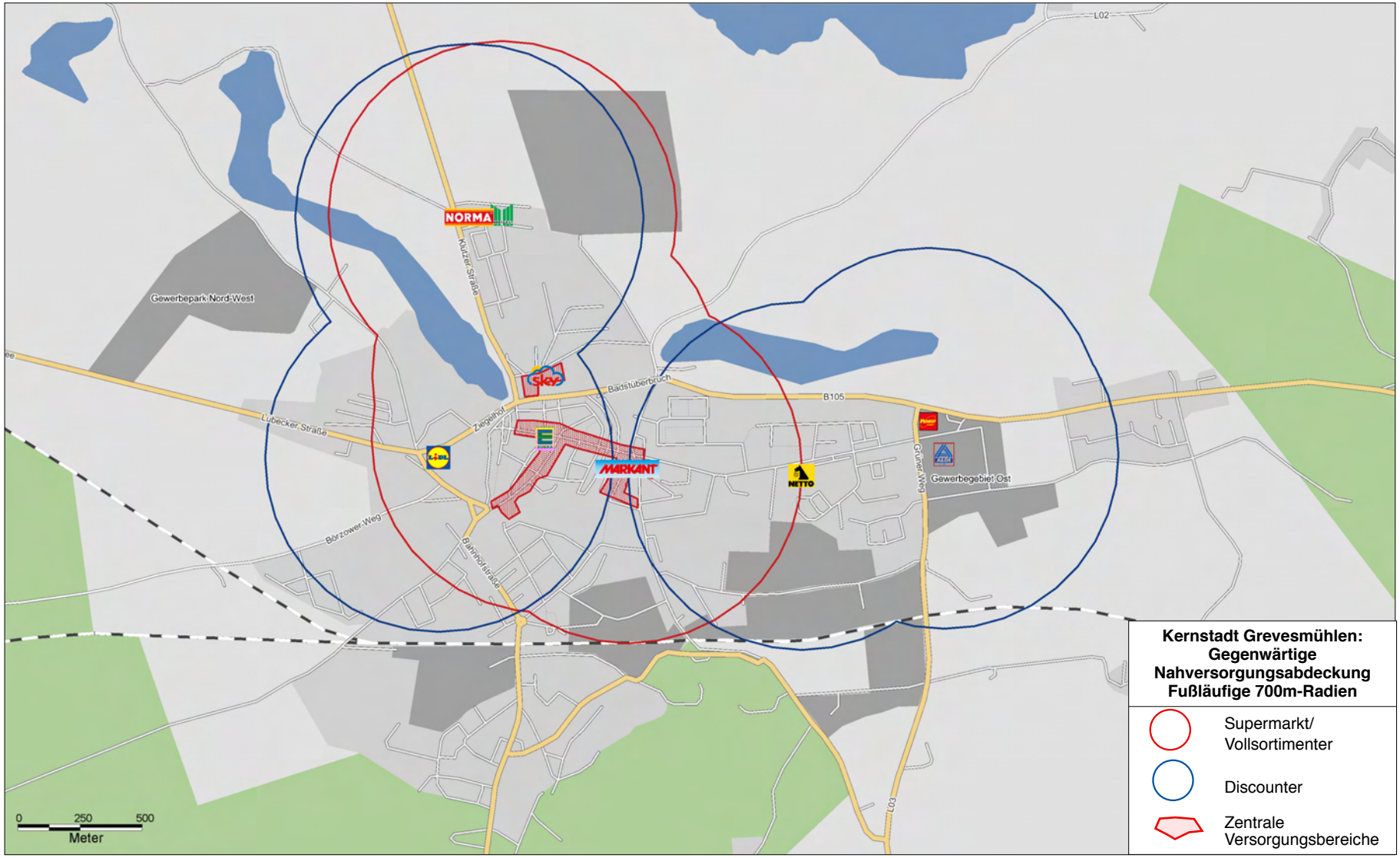
Auch der Frischemarkt Boost am Marktplatz verfügt über keine eigenen Stellplätze, bei Markant sind diese auf der Gebäuderückseite angeordnet, ohne direkten Zutritt zum Objekt. Letzterer ist zudem durch Stufen und eine fehlende ebenerdige Erreichbarkeit gehandicapt (s. ausführlich Kap. 3.4.3.1).
Siedlungsstrukturell ist hervorzuheben, dass Marktkauf/Norma und Aldi/Penny jeweils randständig situiert sind und insoweit keinen nennenswerten fußläufigen Nahbereich aufweisen.

Trotz einer quantitativ durchaus reichlichen Flächenausstattung ist das Nahversorgungsnetz in Grevesmühlen insoweit nicht optimal ausgestaltet. Neben Deckungslücken im südlichen Stadtbereich sind hierbei vor allem Objekt- und Lagemängel hervorzuheben.

Aufgrund der geringen Einwohnerzahlen in den eingemeindeten Ortsteilen sind eigene Nahversorgungsstrukturen dort weder vorhanden noch wären sie tragfähig.

Die geplante Neuansiedlung des abgängigen Markant-Marktes aus der Innenstadt an den Bahnhof in Verbindung mit einer Verlagerung des siedlungsstrukturell bisher randständigen Aldi-Marktes dorthin ist insoweit auch unter Aspekten einer verbesserten Versorgungsabdeckung für die Südstadt zu beurteilen; zudem würde Aldi eine städtebaulich vorteilhafteren, weil vollständig integrierten Standort einnehmen (s. hierzu Konzeptteil und separate projektbezogene Wirkungsanalyse in Kap. 5)

© BulwienGesa AG 2013 – 106738


NORMA
Kurzer Straße
Gewerbepark Nord-West
Badstuberbruch
B105
Lübecker Straße
Ziegelhof
MARKANT
NETTO
Gewerbegebiet Ost
Grüner Weg
Börzower Weg
Bahnhofstraße
L02
L03
0
250
500
Meter
Kernstadt Grevesmühlen:
Gegenwärtige
Nahversorgungsabdeckung
Fußläufige 700m-Radien
Supermarkt/
Vollsortimenter
Discounter
Zentrale
Versorgungsbereiche

Moderner Lidl-Discounter in der Lübecker Straße (B 105)

Verbundstandort Penny, Getränkeland und Subway; verkehrsorienterte Lage im Gewerbegebiet Ost (Grüner Weg/Wismarsche Straße)

Aldi; verkehrsorienterte Lage im Gewerbegebiet Ost, (Grüner Weg)

Verbundstandort Marktkauf, Zoo-Geschäft, Norma; verkehrsorientiert gelegen am nördlichen Stadtrand (Klützer Straße)

Verbundstandort Marktkauf, Zoo-Geschäft, Norma; verkehrsorientiert gelegen am nördlichen Stadtrand (Klützer Straße)

Moderner Netto-Discounter in Wohngebietslage (Wismarsche Straße / Am Wasserturm)

3.6 Umland-Wettbewerb

Wie bereits dargestellt, steht der Grevesmühlener Einzelhandel unter dem Einfluss der Wettbewerbsstrukturen der übergeordneten Oberzentren Lübeck und Schwerin sowie des Mittelzentrums Wismar mit umfassendem Angebot aller Branchen.

Wesentlichster Wettbewerbsstandort im Umland ist das vor den Toren Wismars gelegene Einkaufszentrum MEZ (Mecklenburger Einkaufszentrum) ca. 16 km östlich in Gägelow, das in rund 15 Minuten Fahrzeit über die B 105 bequem mit dem Pkw erreicht werden kann. Der "Grüne Wiese"-Standort kann mit Angebotsbreite und -masse sowie einem großzügigen, kostenlosen Parkplatzangebot gegenüber Grevesmühlen punkten und entfaltet somit eine starke Sogwirkung, die Kaufkraftabflüsse aus der Stadt bewirkt. Zu den zahlreichen dortigen Wettbewerbern zählen u. a. ein Real-SBWH, Medimax-Elektrofachmarkt, die Modefachmärkte Adler und Holtex, Dänisches Bettenlager, Max Bahr Bau- und Heimwerkermarkt, Reno Schuhe und T€Di. Des Weiteren komplettieren u. a. ein Woolworth-Kaufhaus, Fahrrad-Fachgeschäft, Möbelhaus und zahlreiche arrondierende Fachgeschäfte aller Sortimente, Dienstleister und Gastronomie das Angebotscluster in Gägelow.

Wismar ebenfalls westlich vorgelagert sind in der unweit des MEZ gelegenen Fachmarktagglomeration Zierower Straße u. a. Marktkauf, Roller-Möbel sowie ein Expert-Elektro-Fachmarkt aktiv.

Die Wismarer Innenstadt verfügt ebenfalls über ein vielfältiges Angebot, das jedoch quantitativ hinter dem MEZ Gägelow zurücksteht. Kundenmagneten in der Innenstadt sind u. a. das traditionsreiche Karstadt-Stammhaus, C&A und H&M.

Die benachbarten Grundzentren Klütz und Boltenhagen verfügen - durch den Nachfragefaktor Fremdenverkehr gestützt - über eine vergleichsweise gut entwickelte Eigenausstattung, v. a. im periodischen Bedarf. Magnetanbieter sind Penny und Lidl in Klütz sowie ein Edeka-Frischemarkt, Markant und Aldi in Boltenhagen. Das Angebot im aperiodischen Bedarf richtet sich im Wesentlichen an Touristen, darin v. a. auch höherwertige Bekleidungsfachgeschäfte in Boltenhagen sowie das neu errichtete Kaufhaus Stolz mit Schwerpunkt Outdoor-Mode in Klütz.

Die umliegenden Oberzentren verfügen über attraktive Innenstädte mit entsprechenden umfangreichen Einzelhandelsstrukturen. Hinzu kommen Shopping-Center wie u. a. das Schlosspark-Center, die Marienplatz-Galerie und das Sieben-Seen-Center in Schwerin, das Kröpeliner Tor-Center in Rostock sowie der Citti-Park, das Haerder-Center und die Königspassage in Lübeck. Darüber hinaus können insbesondere die großflächigen Fachmärkte im Möbel/Einrichtungsbedarf eine bedeutende Anziehungskraft auf Grevesmühlener Kunden entfalten. Dies betrifft u. a. IKEA in Rostock, sowie Möbel-Kraft in Bad Segeberg bei Lübeck.

Mit dem für 2014 vorgesehenen Markteintritt des geplanten IKEA Scandinavien Centre in Lübeck-Dänischburg, darin enthalten sind neben dem namengebenden IKEA-Einrichtungshaus, ein angeschlossenes Shopping-Center sowie ein Bau- und Gartenfachmarkt, wird die Lübecker Marktposition und Kundenanziehungskraft weiter gestärkt werden.

3.7 Der Grevesmühlener Einzelhandel aus Kundensicht - Ergebnisse einer repräsentativen Kundenbefragung

3.7.1 Methodische Vorbemerkung

Die Besucherbefragung in Grevesmühlen wurde im Zeitraum Donnerstag, 31. Mai bis Samstag, 02. Juni 2012 während der Kernöffnungszeiten der ansässigen Geschäfte durchgeführt. Die Befragungszeiten waren Donnerstag und Freitag von ca. 09.30 Uhr bis ca. 18:30 Uhr und Samstag ca. 09:30 Uhr bis ca. 13:00 Uhr.

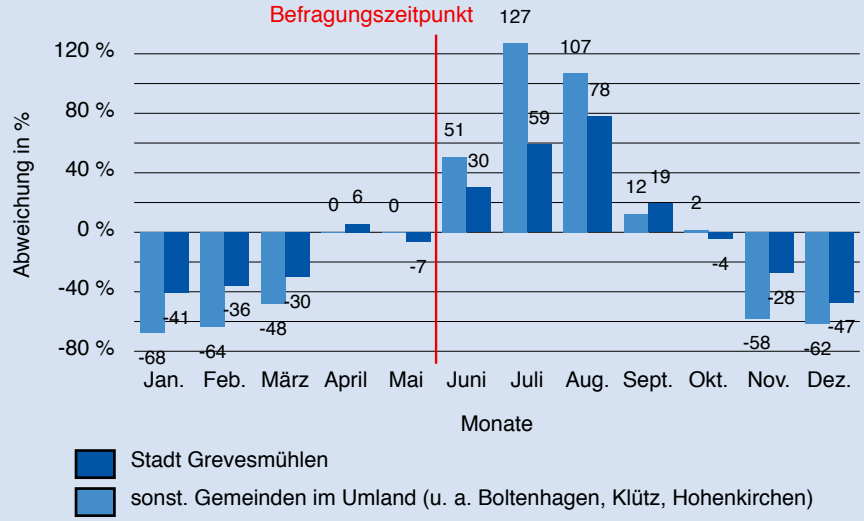
Die Befragungsstandorte befanden sich im Hauptgeschäftsbereich im Verlauf Wismarsche Straße / Rathausplatz / August-Bebel-Straße frequenzproportional verteilt sowie vor der Aldi-Filiale im Grünen Weg.

Die Stichprobe beinhaltete 400 ausgewertete Interviews mit zufällig ausgewählten Besuchern / Kunden (ab ca. 18 Jahren) in der Innenstadt sowie 178 Interviews mit gekürztem Fragenkatalog bei Aldi.

Durch die Wahl des Befragungszeitpunktes im Zeitraum Ende Mai / Anfang Juni konnte eine über- bzw. unterproportionale Beeinflussung der Befragungsergebnisse durch touristische Effekte vermieden werden.

Belegt wird dies durch nachfolgende Grafik, welche die Abweichung der monatlichen Übernachtungszahlen vom Jahresmittel 2011 in den Beherbergungsbetrieben der Stadt Grevesmühlen sowie der Umlandgemeinden mit Tourismusaufkommen wiedergibt.

Abweichung der monatlichen Übernachtungszahlen in Beherbungsbetrieben (einschl. Camping) vom Jahresmittel in 2011



Quelle: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern 2012

3.7.2 Soziodemografische Stichprobenmerkmale

Haushaltsgröße und -struktur

Zwischen den Standorten Innenstadt und Aldi bestanden insgesamt nur geringe Differenzen. Die durchschnittliche Haushaltsgröße ist mit 2,3 Personen gleich. Markantester Unterschied ist der höhere Anteil der 1-Personen-Haushalte in der Innenstadt. Im Vergleich mit BulwienGesa-Referenzwerten aus Innenstadt-Befragungen fällt die mittlere Haushaltsgröße in Grevesmühlen geringer als üblich aus. Insbesondere der Anteil von Familien scheint in der Stichprobe unterrepräsentiert zu sein, was sich einerseits mit der Grevesmühlener Haushaltsstruktur deckt und andererseits darauf schließen lässt, dass die Grevesmühlener Innenstadt Familien als Zielgruppe nur begrenzt anspricht. Speziell die von Familien nachgefragten filialisierenden Fachmarktformate sind im MEZ in Gägelow konzentriert.

Durchschnittsalter

Das Durchschnittsalter in der Innenstadt-Stichprobe erscheint mit ca. 48 Jahren zwar zunächst recht hoch, liegt jedoch noch knapp unter dem Schnitt vergleichbarer Innenstadt-Befragungen. Generell sprechen kleinere Innenstädte mit ihrem traditionell fachhandelsbasierten Geschäftsbesatz eher ältere Kunden an, während jüngere Kunden und Familien sich verstärkt zu filialisierenden (und tendenziell niedrigerpreisigen) Fachmarktformaten hingezogen fühlen.

Am Standort Aldi fällt das Durchschnittsalter mit 54 Jahren gleichwohl untypisch hoch aus, was ein Indiz dafür sein kann, dass der Markt am derzeitigen Standort nicht befriedigend läuft und infolgedessen auch verlagert werden soll.

PKW-Verfügbarkeit

Die Pkw-Verfügbarkeit[12] in der Stichprobe ist mit ca. 75 % für ländliche Kleinstädte recht niedrig. Er korrespondiert mit einer relativ niedrigen amtlichen Pkw-Quote und auch mit dem geringen Kaufkraftniveau. Ein Großteil der Innenstadtkunden kann keine typischen Fahrstandorte wie z. B. das MEZ in Gägelow aufsuchen.

Haushalts-Nettoeinkommen und Berufstätigkeit

Das auf Pro-Kopf-Größen umgerechnete Haushaltsnettoeinkommen beträgt in der Stichprobe ca. 1.150 Euro und ist vergleichsweise niedrig. Da diese Frage nach mehrjähriger Pause aufgrund der erhöhten Verweigerungsquoten erst seit kurzem wieder in das Standardrepertoire aufgenommen ist, stehen bisher nur wenige belastbare Durchschnittswerte vergleichbarer Befragungen zur Verfügung. Das tendenziell geringe Einkommen spiegelt einerseits die geringe Kaufkraftkennziffer wider, ist jedoch auch angebotsseitig mit dem Schwerpunkt im preisgünstigem Angebotssegment schlüssig. Es korrespondiert auch mit einem recht hohen Anteil nicht berufstätiger Menschen in der Innenstadt-Stichprobe (ca. 47 %). Darin sind der Hohe Anteil der älteren Altersklassen - zahlreiche Befragte befinden sich im Rentenalter - sowie auch Arbeitslose und Hausfrauen enthalten.

Geschlecht

Mit rund 68 % stellen Frauen die Mehrheit der in der Innenstadt angetroffenen Personen. Ein Großteil der Einkäufe wird traditionell durch Frauen getätigt, sodass in Grevesmühlen ein typischer bzw. unauffälliger Befund vorliegt.

[12] Pkw ist im Haushalt immer oder zumindest zeitweise verfügbar

Soziodemografische Kundenmerkmale im Standortvergleich							
Merkmale	**Innenstadt Grevesmühlen**	**Aldi Grevesmühlen**	**BulwienGesa-Befragungen in Stadtzentren ø**	**Merkmale**	**Innenstadt Grevesmühlen**	**Aldi Grevesmühlen**	**BulwienGesa-Befragungen in Stadtzentren ø**
° **Haushaltsgröße**				° **Alter**			
1 Person	24,5%	18,5%	17,1%				
2 Personen	41,5%	51,1%	37,2%	<25 Jahre	13,2%	1,7%	11,0%
3 Personen	19,5%	14,0%	24,4%	25 - 39 Jahre	23,4%	12,4%	21,6%
4 Personen	10,8%	10,1%	13,0%	40 - 59 Jahre	33,1%	49,7%	34,7%
5+ Personen	3,8%	6,2%	7,5%	60+ Jahre	30,3%	36,2%	32,7%
ø Haushaltsgröße	**2,3**	**2,3**	**2,6**	**ø Alter** (über Klassenmitten)	**47,7**	**54,0**	**49,1**
° **Kinder im Haushalt**				° **Netto-Einkommen pro Kopf (Selbsteinschätzung)**			
Keins	69,3 %	77,5 %	64,5 %	unter 500 €	14,2%	nicht erfragt	n. vergleichbar
1 Kind	20,0 %	11,8 %	18,7 %	500 bis unter 1.000 €	35,7%	nicht erfragt	n. vergleichbar
2 Kinder	8,0 %	6,2 %	12,6 %	1.000 bis unter 1.500 €	24,8%	nicht erfragt	n. vergleichbar
3+ Kinder	2,8 %	4,5 %	4,2 %	1.500 € und mehr	25,4 %	nicht erfragt	n. vergleichbar
				ø Pro-Kopf-Einkomm. abs.	**1.154 €**	nicht erfragt	**1.484 €**
° **Haushaltsstruktur**				° **PKW-Verfügbarkeit**			
Single	24,5 %	18,5 %	20,6 %	Ja, immer	67,3%	nicht erfragt	75,8%
Mehrpers. o. Kinder	44,8 %	59,0 %	51,6 %	zeitweise	8,3%	nicht erfragt	7,4%
Mehrpers. mit Kindern	30,8 %	22,5 %	27,7 %	Nein	24,5%	nicht erfragt	16,5%
° **Geschlecht**				° **Berufstätigkeit**			
Männlich	32,5%	46,6%	30,7%	ja, Arbeitsplatz in GVM	22,3%	nicht erfragt	n. vergleichbar
Weiblich	67,5%	53,4%	69,3%	ja, Arbeitsplatz nicht in GVM	30,8%	nicht erfragt	n. vergleichbar
				nicht berufstätig	47,0%	nicht erfragt	n. vergleichbar

3.7.3 Kundenherkunft und Bestimmung des Einzugsgebietes

Das einzelhandelsrelevante Grevesmühlener Einzugsgebiet wurde bereits im Vorgängerkonzept 2003 bestimmt und im Rahmen der Kundenherkunftsermittlung in der Innenstadt überprüft. Es konnte auch 2012 weitestgehend bestätigt werden. Einzelne Abweichungen resultieren aus zwischenzeitlich erfolgten Gemeindegebietsreformen u. a. in Dassow, Kalkhorst und Hohenkirchen und sind somit eher technisch bedingt. In Richtung Südwesten jedoch hat Grevesmühlen offenbar an Ausstrahlung eingebüßt, sodass Vitense, Rehna und Wedendorf derzeit nicht mehr dem Einzugsgebiet zugerechnet werden können.

Abgrenzungskriterium für die Zuordnung eines Herkunftsortes zum Grevesmühlener Einzugsgebiet bzw. die Einordnung in eine konkrete Einzugsgebietszone ist die Marktdurchdringung. Die Marktdurchdringung wird durch einen Dichteindex ausgedrückt, der die Anzahl der Befragten in der Stichprobe in Relation zur Einwohnerzahl ihres Heimatortes setzt. Abgrenzungskriterium für die Zuordnung eines Herkunftsortes zum Einzugsgebiet ist eine Marktdurchdringung, die ca. 5 % des Wertes erreicht, der in Grevesmühlen selbst erzielt wird.

➞ Beispiel (siehe folgende Übersicht "Besucherherkunft in der Innenstadtstichprobe und Dichteindices):

In der ausgewerteten Stichprobe sind 276 Personen mit Wohnsitz Grevesmühlen (inkl. der Ortsteile) enthalten. Gemessen an 10.654 Einwohnern bedeutet dies, dass 25,9 ‰ (Promille) der Grevesmühlener Bevölkerung in der Stichprobe erfasst sind. Mit zunehmender Entfernung vom Befragungsstandort sinkt naturgemäß der Erfassungsgrad der Herkunftsorte. Die Herkunftsauswertung ergab, dass insoweit ein Erfassungsgrad von rund 1,3 ‰ notwendig ist, damit noch von einer spürbaren, über reine Streuverflechtungen hinausgehende Ausstrahlung des Grevesmühlener Einzelhandels in diesen Ort ausgegangen werden kann und seine Einbeziehung in das Einzugsgebiet zu rechtfertigen ist.

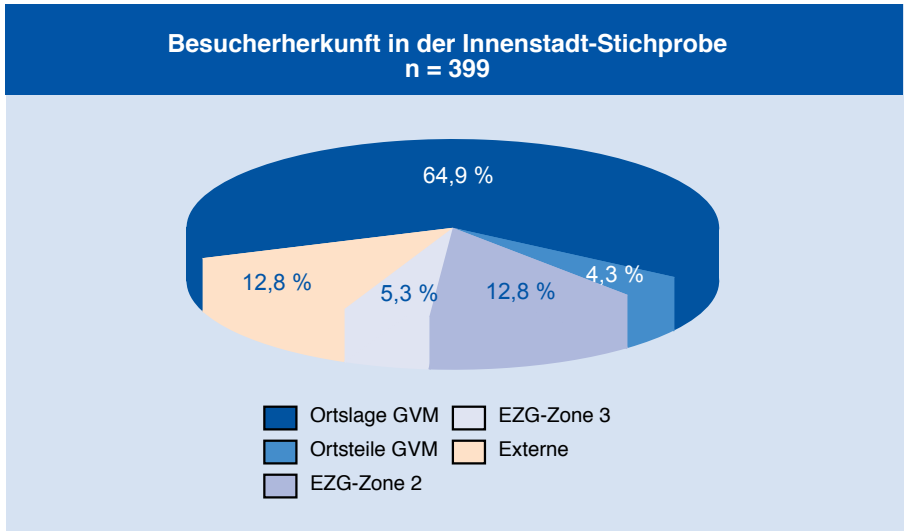
Ein deutlicher Abfall der Marktdurchdringung ist im Norden und Westen des Einzugsgebietes zu verzeichnen, wo die Grundzentren Klütz und Dassow sowie das Ostseebad Boltenhagen über eigene Angebotsstrukturen verfügen.

Das gegenwärtige Grevesmühlener Einzugsgebiet umfasst somit neben der Stadt Grevesmühlen selbst (Zonen 1a und b) das relativ schwach besiedelte Gebiet zwischen Dassow im Westen, Mühlen-Eichsen im Süden sowie Hohenkirchen im Nordosten und wird im Norden von der Ostseeküste begrenzt (Zonen 2 und 3). Insbesondere im Osten bewirkt die räumliche Nähe des Einkaufsstandortes Gägelow sowie der Kreisstadt Wismar eine Limitierung der EZG-Ausdehnung. In toto leben im abgegrenzten Einzugsgebiet 32.325 Einwohner.

In vereinfachter Form kann die Marktdurchdringung auch als Index dargestellt werden. Als Referenz ist die Kernstadt Grevesmühlen (Marktzone 1a) gewählt, aus welcher 28,3 ‰ der Einwohner in der Befragung angetroffen worden sind. Dieser Wert ist = 100 gesetzt.
Die umseitige Übersicht zeigt, dass bereits innerhalb der kernstadt große Unterschiede bestehen. Vor allem die Bewohner der südlichen Wohnquartiere sind mit Indices um 40 nicht stärker in der Innenstadt vertreten, als die Einwohner der eingemeindeten Ortschaften. Dies legt den Schluss nahe, dass die fehlende Nahversorgungsabdeckung in der Südstadt dazu führt, dass dortige Haushalte - vor allem wohl Berufsauspendler - sich tendenziell stärker im Umland versorgen als die übrigen Grevesmühlener.

Herkunftsanteile in der Innenstadt-Stichprobe

Die Kundenherkunft in der Innenstadt-Stichprobe erklärt sich zu einem überwiegenden Teil von insgesamt ca. 65 % aus der Ortslage Grevesmühlen bzw. zu ca. 69 % inkl. der zugehörigen Ortsteile.



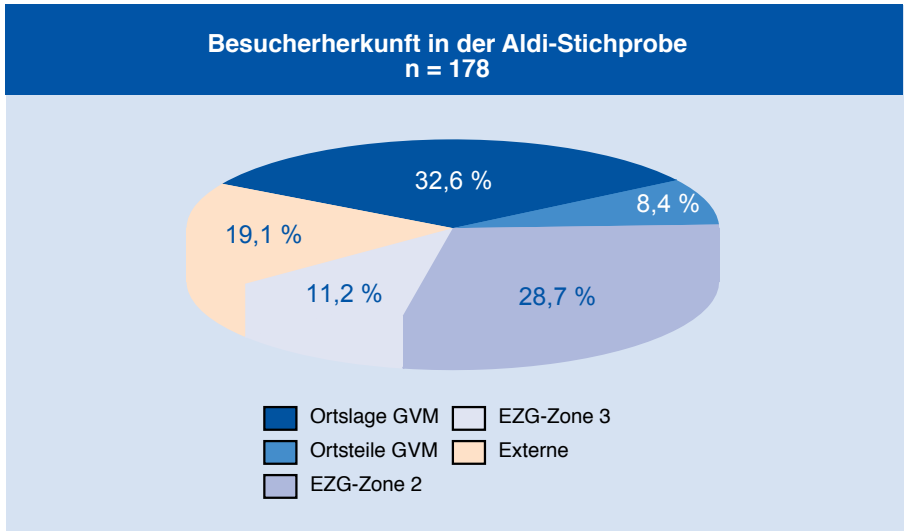
Differenziert nach kleinräumigen Herkunftsbereichen (s. hierzu die Erläuterungen und Karte in Kap. 5.4) innerhalb der Ortslage fallen insbesondere die Kunden mit Wohnsitz in der Altstadt (ca. 23 %) sowie aus dem Ostteil der Stadt (ca. 21 %) ins Gewicht, was auch auf eine wichtige Nahversorgungsfunktion der Innenstadt hindeutet.

Besucherherkunft in der Innenstadt-Stichprobe und Dichteindices (n=399)

Wohnort / EZG Zone	Fallzahl		Marktdurchdringung		Einwohner
	total	%	‰ der Ew.	dto. als Index	31.12.2010
1a Ortslage Grevesmühlen	**259**	***64,9 %***	**28,3 ‰**	**100**	**9.156**
davon:					
Altstadt	92	*23,1 %*	68,4 ‰	242	1.345
AWG-Siedlung/Bahnhofsvorst.	37	*9,3 %*	27,0 ‰	96	1.368
Oststadt	85	*21,3 %*	24,3 ‰	86	3.503
Lübsche-Tor-Vorstadt	19	*4,8 %*	23,6 ‰	83	805
Südstadt	14	*3,5 %*	12,5 ‰	44	1.122
Wohngebiet Klützer Straße	4	*1,0 %*	12,0 ‰	42	334
Wismarsche-Tor-Vorstadt	8	*2,0 %*	11,8 ‰	42	679
1b Ortsteile Grevesmühlen	**17**	***4,3 %***	**11,3 ‰**	**40**	**1.498**
1a-b Grevesmühlen total	**276**	***69,2 %***	**25,9 ‰**	**92**	**10.654**
Zone 2	**51**	***12,8 %***	**5,5 ‰**	**20**	**9.218**
davon:					
Upahl	10	*2,5 %*	13,8 ‰	49	726
Warnow	6	*1,5 %*	9,4 ‰	33	641
Börzow	6	*1,5 %*	8,1 ‰	29	741
Damshagen	10	*2,5 %*	7,5 ‰	27	1.329
Mallentin	5	*1,3 %*	7,1 ‰	25	706
Grieben	1	*0,3 %*	5,9 ‰	21	169
Bernstorf	2	*0,5 %*	5,7 ‰	20	352
Rüting	3	*0,8 %*	5,3 ‰	19	561
Plüschow	2	*0,5 %*	3,9 ‰	14	512
Testorf-Steinfort	2	*0,5 %*	3,1 ‰	11	651
Mühlen-Eichsen	3	*0,8 %*	3,0 ‰	11	1.007
Hanshagen	1	*0,3 %*	2,6 ‰	9	386
Hohenkirchen					1.437
Zone 3	**21**	***5,3 %***	**1,7 ‰**	**6**	**12.453**
davon:					
Papenhusen	2	*0,5 %*	6,3 ‰	22	319
Roggenstorf	1	*0,3 %*	2,3 ‰	8	444
Boltenhagen	5	*1,3 %*	2,0 ‰	7	2.548
Klütz	5	*1,3 %*	1,6 ‰	6	3.066
Kalkhorst	3	*0,8 %*	1,6 ‰	6	1.843
Dassow	5	*1,3 %*	1,3 ‰	4	3.972
Menzendorf					261
Einzugsgebiet total	**348**	***87,2 %***	**10,8 ‰**	**38**	**32.325**
Externe Streukunden	51	*12,8 %*			
Besucher total	**399**	***100,0 %***			

Kundenstichprobe bei Aldi

In der Aldi-Stichprobe wird demgegenüber deutlich, dass dieser verkehrsorientiert gelegene Standort mit ca. 33 % einen deutlich geringeren Anteil ortsansässiger Kunden aufweist und stattdessen über eine größere relative Umlandausstrahlung insbesondere in die EZG-Zone 2 hinein verfügt. Gleichwohl war nicht zu verkennen, dass der Standort insgesamt recht schwach frequentiert ist. Trotz verkehrsgünstiger Lage macht sich offenbar der weitgehend fehlende Siedlungsbezug bemerkbar.

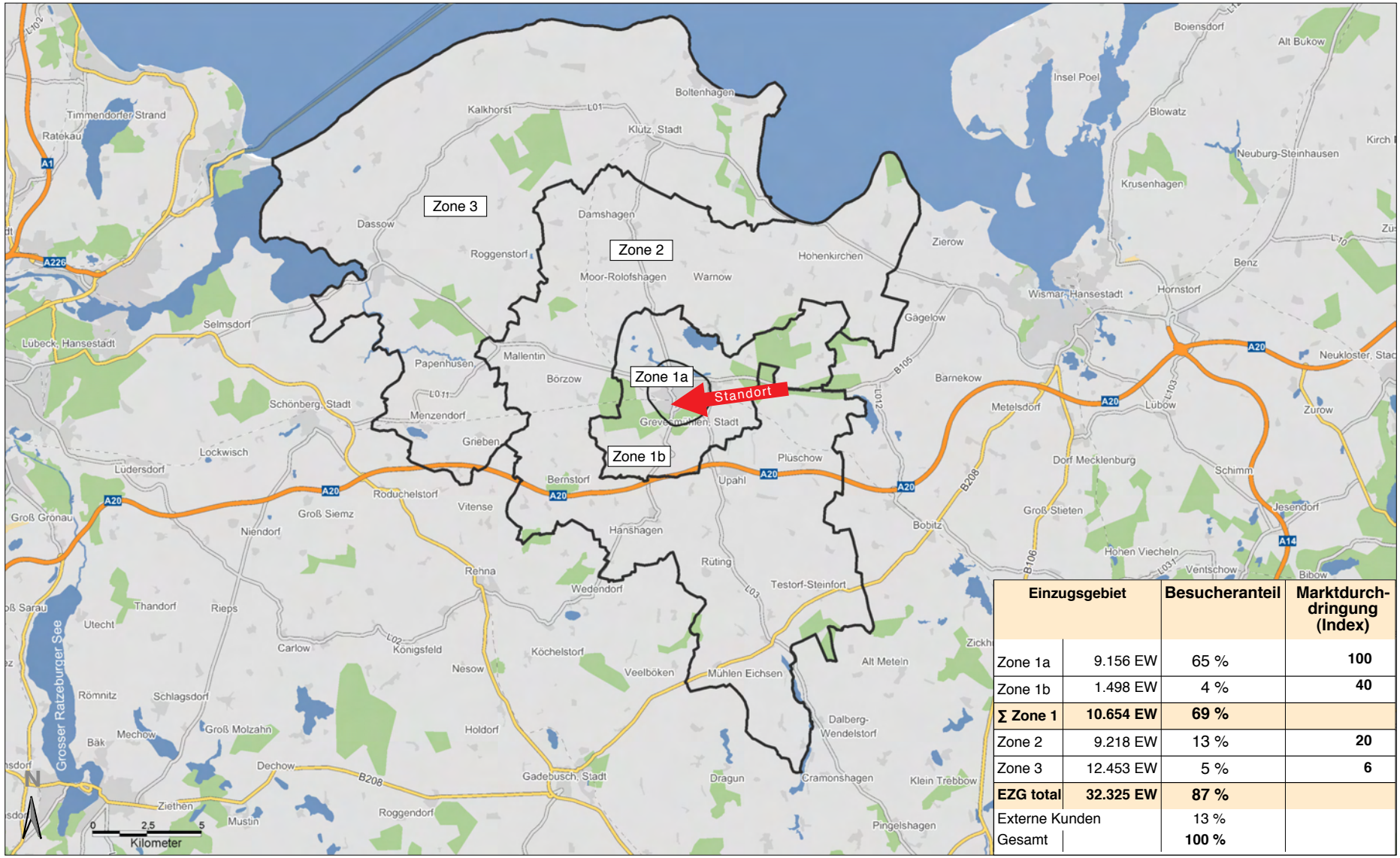


Externe Streukunden und Sonderfaktor Tourismus

Es ist davon auszugehen, dass Grevesmühlener Anbieter Streuumsätze auch aus Gemeinden außerhalb des Einzugsgebietes beziehen.

Der Anteil externer Streukunden in der Stichprobe beträgt ca. 13 %, davon ca. 45 % Regionale Streukunden und ca. 55 % überregionale Streukunden (im Wesentlichen dem Tourismus zuzuordnen). Sie werden bei der Berechnung der Kaufkraftbindungsquoten als "externe Streuzuflüsse" in angemessener Höhe berücksichtigt.

Aus dem Ausgabeverhalten dieser Kundengruppe kann auf den Umsatzbeitrag des Fremdenverkehrs im Grevesmühlener Einzelhandel geschlossen werden. Im verkehrsgünstig Richtung Klütz/Küste vorgelagerten Marktkauf-Verbrauchermarkt wäre auch ein höherer externer Kundenanteil als in der Innenstadt durchaus plausibel.



Einzugsgebiet		Besucheranteil	Marktdurchdringung (Index)
Zone 1a	9.156 EW	65 %	100
Zone 1b	1.498 EW	4 %	40
∑ Zone 1	**10.654 EW**	**69 %**	
Zone 2	9.218 EW	13 %	20
Zone 3	12.453 EW	5 %	6
EZG total	**32.325 EW**	**87 %**	
Externe Kunden		13 %	
Gesamt		**100 %**	

3.7.4 Verkehrsmittelnutzung und Parkplatzwahl

Verkehrsmittelnutzung

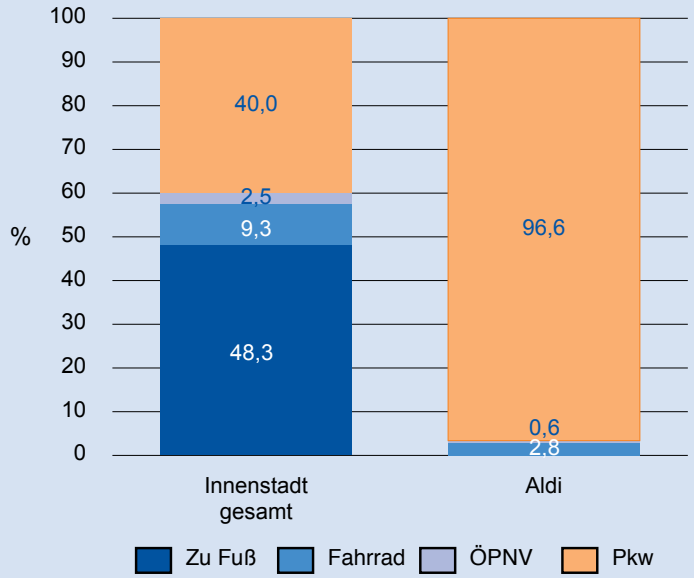
Die vorangestellte Vermutung wird in der Befragung bestätigt. Am vorgelagerten Aldi-Standort dominiert mit knapp 97 % eindeutig der Pkw als am häufigsten genutztes Verkehrsmittel. Fußgängerkunden und ÖPNV-Nutzer spielen faktisch keine Rolle, allenfalls das Fahrrad wird von wenigen Befragten (knapp 3 %) genutzt.

In der Innenstadt liegt eine vollkommen andere Verteilung vor. Dominant ist mit knapp 50 % der fußläufige Kundenanteil, was mit dem hohen Besucheranteil mit Wohnort in der Altstadt bzw. in den umliegenden Wohnquartieren korrespondiert. Auch der Anteil der Fahrradkunden ist mit ca. 9 % signifikant höher als bei Aldi.

Die Pkw-Quote fällt mit ca. 40 % für eine Kleinstadt hingegen vergleichsweise gering aus, spiegelt jedoch die in der Befragung ermittelte, eher niedrige Pkw-Verfügbarkeit der Innenstadt-Besucher wider.

Der ÖPNV zeigt sich als Verkehrsmittel für den Einkauf in einer Kleinstadt im ländlichen Raum wie üblich sehr gering bis nahezu bedeutungslos und dürfte insoweit vor allem für den Schülerverkehr von Belang sein.

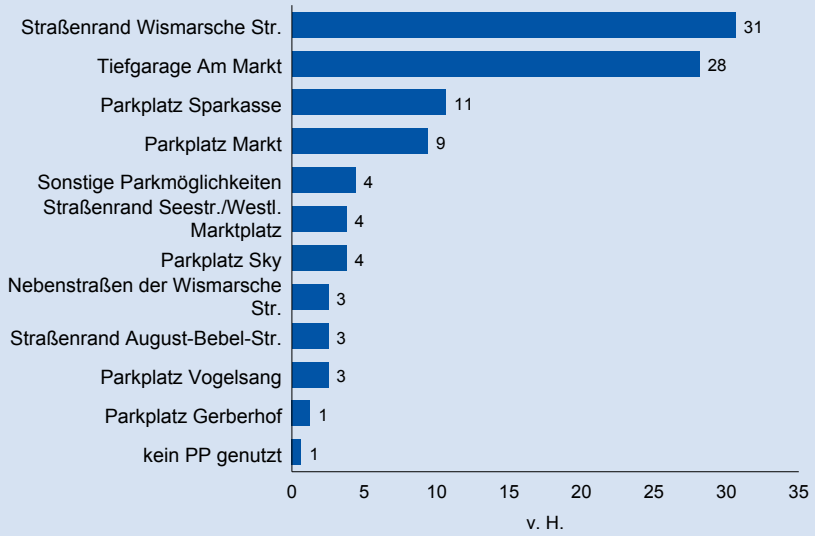
Verkehrsmittelwahl
Gesamtstichprobe; nach Standortbereichen



Parkplatznutzung

Pkw-Kunden in der Innenstadt wurden zudem gefragt, wo sie ihr Fahrzeug geparkt haben. Insbesondere die Parkbuchten entlang der Wismarschen Straße werden stark in Anspruch genommen (ca. 31 %), gefolgt von der Tiefgarage am Markt (ca. 28 %). Letzteres ist insofern bemerkenswert, da Parkhäuser oder Tiefgaragen in ländlichen Kleinstädten eher ungern in Anspruch genommen werden. Bevorzugt frequentierte Stellplätze sind zudem der Sparkassen-Parkplatz sowie der Marktplatz (ca. 11 % bzw. ca. 9 %). Die Angaben der restlichen Befragten verteilen sich recht gleichmäßig über die sonstigen Parkmöglichkeiten in der Innenstadt.

Genutze Parkplätze in der Innenstadt Grevesmühlen
Teilstichprobe Innenstadt, n = 160 Kunden mit Angabe Verkehrsmittel Pkw/Krad



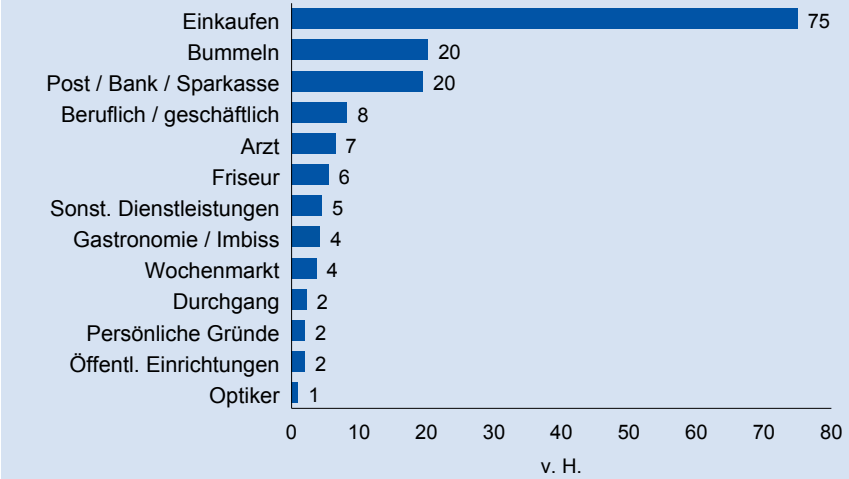
Trotz der beengten Straßenverhältnisse in der Wismarschen Straße wird das bequeme, mitunter zielgerichtete Parken vor den Geschäften und somit kurze Wege von einem Großteil der Pkw-Kunden präferiert.

3.7.5 Einkaufsverhalten der Innenstadt-Besucher

Besuchsanlass in der Innenstadt

Dominantes Besuchsmotiv und somit Hauptfrequenzbringer in der Grevesmühlener Innenstadt ist, wie in Stadtzentren üblich, das Einkaufen mit einem Wert von 75 %. Dienstleistungen wie Post/Bank/ Sparkasse sowie das Bummeln folgen mit je ca. 20 %, wobei letzteres der Innenstadt eine durchaus gute Aufenthaltsqualität bescheinigt.

Besuchsanlass in der Innenstadt Grevesmühlen
Teilstichprobe Innenstadt, n =400; Nennungen mit mind. 1 %; Mehrfachnennungen



Die weiteren Motive sind mit weniger als 10 % der Nennungen deutlich nachgeordnet. Gerade der Gastronomiebesuch sollte eigentlich eine größere Rolle spielen können, zumal in einem durch Fremdenverkehr mitgeprägten Geschäftszentrum.

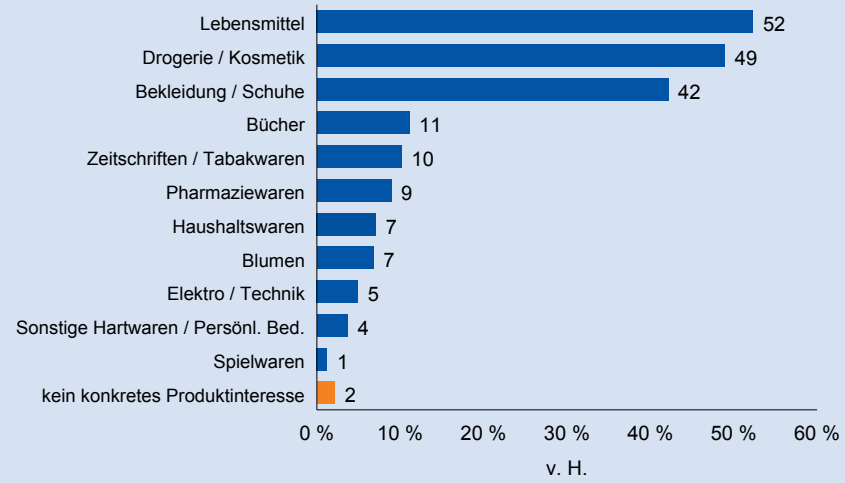
Im Mittel gaben die Besucher nicht nur einen, sondern rechnerisch 1,5 Besuchsgründe für die Innenstadt an. Dieser Befund spricht zunächst für eine gewisse Multifunktionalität, wird jedoch dadurch relativiert, dass in den Innenstädten von Mittelzentren rechnerisch meistens 1,5 - 2 Besuchsgründe genannt werden. Grevesmühlen bewegt sich insoweit an der Schwelle zu einem Grundzentrum, dessen Besuch primär durch eine kurzfristige Bedarfsdeckung geprägt ist.

Produktinteresse in der Innenstadt

Am stärksten nachgefragt werden von je ca. 50 % aller Kunden, die Geschäfte aufsuchten, Lebensmittel und Drogerieartikel. Auch hierin bestätigt sich eine gewisse Nahversorgungsfunktion der Innenstadt, die mehr an ein Grund,- als an ein klassisches Mittelzentrum erinnert.

42 % der Befragten interessieren sich für den Kauf von Bekleidung und Schuhen. Diese Warengruppe gilt generell als innerstädtisches Leitsortiment und steht in mittleren und größeren Städten im Vordergrund des Kaufinteresses. Die Nachfrage nach sonstigen Warengruppen fällt demgegenüber deutlich ab. Insbesondere Elektro/Technik und Spielwaren werden mit 5 % bzw. 1 % nur selten genannt.

Produktinteresse in der Innenstadt Grevesmühlen
Teilstichprobe Innenstadt, n =325; Nennungen mit mind. 1 %; Mehrfachnennungen



Der Aufbruch nach Kundenherkunft zeigt deutliche Unterschiede im Produktgruppeninteresse. Zwar stehen Lebensmittel insgesamt an erster Stelle der nachgefragten Sortimente, dies betrifft jedoch vorwiegend ortsansässige Kunden. Aus dem Umland fällt die Lebensmittelnachfrage deutlich geringer aus und tritt hinter anderen Warengruppen wie Drogerieartikel und Mode zurück. Lebensmittel werden von auswärtigen Kunden in der Innenstadt eher nebenbei und ergänzend gekauft.

Produktinteresse in der Innenstadt Grevesmühlen nach Kundenherkunft; Stichprobe Innenstadt; nur Befragte, die Geschäfte aufgesucht haben					
	Kundenherkunft				
Mehrfachnennungen zugelassen	Gesamt n = 325	Zone 1 GVM n = 222	Zone 2 n = 45	Zone 3 n = 17	Streu-kunden n = 40
Lebensmittel	52,3 %	59,0 %	42,2 %	17,7 %	40,0 %
Drogerie / Kosmetik	48,9 %	50,9 %	55,6 %	41,2 %	32,5 %
Bekleidung / Schuhe	42,2 %	40,1 %	55,6 %	35,3 %	42,5 %
Bücher	11,1 %	10,8 %	13,3 %	5,9 %	12,5 %
Zeitschriften / Tabak	10,2 %	11,3 %	11,1 %	5,9 %	5,0 %
Pharmaziewaren	8,9 %	10,8 %	8,9 %	0,0 %	2,5 %
Haushaltswaren	7,1 %	5,0 %	15,6 %	5,9 %	10,0 %
Blumen	6,8 %	7,7 %	4,4 %	5,9 %	5,0 %
Elektro / Technik	4,9 %	5,0 %	11,1 %	0,0 %	0,0 %
Sonstige Hartwaren / Persönlicher Bedarf	3,7 %	2,7 %	4,4 %	5,9 %	7,5 %
Spielwaren	1,2 %	0,9 %	2,2 %	0,0 %	0,3 %
kein konkretes Produktinteresse	2,2 %	0,9 %	4,4 %	5,9 %	5,0 %

Markant ist ferner, dass bei der Nachfrage nach Drogerieartikeln - obwohl auch zum "Periodischen Bedarf" zählend - faktisch kein Abfall des Kaufinteresses bei Umlandkunden zu beobachten ist. Tatsächlich zählt dieses Sortiment gerade in kleineren Mittelzentrum regelmäßig zu den innerstädtischen Leitbranchen und wird in dieser Rolle häufig unterschätzt.

Aufgesuchte Geschäfte und Einrichtungen

Da die Befragung im Hauptgeschäftsbereich Wismarsche Straße/Rathausplatz/nördliche August-Bebel-Straße durchgeführt wurde, können einzelne in Randlagen ansässige Anbieter naturgemäß unterrepräsentiert sein, da davon auszugehen ist, dass sie zum Teil gezielt und direkt angesteuert werden. Dies dürfte z. B. auf Markant zutreffen, der über Kundenparkplätze an der Gebäuderückseite verfügt und ein Passieren des Interviewbereiches somit nicht notwendig ist.

Mit deutlichem Abstand rangiert der Drogeriemarkt Kloppenburg in der Wismarschen Straße an erster Stelle der Nennungen - dies korrespondiert auch mit der hohen Nachfrage nach Drogerieartikeln. Der Markt spricht dabei gleichermaßen Kunden aus allen EZG-Zonen an, womit sich bestätigt, dass Drogeriemärkte zu den ausstrahlungsstarken Ankerbetrieben kleinerer Innenstädte zählen.

Mit Werten zwischen rd. 14 bis 15 % folgen der Frischemarkt Boost, Ernsting's family und Markant. Somit verfügen drei der vier erstplatzierten Anbieter über periodischen Bedarf als Kernsortiment, was ebenfalls die Nahversorgungsfunktion der Innenstadt unterstreicht. Im Unterschied zum Drogeriemarkt besteht bei Boost und vor allem bei Markant ein deutliches Gefälle zwischen lokalen und überörtlichen Kunden. Markant erweist sich als reiner Nahversorger für die Bewohner der Kernstadt. Sein Beitrag zur Umlandausstrahlung ist vernachlässigbar.

Aufgesuchte Geschäfte nach Kundenherkunft, Stichprobe Innenstadt, n = 400, Top 10					
	Kundenherkunft				
Mehrfachnennungen zugelassen	Gesamt	Zone 1 GVM	Zone 2	Zone 3	Streu-kunden
Kloppenburg	38,6 %	40,2 %	46,2 %	35,0 %	23,5 %
Frischemarkt Boost	15,0 %	18,1 %	13,5 %	0,0 %	5,9 %
Ernsting`s Family	14,3 %	14,1 %	19,2 %	15,0 %	9,8 %
Markant	13,8 %	17,4 %	3,9 %	5,0 %	7,8 %
Trend Shop	7,5 %	5,8 %	9,6 %	10,0 %	13,7 %
Intersport Zepuntke	6,3 %	6,5 %	5,8 %	5,0 %	5,9 %
NKD	5,0 %	3,6 %	9,6 %	5,0 %	7,8 %
Schuh Armbruster	4,0 %	2,2 %	1,3 %	5,0 %	3,9 %
Buchhandlung Peplau	3,8 %	2,9 %	3,9 %	5,0 %	7,8 %
Kaufhaus einmal anders	3,8 %	3,6 %	5,8 %	0,0 %	3,9 %

Zwischen knapp 4 bis 8 % der Kunden können die dahinter platzierten Geschäfte der Top 10 auf sich vereinigen, zu denen mit Intersport, NKD und Schuh Armbruster ebenfalls Filialisten gehören. Nach Herkunftszonen differenziert, liegt für diese eine ausgewogenere Verteilung vor. Auf die sonstigen Geschäfte außerhalb der Top 10 entfällt eine breite Anzahl an Streunennungen.

Mit durchschnittlich 1,5 aufgesuchten Geschäften besteht zwar ein gewisses wechselseitiges Verflechtungspotenzial innerhalb der Innenstadt. Für ein Mittelzentrum[13] fällt es jedoch wie bereits die mittlere Zahl der Besuchsmotive unterdurchschnittlich aus und weist somit auf zielgerichtete Einkäufe in einzelnen Geschäften, insbesondere bei der Nahversorgung, hin.

Einkaufsbetrag

Durchschnittlich geben die Kunden in der Grevesmühlener Innenstadt ca. 30 Euro für Einkäufe aus. Demgegenüber fällt der Durchschnittswert im langjährigen BulwienGesa-Vergleich in kleineren Stadtzentren mit ca. 40 Euro deutlich höher aus. Der eher niedrige Wert in Grevesmühlen korrespondiert mit einem geringen Kaufkraftniveau sowie einem recht stark ausgeprägten Nahversorgungsmotiv.

Einkaufshäufigkeit an Grevesmühlener Einkaufsstandorten

Bei der Bewertung der Einkaufshäufigkeit in der Innenstadt ist zu berücksichtigen, dass die im Rahmen einer Kundenbefragung gewonnenen Befunde das tatsächliche Bild eher positiv verzerrt darstellen, denn Kunden, die den Standort generell nicht aufsuchen, können im Rahmen einer Befragung logischerweise nicht angetroffen werden. Ein korrektes Abbild der Situation könnte nur eine repräsentative Haushaltsbefragung erbringen. Die Innenstadt-Besucher wurden nach der Einkaufshäufigkeit in der Innenstadt insgesamt sowie bei allen wesentlichen Alternativstandorten in Grevesmühlen im periodischen Bedarf (Verbrauchermärkte, Supermärkte, Discounter) befragt.

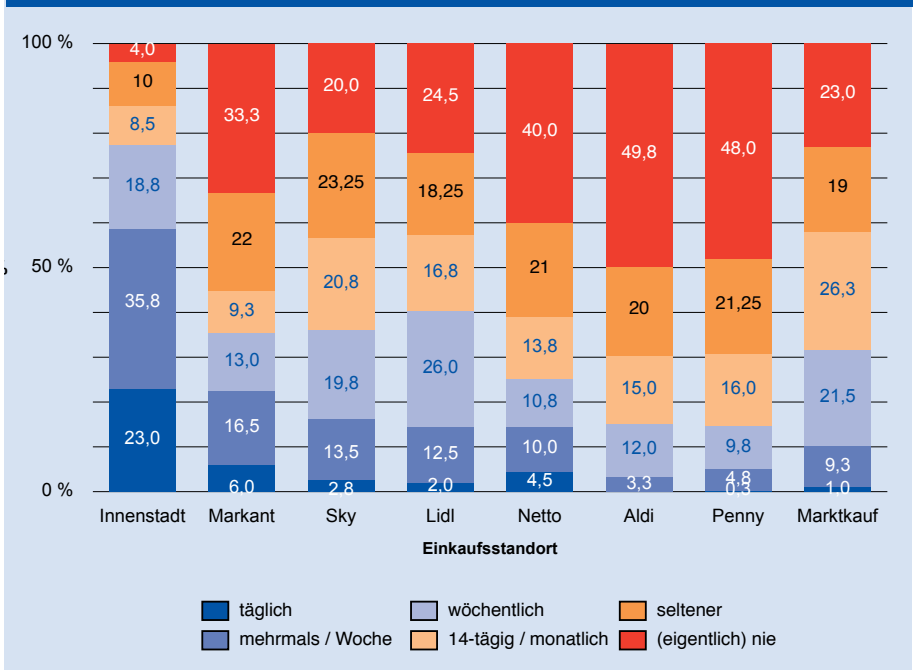
Knapp 60 % der Befragten suchen die Innenstadt mehrmals pro Woche zum Einkaufen auf, 23 % tun dies sogar täglich. Hinzu kommen ca. 19 % wöchentliche Einkäufer. Dies kann ebenfalls als ein Indikator für eine wichtige Nahversorgungsfunktion der Innenstadt gesehen

[13] ø-Wert in Mittelzentren beträgt ca. 2 aufgesuchte Geschäfte

werden. Naturgemäß wurde in der Innenstadt zudem kaum jemand angetroffen, der angibt, dort nie einzukaufen.

Eine davon teilweise deutlich abweichende Verteilung liegt für die einzelnen Lebensmittelmärkte vor. Die in bzw. nahe der Innenstadt gelegenen, fußläufig gut zu erreichenden Standorte (Markant, Sky, Lidl) werden immerhin von ca. 45 bis 40 % mindestens wöchentlich aufgesucht. Andererseits gibt ein Drittel der Befragten an, beim einzigen direkt in der Innenstadt gelegenen Standort Markant nie einzukaufen.

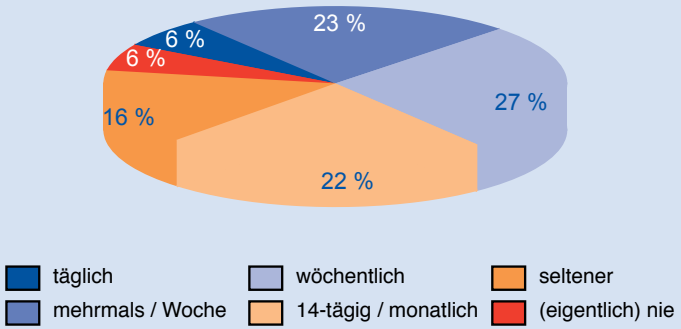
Einkaufshäufigkeiten
Teilstichprobe Innenstadt; auf 100 % gestapelt; n = 400



Bei den in größerer Entfernung gelegenen Discountern fällt die Einkaufshäufigkeit stark ab, insbesondere Aldi und Netto am östlichen Stadtrand werden lediglich von ca. 15 % mindestens wöchentlich bzw. von knapp der Hälfte eigentlich nie aufgesucht. Insbesondere in Bezug auf Aldi als stärkstem Lebensmitteldiscounter ist dies bemerkenswert, korrespondiert jedoch mit der vergleichsweise geringen Pkw-Verfügbarkeit der Innenstadt-Kunden in Verbindung mit der Pkw-orientierten Lage der Discounter.

Die Einkaufshäufigkeit bei Marktkauf ist trotz dessen Stadtrandlage insgesamt ausgewogener. Gegenüber den Wettbewerbern kann Marktkauf die abgesetzte Lage mit seiner Attraktivität als größter und modernster Lebensmittelvollsortimenter in Grevesmühlen ausgleichen.

Einkaufshäufigheit in der Innenstadt Grevesmühlen
Befragungsstandort Aldi; n = 178



Die am Befragungsstandort Aldi ermittelte Einkaufshäufigkeit in der Innenstadt zeigt, dass immerhin mehr als die Hälfte der Befragten mindestens wöchentlich auch die Innenstadt zum Einkauf aufsucht. Andererseits dürften ca. 21 % seltener oder nie zum Einkauf in der Innenstadt angetroffen werden. Die höhere Mobilität der Aldi-Kunden ermöglicht diesen eine bessere Erreichbarkeit der Alternativstandorte auch über die Stadtgrenzen hinaus.

Verbundkäufe zwischen den Einkaufsstandorten

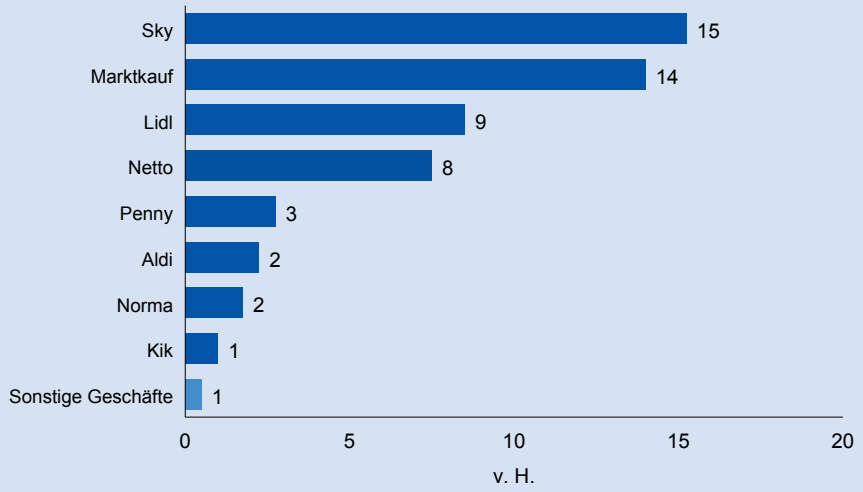
Immerhin rund 43 % der Innenstadt-Besucher geben an, ergänzend zum aktuellen Innenstadtbesuch am selben Tag noch weitere Standorte in Grevesmühlen außerhalb der Innenstadt zum Einkaufen aufzusuchen. Dabei handelt es sich fast ausschließlich um Lebensmittelmärkte.

Die stärksten Kopplungsintensitäten bestehen mit dem innenstadtnahen und von dort auch fußläufig erreichbaren Sky-Markt (15 %) sowie zum entfernteren, jedoch ungleich größeren Marktkauf-Verbrauchermarkt (14 %). Damit suchen etwa ebenso viele Innenstadtbesucher diese außerhalb des Geschäftszentrums liegenden Lebensmittelmärkte auf, wie die beiden kleinen Innenstadtmärkte Boost und Markant. Anders gesagt: das Fehlen eines Vollsortimenters im Hauptgeschäftsbereich führt bereits heute zu einer Splittung der Einkaufsaktivitäten, ohne dass der Innenstadtbesuch deshalb aufgegeben würde.

Nennenswerte Verbundkäufe (je knapp 10 %) werden zudem mit den stadtstrukturell integrierten Discountern Lidl und Netto registriert. Zu den "randständigen" Discountern Penny, Aldi und Norma hingegen bestehen nur geringe Verflechtungen.

Auch Kik wird sehr selten genannt - es fragt sich, ob dieser Anbieter im Haupteinkaufsbereich der Innenstadt nicht sogar besser aufgehoben wäre, weil er dort sicherlich stärker von der Clusterwirkung gleichartiger Geschäfte profitieren könnte. Möglicherweise wird dieser Nachteil durch die verkehrliche Lagegunst an der B 105 aufgewogen. Eine abschließende Aussage hierzu ist jedoch erst nach einer Gegenverprobung, d. h. einer Kundenbefragung am Standort Sky/Kik, möglich.

Verbundkäufe mit der Innenstadt Grevesmühlen
Teilstichprobe Innenstadt, n = 400; Mehrfachnennungen



3.7.6 Innenstadt und Einzelhandel in der Kundenwahrnehmung

Benotung ausgewählter Leistungsparameter der Innenstadt

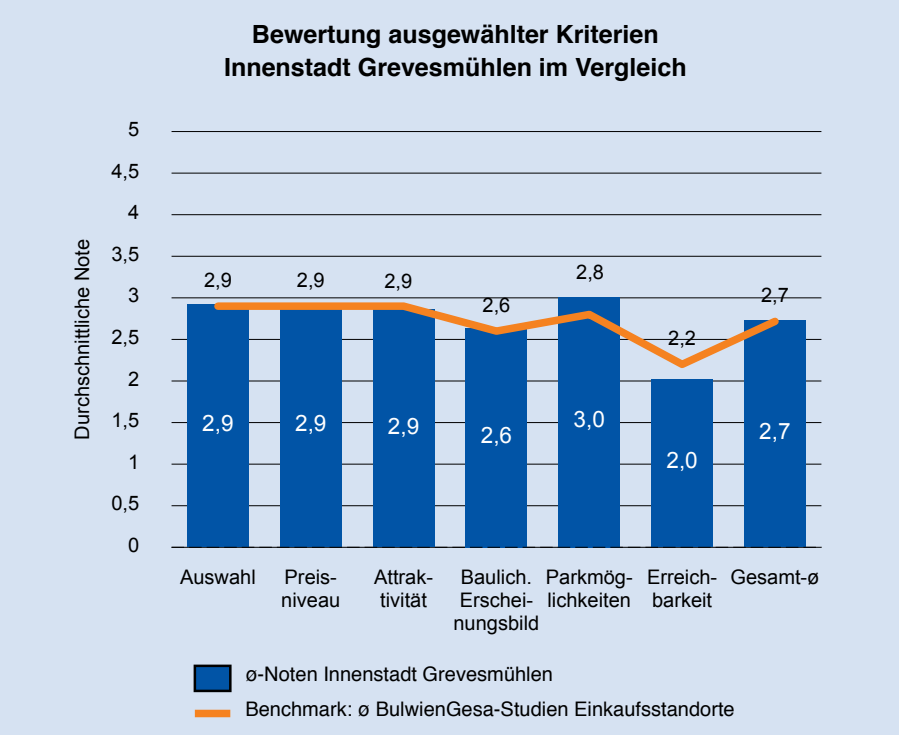
Die Befragten in der Innenstadt erhielten Gelegenheit, städtebauliche und angebotsbezogene Leistungsmerkmale der Innenstadt anhand gängiger Schulnoten von 1 (sehr gut) bis 5 (mangelhaft) zu bewerten. Das Ergebnis ist an einem Durchschnittsprofil, welches aus BulwienGesa Befragungen in kleineres Innenstädten erstellt wurde, gespiegelt. Dabei zeigt sich eine insgesamt unauffällige Tendenz, denn Grevesmühlen wird bei den meisten Kriterien im Durchschnitt und bei jeweils einem leicht unter- bzw. überdurchschnittlich bewertet.

Die angebotsbezogenen Kriterien "Auswahl der Geschäfte", "Preisniveau der Geschäfte" sowie "Attraktivität der Geschäfte" schneiden mit mit ø-Noten von 2,9 durchschnittlich ab. Gleiches trifft auf das bauliche Erscheinungsbild mit ø 2,6 zu.

Vergleichsweise positiv wird die Erreichbarkeit der Innenstadt bewertet (ø 2,0). In diesem Punkt scheint die Ortskenntnis der Einheimischen und die Befahrbarkeit der Hauptgeschäftsstraßen mit dem Pkw gegenüber der für Ortsfremde etwas undurchsichtigen Verkehrsführung zu überwiegen.

Die Achillesferse zentraler Versorgungsbereiche sind häufig die Parkmöglichkeiten. Mit einer leicht unterdurchschnittlichen Note von 3,0 trifft dies tendenziell auch auf Grevesmühlen zu. Zum Tragen kommen dürften in diesem Kriterium die teilweise erhobenen Parkgebühren bzw. Parkdauerbegrenzungen sowie auf einen subjektiv empfundenen Mangel von einkaufsstättennahen Parkmöglichkeiten, besonders an Markttagen.

Hierzu im nicht unbedingt Widerspruch steht, dass das Verkehrskonzept Grevesmühlen (2007) die Stellplatzanzahl als ausreichend beschreibt.



Ansonsten erweist sich die Innenstadtbewertung als recht durchschnittlich - ohne signifikante Schwächen, aber auch ohne Highlights.

Besondere Gefallensmomente und Kritikpunkte zur Innenstadt

Zusätzlich zur Benotung der vorgegebene Parameter hatten alle Befragten Gelegenheit, besonderes Lob oder besondere Kritikpunkte zum Ortszentrum vorzubringen. Diese Abfrage erfolgte völlig ungestützt, d. h. ohne thematische Vorgabe oder Einschränkung seitens der Interviewer. Insgesamt äußerten gut 37 % der Befragten Aspekte, die ihnen an der Innenstadt besonders gut gefielen ("Likes"). Demgegenüber konnte eine Mehrheit von ca. 54 % entsprechende Kritikpunkte anführen ("Dislikes").

Nachfolgende Übersicht zeigt die nach Themen zusammengefassten "Likes" und "Dislikes" in der Gegenüberstellung. Dabei zeigt sich, dass einige Aspekte durchaus auch kontrovers bewertet werden.

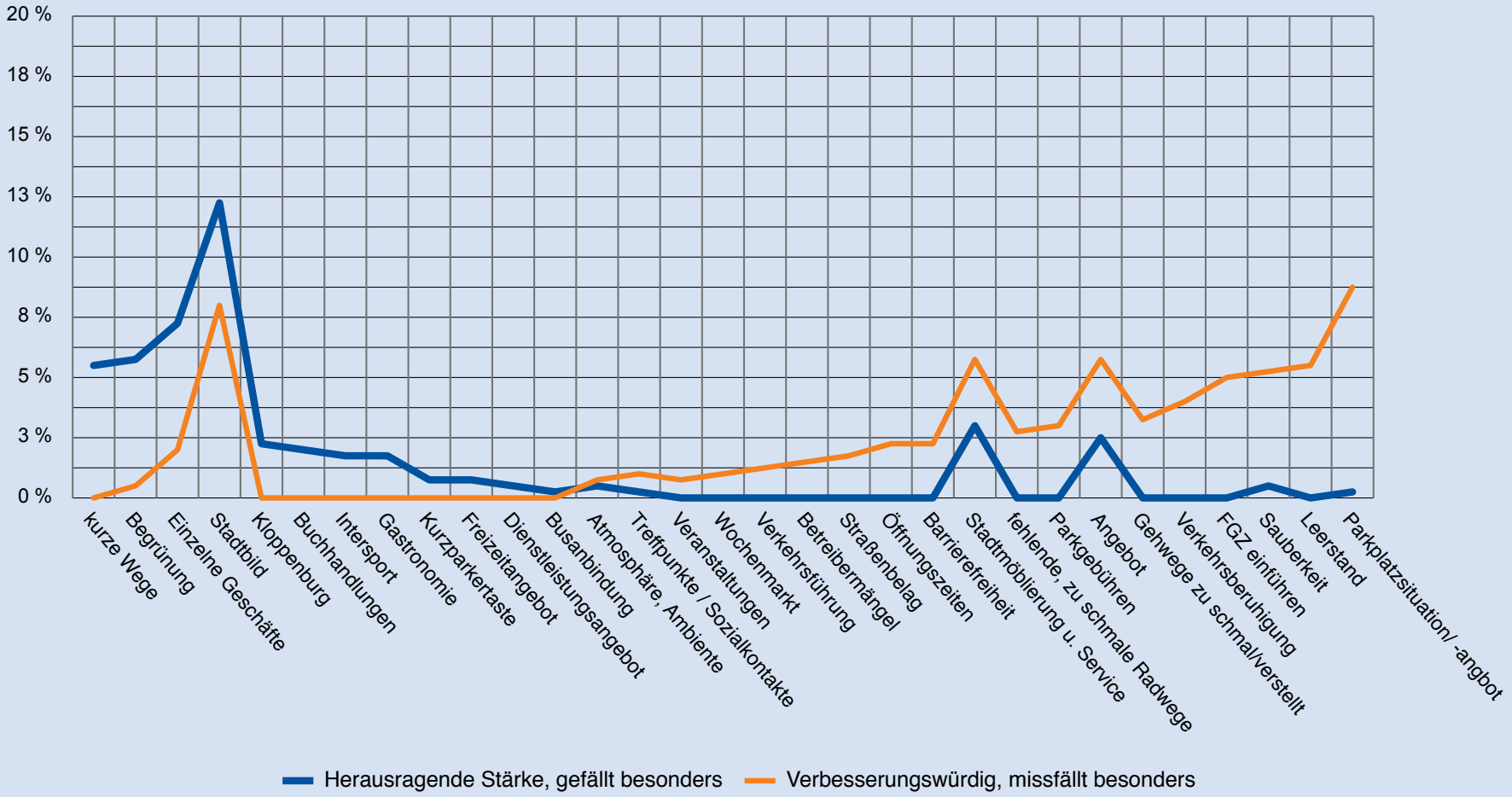
– Überwiegend positiv beurteilte Aspekte:
  Überwiegend positiv bewertet werden in der Innenstadt vor allem gestalterische Aspekte. An der Spitze steht mit rund 12 % aller Befragten das Stadtbild. Auch die Innenstadtbegrünung sowie der kleinstadttypische Vorteil kurzer Wege werden von ca. 6 % bzw. 5,5 % positiv beurteilt.
  Es fällt allerdings auf, dass daneben vor allem angebotsbezogene Aspekte hervorgehoben werden. Neben diversen Einzelgeschäften erweisen sich vor allem der Drogeriemarkt Kloppenburg, die Buchhandlungen sowie Intersport als profilbildende Betriebe.

– Kontrovers diskutierte Aspekte:
  Obwohl es das "Gefallens-Ranking" anführt, zählt insbesondere auch das Stadtbild zu den kontrovers beurteilten Punkten. Einerseits wird die attraktive Altstadtgestaltung mit vielen gut erhaltenen, historischen Gebäuden herausgestellt, während andererseits 16 % der Befragten Kritikpunkte wie bspw. renovierungsbedürftige Häuser oder Baulücken äußern.

Einige Themen werden etwa gleichrangig positiv wie negativ angeführt oder anders formuliert: an ihnen scheiden sich die Geister. Dazu zählen sowohl die Aspekte Angebot als auch Stadtmöblierung/Service, bei denen jeweils rund 3 % Positiv- etwa 6 % Negativnennungen gegenüber stehen.
Zu Letzterem zählen neben Kundenfreundlichkeit und -service die vorhandene Stadtmöblierung mit Sitzgelegenheiten, Spielplätzen, öffentlichen Toiletten und Abfalleimern. Einige Befragte bewerten die Anzahl der Sitzgelegenheiten als zu gering, andere hingegen äußern sich zufrieden. Gleiches trifft auf Abfallbehälter sowie auf Statuen und Kunstwerke im öffentlichen Raum zu.
Vorwiegend kritisiert werden die Spielplätze, eine ungenügende Ausschilderung in der Innenstadt sowie die offenbar häufig geschlossenen öffentlichen WCs bzw. deren eingeschränkte Öffnungszeiten.

– Besondere Kritikpunkte:
  In der Kritik sind vor allem verkehrliche Aspekte. An der Spitze steht bei rund 9 % der Befragten die Parkplatzsituation bzw. das Parkplatzangebot, welches vorwiegend als zu gering eingeschätzt wird.
  Thematisch im Zusammenhang stehen die erhobenen Parkgebühren. Trotz Vorhandensein einer Kurzparkertaste, welche kostenloses Parken von einer halben Stunde erlaubt (von ca. 1 % gelobt), äußern sich ca. 9 % der Befragten kritisch.
  Genannt werden des Weiteren starke Verkehrsbelastungen in der Innenstadt in Verbindung mit der Forderung nach Einrichtung einer Fußgängerzone, zu schmale bzw. fehlende Fuß- und Radwege und eine mangelnde Barrierefreiheit.
  Die von rund 5,5 % der Befragten kritisierte Sauberkeit könnte mit dem angesprochenen Mangel an ausreichend Abfalleimern im Zusammenhang stehen, ferner spielt Hundekot eine Rolle.

Zusammengefasste Likes und Dislikes - Gesamtstichprobe Innenstadt
Alle Antworten erfolgten spontan und ungeschützt, d. h. ohne Themenvorgabe oder Listenvorlage; Gesamtstichprobe n=400



Vermisste Angebote in Grevesmühlen

Unabhängig von der generellen Zufriedenheit mit dem Angebot konnten alle Interviewten Wünsche für zusätzliche Angebotsverdichtungen oder zur Schließung von Angebotslücken äußern.
Insgesamt äußerten ca. 68 % aller Befragten Wünsche für zusätzliche Geschäfte, Branchen oder Einrichtungen in Grevesmühlen, ein recht geringer Anteil von 24 % zeigte sich zufrieden mit der vorhandenen Infrastruktur und rd. 8 % äußerten sich nicht.

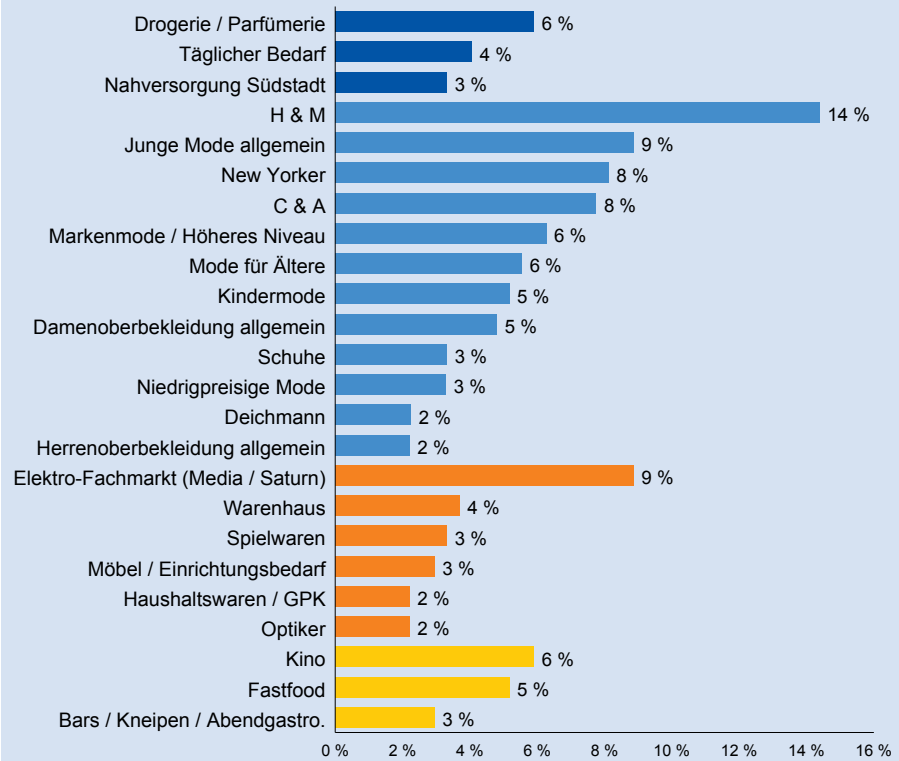
Vermisste Angebote betreffen in erster Linie den modischen Bedarf. Im Detail betrifft dies zuvorderst junge Mode, wobei explizit die Young Fashion-Handelsketten H&M und New Yorker gewünscht werden (14 bzw. 8 %). Eine tatsächliche Ansiedlung dieser Filialisten ist in Grevesmühlen jedoch unrealistisch, da die Stadt nicht den gängigen Mindestanforderungen bezüglich Einwohnerzahl und somit örtlichem Nachfragevolumen entspricht.

Auch Mode speziell für ältere Zielgruppen und Kinder wird vermisst. Allgemein wünschen sich 6 % der Befragten ein insgesamt hochwertigeres Modeangebot bzw. Markenniveau.

Angebotsdefizite bestehen zudem im periodischen Bedarf (u. a. Drogerie/Parfümerie), auch die Unterversorgung der Südstadt kommt zur Sprache. Im aperiodischen Bedarf wurde vor allem das Fehlen eines Elektro-Fachmarktes (u. a. Media Markt / Saturn) von 9 % angeführt.

Abgesehen von Einzelhandelsthemen stehen auch Freizeit- und Gastronomieeinrichtungen auf der Wunschliste, allen voran vermissen 6 % der Befragten ein Kino. Bezüglich Gastronomie wird explizit Fastfood angeführt sowie allgemein das Thema Bars und Abendgastronomie.

Angebotsdefizite in der Stadt Grevesmühlen
Teilstichprobe Innenstadt, n =271 (Befragte mit Angaben zu Defiziten); Mehrfachnennungen; Nennungen ab 2 %



3.8 Zentralität und Kaufkraftbindung des Grevesmühlener Einzelhandels

3.8.1 Einzelhandelszentralität

Definition

Die Einzelhandelszentralität ist eine dimensionslose Kennzahl, die den Saldo aus dem an einem Ort getätigten Umsatz im stationären Einzelhandel und der am gleichen Ort ansässigen ladenhandelsrelevanten Nachfrage abbildet.

Sie errechnet sich wie folgt: Umsatz/ Nachfrage x 100

Liegt die Kennzahl < 100, fließt per Saldo Kaufkraft aus dem Ort ab; ein Wert > 100 zeigt dementsprechend per Saldo einen Kaufkraftzufluss an. Die Gemeinde zieht also mehr Nachfrage aus dem Umland an, als sie dorthin abgibt. Bei der Zentralitätsberechnung wird nur die Nachfrage der ortsansässigen Bevölkerung, d. h. Haupzwohnsitzinhaber berücksichtigt.

Einzelhandelszentralitäten in Grevesmühlen

Dem in Grevesmühlen ansässigen ladenhandelsrelevanten Nachfragevolumen von rd. 49,6 Mio. Euro p. a. steht ein Gesamtumsatz im Gemeindegebiet von rd. 63,0 Mio. Euro p. a. gegenüber. Daraus errechnet sich über alle Branchen hinweg eine Zentralitätskennziffer von 127 (siehe nachfolgende Übersicht).

Der Aufbruch nach Warengruppen belegt deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen (Teil-)Sortimenten, die mit Ausnahme des Elektro/Technik- sowie Einrichtungsbedarfs positiv ausfallen.

Ladenhandelsrelevantes Nachfragevolumen, Umsatz und Zentralität Hauptwarengruppen und ausgewählte Teilsortimente in GVM

Warengruppen	Nachfragevolumen Mio. Euro p. a.	Umsatz (vorläufig) Mio. Euro p. a.	Zentralität (vorläufig)
Periodischer Bedarf	**28,8**	**40,4**	**140**
Aperiodischer Bedarf	**20,8**	**22,7**	**109**
davon:			
Modischer Bedarf	**5,1**	**6,2**	**121**
Teilsortiment Bekleidung	4,2	4,9	116
Teilsortiment Schuhe	0,9	1,3	146
Elektro/Technik	**3,7**	**2,3**	**62**
Bau/Garten/Heimwerken	**4,7**	**7,5**	**157**
Teilsortiment DIY	2,6	4,1	159
Teilsortiment Blumen / Pflanzen / Gartenbedarf	1,2	2,1	186
Übrige Teilsortimente	1,0	1,2	120
Einrichtungsbedarf	**3,7**	**2,1**	**55**
Teilsortiment Möbel und Leuchten	2,8	0,4	15
Ubrige Teilsortimente (u. a. Heimtextilien, Bodenbeläge)	0,9	1,6	176
Sonstige Hartwaren/ Persönlicher Bedarf	**3,6**	**4,7**	**130**
Teilsortiment GPK/HHW	0,6	0,9	148
Teilsortiment Bücher	0,7	0,8	122
Teilsortiment Spielwaren	0,3	0,4	134
Teilsortiment Schreibwaren	0,3	0,4	134
Teilsortiment Schmuck / Uhren	0,4	0,4	112
Übrige Teilsortimente	1,4	1,8	129
Einzelhandel gesamt	**49,6**	**63,0**	**127**

Quelle: Berechnungen BulwienGesa; Rundungsdifferenzen möglich

Das bedeutet, in allen anderen Warengruppen werden Umsatzüberschüsse erwirtschaftet. Üblicherweise wäre zu erwarten, dass Grevesmühlen als Mittelzentrum bei einer positiven Zentralität im periodischen Bedarf von 140 auch in den anderen Sortimenten ähnliche Kennziffern aufweist, was jedoch nicht der Fall ist.

Mit der Lage zwischen den (Ober-)zentren Lübeck, Schwerin und Wismar sowie der Nähe zum MEZ in Gägelow gelingt es in Grevesmühlen derzeit nicht, ein der Funktion als nachgeordnetes Mittelzentrum gerecht werdendes adäquates Angebot in allen Sortimenten vorzuhalten. Dies wird in besonderem Maße im Sortiment Elektro/Technik (Zentralität 62); nur kleinere Fachgeschäfte und Randsortimente in Lebensmittelmärkten) sowie im Einrichtungsbedarf (55) deutlich. Die Umsätze in dieser Warengruppe werden zu großen Teilen im Teilsortiment Bodenbeläge und Heimtextilien generiert. Die sehr geringe Zentralitätskennziffer 15 im Teilsortiment Möbel deutet darauf hin, dass lediglich ein sehr begrenztes Möbelangebot vorhanden ist. Es ist im Wesentlichen auf Gartenmöbel im Baumarkt sowie Rand-/ Aktionssortimente bei anderen branchenfremden Anbietern beschränkt und beruht in erster Linie auf der Tatsache, dass Grevesmühlen keine ausreichende Tragfähigkeit für einen Möbelvollsortimenter bietet.

3.8.2 Kaufkraftbindung in Grevesmühlen

Methodik

Die Analyse der Zentralitätsindices lässt zwar erste Rückschlüsse auf besondere Angebotsschwächen, aber auch gut ausgebaute Segmente des Grevesmühlener Einzelhandels zu; genaueren Aufschluss über den Umfang möglicher Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland und vice versa Abflüsse in das Umland gibt jedoch nur die Ermittlung der tatsächlichen Kaufkraftbindung, differenziert nach Hauptwarengruppen und Marktzonen.

Im Rahmen einer plausiblen Modellrechnung wurde hierbei unter Berücksichtigung der Kundenherkunft und des Einkaufsverhaltens die Umsatzrekrutierung des Grevesmühlener Einzelhandels ermittelt und daraus die tatsächlich erzielte Kaufkraftbindung des Grevesmühlener Einzelhandels sowohl im eigenen Stadtgebiet als auch in den Marktzonen 2 und 3 abgeleitet.

➞ Ausgaben privater Haushalte im Online- und Versandhandel sind aus dem Nachfragevolumen bereits vorab herausgerechnet und spielen bei der Berechnung der Kaufkraftbindung im stationären Ladenhandel insoweit keine Rolle.

Nachfolgende Übersicht erklärt als Synopse daraus die räumliche Herkunft des Umsatzes für jede Hauptwarengruppe und weist dabei die Kaufkraftbindung in den Marktzonen des Einzugsgebietes sowie zusätzlich auch den Anteil externer Streuumsätze aus.

Gegenwärtige Kaufkraftbindung in Grevesmühlen (Modellrechnung)										
Warengruppe*		Zone 1a Ortslage Grevesmühlen	Zone 1b Ortsteile Grevesmühlen	Zone 1a+b Grevesmühlen Total	Zone 2	Zone 3	EZG	Umsatzanteil Regionaler Streuzufluss	Umsatzanteil Über-regionaler Streuzufluss/ Touristen	Aktuelles Umsatz-potenzial
Periodischer Bedarf	Nachfragevolumen p. a.	24,6 Mio €	4,2 Mio €	28,8 Mio €	24,7 Mio €	33,9 Mio €	87,4 Mio €			
	Kaufkraftbindung	*81,2 %*	*78,0 %*	80,7%	32,0%	10,5%	39,7%			
	Gegenwärtiges Umsatzpotenzial p. a.	20,0 Mio €	3,2 Mio €	23,2 Mio €	7,9 Mio €	3,6 Mio €	34,7 Mio €	3,2 Mio €	2,5 Mio €	**40,4 Mio €**
Modischer Bedarf	Nachfragevolumen	4,3 Mio €	0,8 Mio €	5,1 Mio €	4,3 Mio €	6,0 Mio €	15,4 Mio €			
	Kaufkraftbindung	*68,7 %*	*64,2 %*	68,0%	30,5%	9,0%	34,6%			
	Gegenwärtiges Umsatzpotenzial p. a.	3,0 Mio €	0,5 Mio €	3,5 Mio €	1,3 Mio €	0,5 Mio €	5,3 Mio €	0,5 Mio €	0,3 Mio €	**6,2 Mio €**
Elektro/Technik	Nachfragevolumen	3,2 Mio €	0,6 Mio €	3,7 Mio €	3,2 Mio €	4,4 Mio €	11,2 Mio €			
	Kaufkraftbindung	*39,3 %*	*36,1 %*	38,8%	13,5%	4,3%	18,3%			
	Gegenwärtiges Umsatzpotenzial p. a.	1,2 Mio €	0,2 Mio €	1,4 Mio €	0,4 Mio €	0,2 Mio €	2,1 Mio €	0,1 Mio €	0,1 Mio €	**2,3 Mio €**
DIY/Garten/Sport	Nachfragevolumen	4,0 Mio €	0,7 Mio €	4,7 Mio €	4,0 Mio €	5,6 Mio €	14,3 Mio €			
	Kaufkraftbindung	*88,3 %*	*79,0 %*	86,9%	49,7%	10,0%	46,6%			
	Gegenwärtiges Umsatzpotenzial p. a.	3,6 Mio €	0,6 Mio €	4,1 Mio €	2,0 Mio €	0,6 Mio €	6,7 Mio €	0,6 Mio €	0,2 Mio €	**7,5 Mio €**
Einrichtungsbedarf	Nachfragevolumen	3,1 Mio €	0,6 Mio €	3,7 Mio €	3,2 Mio €	4,4 Mio €	11,2 Mio €			
	Kaufkraftbindung	*34,3 %*	*28,3 %*	33,4%	13,0%	4,2%	16,3%			
	Gegenwärtiges Umsatzpotenzial p. a.	1,1 Mio €	0,2 Mio €	1,2 Mio €	0,4 Mio €	0,2 Mio €	1,8 Mio €	0,2 Mio €	0,0 Mio €	**2,0 Mio €**
Hartwaren/Persönl.Bed	Nachfragevolumen	3,1 Mio €	0,5 Mio €	3,6 Mio €	3,1 Mio €	4,2 Mio €	10,9 Mio €			
	Kaufkraftbindung	*83,5 %*	*78,4 %*	82,7%	26,3%	7,8%	37,8%			
	Gegenwärtiges Umsatzpotenzial p. a.	2,6 Mio €	0,4 Mio €	3,0 Mio €	0,8 Mio €	0,3 Mio €	4,1 Mio €	0,3 Mio €	0,2 Mio €	**4,7 Mio €**
Alle Warengruppen	**Nachfragevolumen**	**42,3 Mio €**	**7,3 Mio €**	**49,6 Mio €**	**42,5 Mio €**	**58,4 Mio €**	**150,5 Mio €**			
	Kaufkraftbindung	***74,2 %***	***69,7 %***	***73,5 %***	***30,3 %***	***9,2 %***	***36,4 %***			
	Gegenwärtiges Umsatzpotenzial p. a.	**31,4 Mio €**	**5,1 Mio €**	**36,5 Mio €**	**12,9 Mio €**	**5,4 Mio €**	**54,7 Mio €**	**4,9 Mio €**	**3,3 Mio €**	**63,0 Mio €**
	Umsatzanteil	**49,8 %**	**8,1 %**	**57,9 %**	**20,5 %**	**8,5 %**	**86,8 %**	**7,8 %**	**5,3 %**	**100,0 %**

Quelle: Berechnungen BulwienGesa AG; Rundungsdifferenzen möglich

* Erläuterung siehe Seite 2

Umsatzrekrutierung

Über alle Warengruppen hinweg rekrutiert sich der Einzelhandelsumsatz in Grevesmühlen gegenwärtig in etwa wie folgt:

Umsatz in Grevesmühlen nach Zonen		
Umsatz aus	Umsatz in Mio. Euro p. a.	Umsatzanteil in %
Zone 1a	31,4	49,8
Zone 1b	5,1	8,1
∑ Stadtgebiet Zone 1a+1b	**36,5**	**57,9**
Zone 2	12,9	20,4
Zone 3	5,4	8,5
Regionale Streukunden	4,8	7,7
Überreg. Streuk./Touristen	3,5	5,5
∑ Grevesmühlen total	**63,0**	**100,0**

Knapp 60 % des Umsatzes würden demzufolge mit Grevesmühlener Kunden erzielt (Zonen 1 a und b) bzw. knapp 50 % mit Kunden aus der Ortslage Grevesmühlen selbst. Weitere ca. 20 % stammen aus der Zone 2 sowie etwa 9 % aus Zone 3. Rund 13 % tragen zudem externe Streukunden bei, worin neben regionalen Streukunden (ca. 7,7 %) auch die Umsätze durch überregionale Streukunden bzw. Touristen (ca. 5,5 %) enthalten sind. Sie spielen damit eine vergleichsweise niedrige Rolle im Einkaufsgeschehen.

Am wenigsten fallen externe Kunden im Sortiment Elektro/Technik sowie bei üblicherweise langlebigen Konsumgütern wie Möbeln ins Gewicht, obwohl diese Sortimente normalerweise eine erhöhte Reichweite haben. Das kleinteilige und damit ausstrahlungsschwache Angebot steht dem entgegen.

Kaufkraftbindung in der Ortslage Grevesmühlen (Zone 1a und b)

Nach Bereinigung um die aus Grevesmühlen abfließende Kaufkraft errechnet sich für die Ortslage Grevesmühlen (Zone 1a) eine Kaufkraftbindung von ø ca. 74,2 % über alle Warengruppen, d. h. von dem in der Ortslage Grevesmühlen ansässigen Nachfragevolumen von ca. 42,3 Mio. Euro p. a. werden ca. 31,4 Mio. Euro p. a. in der Stadt Grevesmühlen umgesetzt, der Rest fließt in die nähere oder weitere Umgebung ab. Zielort für Kaufkraftabflüsse ist neben den (über-)geordneten Zentren Lübeck, Schwerin und Wismar in erster Linie Gägelow mit dem EKZ "MEZ" sowie diversen weiteren Fachmärkten. Darüber hinaus dürfte im Einrichtungsbedarf Kaufkraft nach Rostock (u. a. Ikea), Bad Segeberg (u. a. Möbel Kraft) oder Wismar (u. a. Roller) abfließen.

Etwas geringere, der Struktur nach überwiegend ähnliche Kaufkraftbindungsquoten liegen in den Ortsteilen (Zone 1b) vor, in denen eine Bindungsquote von ca. 69,7 % erzielt wird. D. h. von dem Nachfragevolumen von rund 7,3 Mio. Euro p. a. werden ca. 5,1 Mio. Euro p. a. in Grevesmühlen umgesetzt. Die geringeren Bindungsquoten resultieren v. a. aus der Nähe der östlich vorgelagerten Ortsteile zu den Einkaufsalternativen insbesondere in Gägelow.

Die Eigenbindung der Stadt Grevesmühlen insgesamt (Zone 1a+b) beläuft sich auf ca. 73,5 % und liegt somit im unteren Wertebereich für Mittelzentren, die ab ca. 70 % Kaufkraftbindung beginnen.

Eine der höchsten Kaufkraft-Eigenbindungen wird in mit ca. 80,7 % im "Periodischen Bedarf" erzielt, d. h. der größte Teil der Nachfrage wird auch in Grevesmühlen umgesetzt. Da das Angebotsspektrum in Grevesmühlen gut ausgebaut ist und abgesehen von Real im MEZ keine überlegenen Einkaufsalternativen in der unmittelbaren Umgebung der

Stadt Grevesmühlen vorhanden sind, bestehen wenig Anlässe für gezielte Abflüsse.

In den Nonfood-Warengruppen liegen die Kaufkraft-Eigenbindungsquoten zwischen sehr geringen 33,7 % im Einrichtungsbedarf und sehr guten 86,9 % im Segment DIY/Garten/Sport.

Die geringen Kaufkraftbindungen im Einrichtungsbedarf sowie im Elektro/Technik-Bedarf (38,8 %) sind auf das gering ausgebaute Angebot zurückzuführen.

Die hohe Bindung im Bau-/Heimwerkersegment resultiert u. a. aus dem Vorhandensein des Extra Bau & Hobby-Marktes und des Baustoffzentrums Benthack. Ergänzend dazu bieten u. a. zwei Gärtnereien, der Kreihnsdörper Landmarkt sowie mehrere Blumengeschäfte Pflanzen, Dünger, Erden, Gartenbedarf und Schnittblumen an, woraus sich in der Summe ein vergleichsweise umfassendes Angebot ergibt.

Kaufkraftbindung in den EZG Zonen 2 und 3

Die Kaufkraftbindung des Grevesmühlener Einzelhandels in den Zonen 2 und 3 fällt aufgrund der zunehmenden Distanz naturgemäß geringer aus als in Zone 1 selbst und beläuft sich im Mittel auf ca. 30,3 % bzw. deutlich niedrigere 9,2 %.

Die Ursachen für die unterschiedlich hohen Kaufkraftbindungen der einzelnen Sortimente jeweils innerhalb einer EZG-Zone dürften prinzipiell die gleichen sein wie in Zone 1a und b.

Insbesondere im periodischen Bedarf bestehen in Zone 3 eigene Versorgungsstrukturen mit Supermärkten und/oder Discountern in Klütz, Boltenhagen oder Dassow.

Externe Kaufkraftzuflüsse

Das Gesamtvolumen externer Kaufkraftzuflüsse aus dem weiteren Umland sowie mit überregionalen Zufallskunden (Touristen) wird derzeit auf rd. 8,3 Mio. Euro p. a. geschätzt. Mit Letzteren werden davon ca. 3,5 Mio. Euro umgesetzt.

Dem Betrag nach entfällt der größte Umsatzanteil mit 5,7 Mio. Euro p. a. (davon ca. 2,5 Mio. Euro p. a. durch Touristen) auf das Sortiment Periodischer Bedarf und wird zu großen Teilen mit Durchgangskunden auf der B 105 sowie der L 02 nach Klütz / Boltenhagen generiert.

In den weiteren Warengruppen entfallen durchweg geringere Umsatzanteile auf externe Streukunden, da die Grevesmühlener Angebotsattraktivität nur begrenzt externe Streukunden zum Einkauf in der Stadt motivieren kann.

3.8.3 Marktspielräume in Grevesmühlen

Die Frage, ob und in welchen Branchen der Grevesmühlener Markt zusätzliche Verkaufsflächen verkraften kann oder ob ein Flächenausbau sogar wünschenswert ist, lässt sich aus folgender Kombination beantworten:

– Erhebung und Bewertung des bestehenden Ladennetzes
– Kundenwünschen zur Angebotsergänzung in Grevesmühlen

– Prüfung der bereits erzielten Kaufkraftbindung nebst Einschätzung von Potenzialreserven

Hinzu tritt bei einer in die Zukunft gerichteten Betrachtung eine Annahme über die Nachfrageentwicklung im Einzugsgebiet nebst der dort absehbaren Wettbewerbsentwicklung. Im Grevesmühlener Nah- und Kerneinzugsgebiet, das die Stadt selbst inkl. ihrer Ortsteile sowie die kleinen Umlandgemeinden umfasst, sind limitierende Effekte aus der lokalen Marktentwicklung leicht überschaubar. Außerhalb der Ortslage Grevesmühlen bestehen nur schwache Versorgungsstrukturen, ein Ausbau ist dort aufgrund geringer Einwohnerzahlen bzw. Nachfrage nicht zu erwarten. In der Ferneinzugsgebietszone 3 bestehen nennenswerte Angebotsstrukturen im Grundzentrum Klütz, in Boltenhagen sowie Dassow. Wettbewerbsentwicklungen des dortigen Angebotes sind nicht auszuschließen, derzeit jedoch nicht konkret bekannt.

Hinsichtlich des Nachfragevolumens hängt die lokale Entwicklung zunächst vom absehbaren Einwohnertrend sowie der weiteren Entwicklung des Kaufkraftniveaus ab. Einwohnerrückgänge können bis ca. -0,5 % p. a. im langfristigen Mittel durch leichte Steigerungen der Pro-Kopf-Ausgaben ausgeglichen werden; vorausgesetzt, die lokale Kaufkraftkennziffer bleibt weitestgehend stabil. Insoweit darf auch in Grevesmühlen trotz des prognostizierten Einwohnerrückgangs zumindest mittelfristig noch von einer konstanten Nachfrageplattform ausgegangen werden. Signifikante Nachfragezuwächse sind jedoch - abgesehen von eventuellen kurzfristigen konjunkturellen Impulsen - aus derzeitiger Sicht nicht zu erwarten.

Unter der Annahme einer künftig eher stagnierenden Nachfrageplattform können Umsatz- und damit Flächenspielräume in Grevesmühlen also weitgehend nur durch eine Steigerung der Kaufkraftbindung bzw. eine Erhöhung auswärtiger Zuflüsse begründet werden und müssten mit einer Schließung von Angebotslücken oder zumindest wahrnehmbaren Attraktivierung des Angebotes in den jeweiligen Branchen einhergehen.

Ableitung tragfähiger Umsatzpotenziale in den Hauptwarengruppen

Die Ableitung zeigt, welche Umsatzleistung in Grevesmühlen erzielbar ist, wenn als Benchmarks Kaufkraftbindungsquoten angesetzt werden, die von relativ freistehenden (d. h. nicht unmittelbar zu gleichrangigen oder übergeordneten Zentren benachbarten) kleineren Mittelzentren realistischerweise erzielbar sind. Hinzu kommt in begrenztem Umfang der Sonderfaktor "touristische Zuflüsse".
Die Gewichtung des erzielbaren Umsatzpotenzials mit auskömmlichen Raumleistungen führt zu einem tragfähigen Verkaufsflächengerüst.

Hierbei handelt es sich um einen Orientierungsrahmen. Er kann unterschritten werden, wenn es sich um eine eingeschränkt leistungsfähige Angebotsstruktur handelt oder wenn der Genre-Mix unausgewogen ist. Beispiel: In einer Branche fehlt das mittlere und gehobene Angebotssegment - dann wären die erzielbaren Kaufkraftbindungsquoten nicht ausgeschöpft und die vorhandene Verkaufsfläche möglicherweise trotzdem nicht wirtschaftlich ausgelastet, obwohl sie innerhalb des berechneten Rahmens liegt. Umgekehrt können überdurchschnittlich ausstrahlungsstarke Betriebe den Orientierungsrahmen auch ausweiten. Ebenso ist es möglich, dass bei niedrigen Kosten (z. B. einem niedrigen Mietniveau) auch eine Flächenproduktivität noch unterhalb der dargestellten Bandbreite und somit auch ein höherer Flächenrahmen tragfähig ist. Dieser Mechanismus kommt beim geplanten Nahversorgungszentrum am Bahnhof zum Tragen (vgl. Kap. 5). Der Betreiber ist dort zugleich Investor und Eigentümer und kann dem Ertrag aus laufendem Geschäftsbetrieb zusätzliche Mieteinnahmen zur Seite stellen.

Ableitung tragfähiger Umsatzpotenziale in den Hauptwarengruppen (Modellrechnung)											
Warengruppe*		Zone 1a Ortslage Greves-mühlen	Zone 1b Ortsteile Greves-mühlen	Zone 1a+b Greves-mühlen Total	Zone 2	Zone 3	EZG Total	Zuschlag Externer Zufluss (regionale Kunden)	Zuschlag Externer Zufluss (überreg. Kunden / Touristen)	Mögliches Umsatz-potenzial	Gegen-wärtiges Umsatz-potenzial	Bindungs-reserve Entwick-lungs-spielraum
Periodischer Bedarf	Nachfragevolumen p. a.	24,6 Mio €	4,2 Mio €	28,8 Mio €	24,7 Mio €	33,9 Mio €	87,4 Mio €					
	Ziel-Kaufkraftbindung	*86,0 %*	*79,0 %*	*85,0 %*	*35,0 %*	*11,0 %*	*42,1 %*					
	Erreichbares Umsatzpotenzial p. a.	21,2 Mio €	3,3 Mio €	24,5 Mio €	8,6 Mio €	3,7 Mio €	36,8 Mio €	3,4 Mio €	2,6 Mio €	**42,8 Mio €**	**40,4 Mio €**	**2,5 Mio €**
Modischer Bedarf	Nachfragevolumen	4,3 Mio €	0,8 Mio €	5,1 Mio €	4,3 Mio €	6,0 Mio €	15,4 Mio €					
	Ziel-Kaufkraftbindung	*75,0 %*	*70,0 %*	*74,3 %*	*35,0 %*	*15,0 %*	*40,2 %*					
	Erreichbares Umsatzpotenzial p. a.	3,2 Mio €	0,5 Mio €	3,8 Mio €	1,5 Mio €	0,9 Mio €	6,2 Mio €	0,6 Mio €	0,3 Mio €	**7,1 Mio €**	**6,2 Mio €**	**0,9 Mio €**
Elektro/Technik	Nachfragevolumen	3,2 Mio €	0,6 Mio €	3,7 Mio €	3,2 Mio €	4,4 Mio €	11,2 Mio €					
	Ziel-Kaufkraftbindung	*45,0 %*	*40,0 %*	*44,3 %*	*17,0 %*	*8,0 %*	*22,5 %*					
	Erreichbares Umsatzpotenzial p. a.	1,4 Mio €	0,2 Mio €	1,6 Mio €	0,5 Mio €	0,3 Mio €	2,5 Mio €	0,2 Mio €	0,1 Mio €	**2,8 Mio €**	**2,3 Mio €**	**0,5 Mio €**
DIY/Garten/Sport	Nachfragevolumen	4,0 Mio €	0,7 Mio €	4,7 Mio €	4,0 Mio €	5,6 Mio €	14,3 Mio €					
	Ziel-Kaufkraftbindung	*90,0 %*	*81,0 %*	*88,7 %*	*50,0 %*	*11,0 %*	*47,6 %*					
	Erreichbares Umsatzpotenzial p. a.	3,6 Mio €	0,6 Mio €	4,2 Mio €	2,0 Mio €	0,6 Mio €	6,8 Mio €	0,7 Mio €	0,2 Mio €	**7,7 Mio €**	**7,5 Mio €**	**0,3 Mio €**
Einrichtungsbedarf	Nachfragevolumen	3,1 Mio €	0,6 Mio €	3,7 Mio €	3,2 Mio €	4,4 Mio €	11,2 Mio €					
	Ziel-Kaufkraftbindung	*65,0 %*	*60,0 %*	*64,2 %*	*30,0 %*	*10,0 %*	*33,6 %*					
	Erreichbares Umsatzpotenzial p. a.	2,0 Mio €	0,3 Mio €	2,4 Mio €	0,9 Mio €	0,4 Mio €	3,8 Mio €	0,4 Mio €	0,1 Mio €	**4,3 Mio €**	**2,1 Mio €**	**2,2 Mio €**
Hartwaren/Persönl.Bed	Nachfragevolumen	3,1 Mio €	0,5 Mio €	3,6 Mio €	3,1 Mio €	4,2 Mio €	10,9 Mio €					
	Ziel-Kaufkraftbindung	*85,0 %*	*80,0 %*	*84,2 %*	*30,0 %*	*9,0 %*	*39,8 %*					
	Erreichbares Umsatzpotenzial p. a.	2,6 Mio €	0,4 Mio €	3,0 Mio €	0,9 Mio €	0,4 Mio €	4,3 Mio €	0,4 Mio €	0,3 Mio €	**5,0 Mio €**	**4,7 Mio €**	**0,3 Mio €**
Alle Warengruppen	**Nachfragevolumen**	**42,3 Mio €**	**7,3 Mio €**	**49,6 Mio €**	**42,5 Mio €**	**58,4 Mio €**	**150,5 Mio €**					
	Ziel-Kaufkraftbindung	***80,6 %***	***73,9 %***	***79,6 %***	***34,4 %***	***11,0 %***	***40,2 %***					
	Erreichbares Umsatzpotenzial p. a.	**34,1 Mio €**	**5,4 Mio €**	**39,5 Mio €**	**14,6 Mio €**	**6,4 Mio €**	**60,5 Mio €**	**5,6 Mio €**	**3,7 Mio €**	**69,7 Mio €**	**63,0 Mio €**	**6,7 Mio €**
	Umsatzanteil	**48,9 %**	**7,7 %**	**56,7 %**	**20,9 %**	**9,2 %**	**86,8 %**	**8,0 %**	**5,3 %**	**100,0 %**	**90,3 %**	**9,7 %**

Quelle: Berechnungen BulwienGesa AG; Rundungsdiferenzen möglich

* Erläuterung siehe Seite 2

Auf Grund dieser Einschränkungen ist eine Überschreitung des ausgewiesenen Flächenrahmens nicht a priori mit der Feststellung der "Unverträglichkeit" einer Entwicklung verbunden. Zumal es auch weitere Ventile geben kann: Der Abbau von Verkaufsflächen in Streu- oder Gewerbegebietslagen ist städtebaulich im Regelfall nicht "unverträglich" (es sei denn, die wohnungsnahe Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des periodischen Bedarfs würde beeinträchtigt). Ebenso verhält es sich, wenn es sich bei einer Neuentwicklung um die Verlagerung (und ggf. Erweiterung) eines bereits bestehenden Betriebes handelt, dessen Altstandort für eine Nachnutzung in der selben Branche nicht mehr in Frage kommt. In diesen Fällen ist die Netto-Umsatz- und Flächenzunahme stark reduziert. Beide Fälle treffen auf die Grevesmühlener Situation zu: Markant plant die Ersetzung seines abgängigen Marktes in der Innenstadt und Aldi beabsichtigt die Verlagerung seines Marktes vom Grünen Weg zurück in die Kernstadt.

=> Eine signifikante Überschreitung des rechnerisch tragfähigen Verkaufsflächenrahmens ist ein Indiz für zu erwartende Marktaustritte an anderer Stelle. Sicher ist dies jedoch nicht in jedem Falle und sie ist auch nicht gleichzusetzen mit einer städtebaulichen Unverträglichkeit. Hierzu bedarf es stets einer Einzelfallbetrachtung, wie sie im Anschluss an den Konzeptteil in Kap. 5 vorgenommen wird.

Alles in allem könnte in Grevesmühlen rechnerisch ein zusätzlicher Umsatzspielraum von etwa 6,7 Mio. Euro p. a. aus theoretisch steigerbarer Kaufkraftbindung und der Erhöhung externer Streuzuflüsse (auch durch Touristen) aktiviert werden.

Relative Schwerpunkte liegen v. a. im Einrichtungsbedarf (2,2 Mio. Euro p. a.) sowie in den Sortimenten Elektro/Technik (0,5 Mio. Euro p. a. und Modischer Bedarf (0,5 Mio. Euro p. a.). Geringere relative Entwicklungsspielräume bestehen im Sortiment DIY/Garten/Sport (ca. 0,2 Mio. Euro p. a.), Hartwaren/Persönlicher Bedarf (ca. 0,3 Mio. Euro p. a.) sowie im "Periodischen Bedarf" (ca. 2,5 Mio. Euro p. a.). Letzterer absorbiert jedoch den höchsten absoluten Umsatzspielraum, allerdings macht diese Branche auch rund die Hälfte des gesamten Nachfragevolumens aus. Nachfragespielräume im Periodischen Bedarf ergeben sich dabei aus einer Schließung der Deckungslücke im südlichen Stadtgebiet. Sie dürfte v. a. bei Berufspendlern durch die Autobahnnähe zu unnötigen Streuabflüssen in die umliegenden Oberzentren führen.

Die durchschnittliche Kaufkraftbindung stiege dabei:

–	in Zone 1a (Ortslage GVM)	von ca.	74 %	auf ca.	81 %,
–	in Zone 1b (Ortsteile GVM)	von ca.	70 %	auf ca.	74 %
–	in Zone 1 Total	von ca.	74 %	auf ca.	80 %
–	in Zone 2	von ca.	30 %	auf ca.	34 %
–	in Zone 3	von ca.	9 %	auf ca.	11 %

Damit könnte über alle Branchen hinweg der rechnerische Zielumsatz in Grevesmühlen auf etwa 69,7 Mio. Euro p. a. geschätzt werden, gegenüber gegenwärtig rund 63 Mio. Euro p. a.

Nachfolgende Übersicht leitet daraus anhand tragfähiger Flächenauslastungen eine nach Branchen differenzierte Ziel-Verkaufsfläche ab. Unter der Annahme, dass sie mit leistungsfähigen Anbietern belegt ist und ein den Möglichkeiten des Standortes entsprechendes umfassendes Angebotsspektrum beinhaltet, kann sie unter den vorgenannten Einschränkungen als Orientierungsgröße für die weitere Einzelhandelsentwicklung dienen.

Ableitung tragfähiger Flächenpotenziale in Grevesmühlen								
Warengruppe	Soll-Umsatz Mio.Euro p. a.	Soll-Auslastung Euro/qm VKF		Rechnerisch tragfähige VKF qm		Vorhandene VKF qm	Flächenreserve VKF qm	
		von	bis	von	bis		min.	max.
Periodischer Bedarf	42,8	3.800	4.000	10.708	11.272	10.580	128	692
Modischer Bedarf	7,1	2.000	2.200	3.224	3.547	2.820	404	727
Elektro/Technik	2,8	3.900	4.500	628	724	590	38	134
DIY/Garten/Freizeit	7,7	1.100	1.200	6.404	6.987	6.120	284	867
Einrichtungsbedarf	4,3	1.000	1.500	2.845	4.268	1.840	1.005	2.428
Hartwaren/Persönl.Bed.	5,0	2.800	3.000	1.679	1.799	1.490	189	309
Einzelhandel gesamt	**69,7**	**2.736**	**2.439**	**25.489**	**28.596**	**23.440**	**2.049**	**5.156**

Quelle: Berechnungen BulwienGesa AG

Zusammengenommen ermittelt sich für Grevesmühlen daraus über alle Warengruppen hinweg rechnerisch ein zusätzliches Verkaufsflächenpotenzial in einem Korridor von ca. 2.050 bis 5.150 qm.

Die VKF-Reserven im Einzelnen:

– Periodischer Bedarf
Es besteht eine begrenzte rechnerische Flächenreserve von bis zu ca. 700 qm für Objektanpassungen, die durch die Markant- und Aldi-Verlagerungen in Verbindung mit den dort geplanten Vergrößerungen der Verkaufsflächen weitgehend absorbiert und mit +1.100 qm nominal überschritten werden würde. Dies lässt sich jedoch überwiegend durch eine gegenüber den aufgegebenen Flächen niedrigere Auslastung erklären.

– Modischer Bedarf
Im modischen Bedarf sind die Discount- und Preiseinstiegslagen bereits gut besetzt, sodass die rechnerischen Flächenspielräume von bis zu etwa 730 qm vorrangig im mittleren und gehobenen Genre bestehen. Dies wird auch durch die Aussagen bzw. Wünsche in der Kundenbefragung bestätigt.

– Elektro/Technik
Der Grevesmühlener Besatz besteht vorwiegend aus kleineren Fachgeschäften sowie Randsortimenten in Lebensmittelmärkten. Die errechneten Flächenspielräume liefern keine Basis für die Ansiedlung eines eigenständigen Elektro-Fachmarktes wie er von vielen Kunden gewünscht wird. Es dürften lediglich kleinere Objektanpassungen der Fachgeschäfte tragfähig sein.

– DIY/Garten/Freizeit
Dieses Sortiment weist schon derzeit die höchsten Bindungsquoten in Grevesmühlen auf, weshalb für diese flächenextensive Hauptwarengruppe nur vergleichsweise geringe Ansiedlungsspielräume von max. etwa 850 qm VKF ermittelt werden. Potenzial birgt hierbei v. a. das Teilsortiment Sport-Hardware (hierzu gehören auch Fahrräder). Es ist jedoch zu beachten, dass insbesondere im Teilsegment Garten zum Teil saisonale Schwankungen der aktiven Verkaufsflächen bestehen.

– Einrichtungsbedarf
Die größten Flächenreserven entfallen mit rechnerisch rund 2.400 qm auf den Einrichtungsbedarf. Während das Angebot in den Teilsortimenten Bodenbeläge und Heimtextilien in Grevesmühlen bereits gut ausgebaut ist, besteht ein erhebliches Angebotsdefizit im Möbelsegment, das von einigen Randsortimenten abgesehen, de facto nicht vorhanden ist. Aufgrund der Konzentrationsprozesse in diesem Segment und der steigenden Reichweitenanforderungen an entsprechende Neustandorte sind dem Potenzial dennoch Grenzen gesetzt. Die Neuansiedlung eines Möbelhauses dürfte trotz gewisser Flächenspielräume relativ un-

wahrscheinlich sein, zumal die ausgewiesene Flächenreserve mit den Maßstäben des Möbelhandels gemessen lediglich einen Kleinbetrieb zuließe, welcher ein umfassendes Möbelsortiment jedoch gar nicht darstellen kann. Hierfür sind als Richtgröße etwa 10.000 qm VKF erforderlich.– Hartwaren/Persönlicher Bedarf: Im Hartwarensegment bestehen rechnerische Spielräume von insgesamt etwa max. 300 qm v. a. für die Teilsegmente Uhren/ Schmuck, Optik, Sanitätswaren und aperiodischen Zoobedarf (Gebrauchsgüter). Vor dem Hintergrund der demografischen Situation in Grevesmühlen mit deutlichen Überalterungstendenzen, dürften den "gesundheitsfördernden" Sortimenten zukünftig eine noch wichtigere Bedeutung zukommen mit entsprechenden Markt- und Flächenspielräumen.

Fazit

Grundsätzlich bestehen rechnerisch tragfähige Flächenpotenziale in einem Gesamtkorridor von ca. 2.050 bis 5.150 qm, die warengruppenabhängig unterschiedlich hoch ausfallen. Nennenswerte Spielräume liegen vor allem noch im Periodischen Bedarf sowie rechnerisch im Möbel/Einrichtungsbedarf vor. Erstere würden infolge der geplanten Verlagerung von Aldi und Markant weitgehend absorbiert werden. Die auf den Möbel/Einrichtungsbedarf entfallenden, im Vergleich absolut höchsten Spielräume sind trotz des bestehenden Angebotsdefizites in Grevesmühlen für die Ansiedlung eines Möbel-Vollsortimenters jedoch nicht ausreichend und insoweit eher theoretischer Natur.

4 KONZEPTTEIL

4.1 Zusammenfassung der Ausgangslage und Implikationen der zukünftigen Einzelhandelssteuerung

Nachfrage in Grevesmühlen

Gegenwärtig zählt die Stadt Grevesmühlen rund 10.650 Einwohner, davon ca. 86 % in der Ortslage Grevesmühlen selbst. In den vergangenen Jahren lag eine recht stabile Einwohnerentwicklung vor, jedoch setzte 2007 eine leicht rückläufiger Verlauf ein (insgesamt -3,2 % im Betrachtungszeitraum von 2003 bis 2010). Laut aktueller Bevölkerungsprognose der Bertelsmann Stiftung ist mit Basisjahr 2009 bis 2030 mit einer Fortsetzung des rückläufigen Trends (ca. - 9,6 % bzw. ca. 0,5 % p. a.) zu rechnen. Zahlen des Statistischen Amtes M.-V. liegen für Grevesmühlen nicht vor, für den Kreis Nordwestmecklenburg wird durch das Statistische Amt jedoch ebenfalls eine Rückgang prognostiziert (ca. -6,0 %). Im Ausblick dürfte sich in Grevesmühlen die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate der ladenhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben und der prognostizierte jährliche Einwohnerrückgang mit je ca. 0,5 % p. a. gegenseitig neutralisieren, sodass zumindest mittelfristig noch von einer nominal stabilen Nachfrageplattform ausgegangen werden kann. Real ist ein Rückgang in Höhe der Preissteigerungsrate ins Kalkül zu ziehen.

Berufseinpendler mit Arbeitsort in Grevesmühlen sorgen einerseits für Kaufkraftzuflüsse, während zugleich durch Berufsauspendler Kaufkraftabflüsse aus Grevesmühlen generiert werden. Da Grevesmühlen eine wichtige Funktion als Arbeitsort übernimmt, liegt ein deutlich positiver Pendlersaldo von ca. 650 vor. Hauptzielorte für Auspendler (derzeit ca. 2.430) sind Lübeck, Schwerin und Wismar. Einpendler (derzeit ca. 3.080) empfängt Grevesmühlen vorwiegend aus dem ländlichen Umland.

Das für den stationären Ladenhandel relevante Nachfragevolumen in Grevesmühlen beläuft sich bei der örtlichen Kaufkraftkennziffer von 80,3 auf rund 49,6 Mio. Euro.

Einzelhandel in Grevesmühlen

Der aktive Verkaufsflächenbestand in Grevesmühlen umfasst ca. 23.400 qm verteilt auf 115 Verkaufsstellen, davon ca. 5.000 qm in 65 Verkaufseinheiten innerhalb der Innenstadt.

Grevesmühlen liegt mit einer Pro-Kopf-Verkaufsflächenausstattung von ca. 2,2 qm/Einwohner einerseits deutlich über dem Bundesdurchschnitt (ca. 1,4 qm Einwohner), andererseits fällt die Flächendichte im aussagekräftigeren regionalen Vergleich der Mittelzentren Mecklenburg-Vorpommerns (ø 2,5 qm/EW) sogar etwas unterdurchschnittlich aus. Insofern ist der Wert als regionaltypisch zu bewerten.

Der Einzelhandelsumsatz in Grevesmühlen wird auf gegenwärtig ca. 63 Mio. Euro p. a. taxiert. In Verbindung mit der Gesamtverkaufsfläche beläuft sich die Gesamt-Auslastung auf ca. 2.700 Euro je qm Verkaufsfläche p. a. Dieser allgemein niedrige Wert korrespondiert jedoch mit der hohen Flächendichte und lässt die Stadt zudem einen unauffälligen Platz im Mittelfeld mecklenburg-vorpommerscher Zentren im Küstenhinterland einnehmen.

In der Innenstadt mit dem Schwerpunkt auf kleinteiligen und somit flächenintensiven Betrieben werden höhere VKF-Auslastungen (ca. 3.700 Euro/qm VKF p. a.) erreicht. Einige Filialisten sind dort zwar auch ansässig, standortprägend sind jedoch kleinere bis mittlere inhabergeführte Fachgeschäfte.

Wesentliche Einzelhandelslagen im Stadtgebiet sind neben dem führenden Hauptgeschäftsbereich Innenstadt (rd. 18,5 Mio. Euro Umsatz p. a. bzw. knapp 30 % Marktanteil) der innenstadtnahe Verbundstandort aus u. a. einem Sky-Verbrauchermarkt und Kik-Textildiskont (am Schnittpunkt Klützer Straße/Badstüberbruch), der Verbundstandort Klützer Straße am nördlichen Stadtrand (u. a. Norma-Discounter und Marktkauf als umsatzstärkster und flächengrößter Lebensmittelmarkt im Stadtgebiet).

Daneben bestehen in siedlungsstruktureller Randlage die Lebensmittel-Discounter Aldi und Penny sowie u. a. Benthack-Baustoffe im Gewerbegebiet Ost. Im Gewerbegebiet Kapellenberg / Ton Weide sind zudem weitere Anbieter aus dem Segmenten DIY/Garten und Einrichtungsbedarf aktiv.

In Streulage agieren u. a. die solitären Lebensmittel-Discounter Lidl und Netto, die wichtige Nahversorgungsfunktionen für die umliegenden Wohngebiete übernehmen. Ansässig sind dort des Weiteren flächenextensive Anbieter wie der Extra Bau- und Hobbymarkt als einziger Baumarkt im Stadtgebiet und Gärtnereien.

Die wohnortnahe Versorgung mit Gütern des periodischen Bedarfs ist mit Ausnahme der Südstadt, wo keine Nahversorgungsstrukturen bestehen, gewährleistet. Im östlichen sowie im äußersten westlichen Stadtgebiet sind fußläufig jedoch "nur" Discounter erreichbar.
Diese Schieflage dürfte gegenwärtig v. a. von Auspendlern Kaufkraft-Abflüsse forcieren.

Die Kundenbefragung zeigt, dass nur begrenzte Kopplungsintensitäten zwischen der Innenstadt und den weiteren Einkaufsbereichen bestehen, insbesondere mit den Anbietern im Gewerbegebiet Ost bestehen nur geringe Verflechtungen.

Einzugsgebiet, Umland-Wettbewerb und Kaufkraftbindung

Das Einzugsgebiet Grevesmühlens beinhaltet neben der Stadt selbst (Zonen 1a und b) das ländliche Umland (etwa innerhalb eines Dreiecks zwischen den Gemeinden Dassow im Westen, Hohenkirchen im Nordosten und Mühlen Eichsen im Süden), das nach der Intensität der Marktdurchdringung in die Kernzone 2 und die Fernzone 3 nochmals abgestuft ist. In toto umfasst das Einzugsgebiet rd. 32.300 Einwohner. Die im Vorgängerkonzept der Cima GmbH aus dem Jahr 2003 enthaltene Abgrenzung des Einzugsgebietes konnte mit geringen Abweichungen in etwa bestätigt werden.

Deutlich limitiert wird die Marktdurchdringung und somit das Einzugsgebiet im Osten durch das Einkaufszentrum MEZ in der Wismar vorgelagerten Gemeinde Gägelow. Dieses ist der bedeutendste Wettbewerbsstandort der Region mit umfangreichen Angebotsstrukturen in allen Warengruppen. Insbesondere im Nonfood-Segment dürften Filialisten diesen Magnetstandort gegenüber einer Ansiedlung in Grevesmühlen präferieren. Im periodischen Bedarf bestehen innerhalb der EZG-Zone 3 eigene Nahversorgungsstrukturen mit Lebensmittelmärkten in Klütz, Boltenhagen und Dassow.

Die Kaufkraftbindung des Grevesmühlener Einzelhandels beläuft sich innerhalb der Stadt selbst über alle Warengruppen derzeit auf rund 74 % (ca. 74,2 % in der Ortslage Grevesmühlen bzw. ca. 69,7 % in den Ortsteilen), auf rund 30 % in der Zone 2 und rund 9 % in Zone 3, letztere fällt wegen der vorhandenen Eigenausstattung in Zone 3 gering aus.

Deutliche Unterschiede der Kaufkraftbindung liegen innerhalb der Hauptwarengruppen vor. Die gering ausgeprägten Angebotsstrukturen in den Warengruppen Elektro/Technik und Einrichtungsbedarf führen dazu, dass in diesen Segmenten deutlich geringere Bindungsquoten als in den übrigen Warengruppen erzielt werden, die den Ansprüchen an ein Mittelzentrum nicht gerecht werden.

Die aktuellen Kaufkraftbindungen legen grundsätzlich über alle Warengruppen weiteres Bindungspotenzial offen, sodass infolgedessen zusätzlich tragfähige Verkaufsflächenreserven in Grevesmühlen bestehen.

Ansiedlungsspielräume in Grevesmühlen

Mögliche zusätzliche Umsatzpotenziale und daraus über wirtschaftliche Flächenproduktivitäten abgeleitete zusätzliche Verkaufsflächenspielräume werden rechnerisch, in Abhängigkeit der zugrunde gelegten Flächenauslastungen, auf einen Korridor von rd. 2.050 bis 5.150 qm geschätzt.

Davon:
- ca. 130 bis 700 qm für Periodischen Bedarf
  (v. a. für Objektanpassungen der bestehenden Lebensmittelmärkte);
- ca. 400 bis 730 qm für Modischen Bedarf
  (v. a. mittleres Genre, Markenmode);

- ca. 40 bis 130 qm für Elektro/Technik
  (v. a. Objektanpassungen der Fachgeschäfte, Randsortimente);
- ca. 280 bis 870 qm für Bau-/Heimwerker/Garten/Sportbedarf
  (u. a. Sport-Hardware wie Fahrräder);
- ca. 1.000 bis 2.430 qm für Einrichtungsbedarf
  (v. a. im Teilsegment Möbel);

- ca. 190 bis 310 qm für Hartwaren/Persönlicher Bedarf
  (u. a. Sanitätswaren, Zoobedarf, Optik, Schmuck).

Trotz der Spielräume im Sortiment Wohnmöbel/Einrichtungsbedarf dürfte die Ansiedlung eines zeitgemäßen Einrichtungshauses in Grevesmühlen aufgrund der typischen Flächenanforderungen und notwendigen Reichweite – die für einen tragfähigen Betrieb notwendige Reichweite ließe sich nicht aus der Stadt und dem Einzugsgebiet erklären – unwahrscheinlich sein.

Die o. g. rechnerischen Flächenreserven im periodischen Bedarf würden durch die Verlagerungsvorhaben Aldi und Markant an den Bahnhof weitgehend absorbiert.

Zusätzliche Verkaufsflächen könnten durch eine in Rede stehende Vergrößerung des Frischemarktes Boost in der August-Bebel-Straße um 80 qm sowie durch einen Neubau am Standort der ehem. Sparkasse mit ca. 800 qm VKF entstehen.

4.2 SWOT-Analyse Innenstadt

Die Marktanalyse und Konzeptempfehlungen zum Einzelhandelsstandort Grevesmühlen, insbesondere jedoch auch zum innerstädtischen Geschäftszentrum, sind auf der öffentlichen Informationsveranstaltung im Rahmen des "2. Treffens der Gewerbetreibenden" am 28. Januar 2013 rege diskutiert worden. Die Teilnehmer vertieften teilweise die gutachterlichen Befunde, teilweise wurden auch zusätzliche Gesichtspunkte ins Spiel gebracht.

Wesentlichen Raum nahm zudem die Präsentation der bereits eingeleiteten sowie für 2013 geplanten Aktivitäten des Stadtmarketings ein, welche seit dem 1. Januar mit der Tourismusförderung zusammengelegt sind.

Die vorgetragenen und diskutierten Gesichtspunkte sowie die aus Teilnehmerkreisen angeregten vordringlichen Maßnahmen zur Innenstadtstärkung sind nachstehend synoptisch zusammengefasst.
Überschlägig ist zu konstatieren, dass die Stärken der Innenstadt städtebaulich vor allem im weitgehend sanierten und intakten Stadtbild, der kompakten und recht klar akzentuierten Hauptgeschäftslage sowie in einem noch relativ umfassenden und gut durchmischten Fachhandelsspektrum liegen. Handicaps sind ihre kleinteilige Flächenstruktur, damit verbunden das Fehlen größerer und aufkommensstarker Ankerbetriebe nebst einer niedrigen Kundenfrequenz sowie die Unmöglichkeit, einen Lebensmittelvollsortimenter im Hauptgeschäftszentrum zu platzieren. Ferner belasten der fehlende direkte Zugang zum Hauptverkehrsträger B 111 sowie eine nicht optimale verkehrliche Erschließung. Leerstände und eine nicht unerhebliche Fluktuation belasten die Situation ebenfalls.

Chancen liegen in einer weiteren Optimierung und Intensivierung von Stadtmarketinginstrumenten, einer Optimierung der Verkehrserschließung und der Stellplatzorganisationsowie im Vorhandensein räumlicher Entwicklungspotenziale - wenngleich diese nicht für aufkommensstarke Magnetanbieter geeignet sind und auch die Problematik des fehlenden innerstädtischen Lebens-Vollsortimenters mit den verfügbaren Flächenpotenzialen nicht gelöst werden kann.

Wesentliche Risiken sind in einer eingeschränkten Belastbarkeit der innerstädtischen Handelsstruktur sowie der Bewältigung der Neuentwicklung der abgängigen Markant-Fläche zu sehen - Chance und Risiko liegen besonders in diesem Punkt nahe beieinander.

SYNOPSE SWOT-Analyse Innenstadt

Stärkende Effekte
- Kompakter Einkaufsbereich, recht klare A-Lagen-Ausprägung
- Stadtbild - städtebauliche Gestaltung
- Gesamtangebot noch recht ausgewogen
- Entwicklungspotenziale vorhanden
  (wenngleich nicht für alle relevanten Branchen)

Schwächende Effekte/ Handlungsbedarf
- Leerstandsbildung und erhöhte Fluktuation auch in der Hauptlage - "Fingerspitzengefühl" bei der Nachnutzung erforderlich
- Wenig marktgerechte Ladenflächen - kleinteilige Struktur
- Kein geeigneter Standort für vollsortierten Lebensmittelmarkt
- Recht niedrige Frequentierung
- Verkehrsführung nicht optimal - Verkehrsbelastung
- Stellplatzausstattung, -zuordnung-?

Konfliktpotenzial: Verkehrsführung vs. Verkehrsbelastung?

Vordringliche bzw. zusätzliche zu den von den Gutachtern bisher vorgeschlagenen Maßnahmen zur Stärkung/zum Schutz der Innenstadt:
- Stellpätze: Parkleitsystem installieren, gebührenfreie halbe Stunde, stärker kommunizieren, Rückerstattung von Parkgebühren prüfen, mehr innenstadtnahe unbewirtschaftete Stellplätze für Langzeitparker.
- Flächenstruktur: Beratung der Immobilieneigentümer, Flächenzusammenlegungen wo es möglich ist, forcieren.
- Vereinbarung auf Kernöffnungszeiten, Ausweitung am Sa prüfen.
- Serviceeinrichtungen: Längere WC-Öffnung, 2. WC-Standort prüfen.
- Aldi-Verlagerung: Zentrenrelevanten Einzelhandel auf Altstandort ausschließen.
- Geplantes Nahversorgungszentrum am Bahnhof: Entwicklung eines innenstadtverträglichen Sortimentskonzeptes
- Stadtmarketing: Breite Nutzung der Darstellungsmöglichkeiten (Online-Auftritt) durch Handel, Gastronomie + Dienstleister. Transport und Pflege der Marke "Piratenstadt" auch in die Innenstadt.
- Längerfristige Zielsetzungen:
  - Stärkere Partizipation am Bädertourismus - ein Besuch in Grevesmühlen sowie die Nutzung der Stadt als Versorgungsstandort im Hinterland sollte obligatorisch werden.
  - Gesamtstandort Grevesmühlen durch forcierte Erschließung attraktiver Baugebiete attraktivieren => lokale Nachfrageplattform stärken.

Verkehrlich ist zumindest aus Gutachtersicht die Erschließung der Innenstadt nach Rücknahme des vor zwei Jahren zunächst eingeführten neuen Verkehrskonzeptes weiterhin nicht optimal gelöst.

Die von den Teilnehmern vorgeschlagenen Maßnahmen zur Innenstadtstärkung sind in den Empfehlungskatalog des Konzeptteils eingearbeitet.

4.3 Zentrale Versorgungsbereiche in Grevesmühlen
(siehe zur Darstellung und Lage Kap. 3.4)

So genannte "zentrale Versorgungsbereiche" (ZVB) bezeichnen in der Regel die gewachsenen innerstädtischen Hauptgeschäftslagen sowie ggfs. auch nachgeordnete Stadtteil- und Nahversorgungszentren. Das Schutzbedürfnis solcher zentralen Lagebereiche gegenüber großflächigen Einzelhandelsentwicklungen außerhalb davon ist im Grunde nicht neu, sondern im § 11.3 BauNVO sowie in den Landesraumordnungsprogrammen der Bundesländer seit vielen Jahren thematisiert. Zwischenzeitlich fand dieser Begriff Eingang in weitere gesetzliche Regelungen wie z. B. seit 2004 den § 34 (3) BauGB, welcher die Zulässigkeit von Vorhaben im unbeplanten Innenbereich nunmehr auch davon abhängig macht, dass davon "keine schädlichen Auswirkungen" auf zentrale Versorgungsbereiche ausgehen dürfen - was durch die Vorhabenträger z. B. durch ein Fachgutachten nachzuweisen wäre.

Diese Vorschrift ist vor allem für großflächige Einzelhandelsentwicklungen relevant. Auch das kommunale Abstimmungsgebot § 2 (2) BauGB operiert mit diesem Begriff, ebenso der § 9 (2a) BauGB, welcher die Möglichkeit von vereinfachten Bebauungsplänen im nicht überplanten Innenbereich regelt und schließlich seit 2007 auch der überarbeitete § 1 (6) Nr. 4 BauGB, wonach bei der Aufstellung von Bebauungsplänen die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche zu berücksichtigen ist.

Die Landesraumordnungsprogramme der Länder verweisen mehr oder weniger verbindlich großflächige Einzelhandels-Neuansiedlungen mit "zentrenrelevanten" Sortimenten in die zentralen Versorgungsbereiche. Entsprechende raumordnerische Zielsetzungen finden sich auch im Landesraumentwicklungsplan Mecklenburg-Vorpommern 2005.

Dort heißt es im Kapitel 4.3.2 "Großflächige Einzelhandelsvorhaben"; Absatz (4) "Zentrenrelevante Sortimente" (S. 37):

– *"Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten sind nur an städtebaulich integrierten Standorten zulässig.*
Bei Standortentwicklungen außerhalb der Innenstadt ist nachzuweisen, dass diese die Funktionsentwicklung und Attraktivität der Innenstadt nicht gefährden."

Insoweit sind Einzelhandelsobjekte innerhalb zentraler Versorgungsbereiche grundsätzlich privilegiert, weil die Schutzvorschriften sie zumindest theoretisch vor Verdrängungswettbewerb durch neu entwickelte Objekte außerhalb zentraler Versorgungsbereiche bewahren. Dies kann vor allem im Segment der Lebensmittelmärkte durchaus zur Folge haben, dass auch unterdimensionierte oder aus sonstigen Gründen nicht mehr marktgerechte Objekte weiterhin Anschlussvermietungen finden, weil entweder eine Verlagerung in ein marktgerecht gestaltetes Objekt außerhalb des Zentrums nicht möglich ist oder weil es mangels Wettbewerbs auch weiterhin noch wirtschaftlich betrieben werden kann.

Die in der Vergangenheit häufig diffusen Vorstellungen über die konkrete Ausdehnung eines Zentrums müssen zwangsläufig kleinräumig, d. h. letztlich auch grundstücksscharf, konkretisiert werden, um diesen Begriff auch mit Leben erfüllen zu können.
Erschwerend hierbei ist, dass es bislang keine Legaldefinition über die Beschaffenheit eines zentralen Versorgungsbereiches gibt.

Die Rechtsprechung gibt hierfür lediglich Hinweise. Eine Funktionsbeschreibung des BVerwG (Az 4C 7.07/11. Oktober 2007) lautet wie folgt:

"Zentrale Versorgungsbereiche sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Sie können sich sowohl aus planerischen Festlegungen als auch aus den tatsächlichen Verhältnissen ergeben."

Diese Beschreibung lässt Auslegungsspielräume zu, welche durch die vorstehend aufgeführte Charakterisierung im Landesraumentwicklungsplan Mecklenburg-Vorpommern gefüllt sind. Demnach muss es sich bei zentralen Versorgungsbereichen um städtebaulich und siedlungsstrukturell integrierte Standorte handeln.

Einzelne Fachmärkte oder Fachmarktzentren können keine zentralen Versorgungsbereiche sein; Shopping-Center mit einem umfassenden Nutzungsmix hingegen möglicherweise schon, sofern sie das Kriterium der städtebaulichen Integration erfüllen.

Bei Nahversorgungszentren setzt sich die Auffassung durch, dass sie zwar durchaus einen im Wesentlichen nur fußläufigen Einzugsbereich haben dürfen (BVerwG 4C 2.08), jedoch trotzdem eine gewisse Mindestsubstanz aufweisen müssen - häufig werden rund 1.000 qm Verkaufsfläche zur Orientierung genannt.

Ausschließlich kleinflächige Ladengruppen und Geschäftsansammlungen mit insgesamt geringer oder wenig die Mindest-VKF überschreitender Substanz und dabei unzureichender Nutzungsmischung weisen insoweit keine hinreichende Eignung für eine Einstufung als zentraler Versorgungsbereich auf.
Bei der kleinräumigen Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen werden von BulwienGesa zudem folgende Kriterien berücksichtigt:

- Art der Nutzungsstruktur
  (Einzelhandelsdichte, Multifunktionalität, Dichte publikumswirksamer Erdgeschossnutzungen)
- Bebauungsstruktur (baulicher Zusammenhang)
- Verkehrliche Erschließung innerhalb des Zentrums
- Gestaltung von Raum und Infrastruktur
- Potenzielle Barrieren und Zäsuren wie Bahntrassen usw.

Zudem muss die Kompatibilität zur Bauleitplanung gewährleistet sein. Reine Wohngebiete, Gewerbe- oder Industriegebiete kommen als zentrale Versorgungsbereiche nicht in Betracht; geeignet sind dagegen Kern-, Misch- oder Sondergebiete und in Nahversorgungszentren auch besondere Wohngebiete. Ein verbindlicher Kriterienkatalog existiert jedoch nicht, weshalb sich bei der Bestimmung und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche zwangsläufig gewisse Unschärfen ergeben. Wichtig ist jedoch, im Untersuchungsraum nach einheitlichen und transparenten Kriterien vorzugehen, um willkürliche Festlegungen auszuschließen. Hervorzuheben ist, dass es sich bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche um eine objektive Tatsachenfeststellung handelt, welche damit auch gerichtlich überprüfbar ist.

Der gestalterische Wille der Gemeinde spielt nur insoweit eine Rolle, als künftige Erweiterungsflächen, welche in der Gegenwart noch keine zentrenadäquaten Nutzungen aufweisen, bei Einleitung entsprechender Planungsabsichten bereits im Vorgriff in einen zentralen Versorgungsbereich einbezogen werden können. Bereits vorhandene zentrale Versorgungsbereiche sind ein Faktum und entziehen sich dem politischen Willen.
Diesen Kriterien folgend sind nach der Erhebung der Erdgeschossnutzungen die zentralen Versorgungsbereiche in Grevesmühlen bestimmt und im Detail mit der Stadt Grevesmühlen räumlich abgegrenzt worden. Im Einzelnen sind dies die bereits in Kap. 3.4 aufgeführten und charakterisierten Standorte.

- ZVB Innenstadt Grevesmühlen als Hauptzentrum
- ZVB Innenstadt-Ergänzungsbereich Sky/Kik mit Schwerpunkt Nahversorgung

Nur dort finden sich städtebaulich integrierte, hinreichend zusammenhängende Geschäftssubstanzen bei gleichzeitig hoher Nutzungsdurchmischung. Die Lagebereiche Markant/Norma in der Klützer Straße am nördlichen Stadtrand sowie die Einzelhandelsagglomeration im Gewerbegebiet Ost erfüllen somit aus Gutachtersicht nicht die Voraussetzungen für einen zentralen Versorgungsbereich.

Darüber hinaus bescheinigt das Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern auch verbrauchernahen und solitären, aber städtebaulich integrierten Nahversorgungsstandorten, die nicht über den Status eines zentralen Versorgungsbereiches verfügen, städtebaulichen bzw. rechtlichen Schutz. In Kapitel 4.3.2 "Großflächige Einzelhandelsvorhaben"; Absatz (3) "räumlich ausgewogene Versorgung" (S. 37) heißt es:

- *"Einzelhandelsgroßprojekte dürfen weder die verbrauchernahe Versorgung der nicht motorisierten Bevölkerung noch eine ausgewogene und räumlich funktionsteilig orientierte Entwicklung von Versorgungsschwerpunkten zwischen Innenstadt / Orts- bzw. Wohngebietszentrum und Randlage gefährden."*

Somit wären im Rahmen einer städtebaulichen Verträglichkeitsprüfung nach § 11 (3) BauNVO für die Ansiedlung großflächigen Einzelhandels nicht nur die Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sondern auch auf städtebaulich integrierte Nahversorgungsstandorte zu prüfen.

Übertragen auf Grevesmühlen wären dies die Standorte:

- Wismarsche Straße/ Am Wasserturm (Netto) und
- Lübecker Straße (Lidl).

Sie übernehmen wichtige Nahversorgungsfunktionen für die anliegenden Wohngebiete und sind v. a. auch fußläufig für die nicht motorisierte Wohnbevölkerung gut zu erreichen. Marktkauf/Norma sowie Aldi/ Penny sind dagegen siedlungsstrukturell randständig situiert und haben nur eine geringe Mantelbevölkerung in ihrem Umfeld.

4.4 Zentrenrelevante Sortimente in Grevesmühlen

Der nachstehende Sortimentskatalog füllt die Begrifflichkeiten mit Leben und differenziert diese fallweise etwas stärker.

Als *zentrenrelevant* klassifizierte Sortimente weisen folgende Merkmale auf:

- Sie leisten einen spürbaren Beitrag zur Innenstadtfrequentierung und/oder sind für ihr dortiges Umfeld mitprägend.
- Sie sind in marktführender Ausprägung in der Innenstadt vertreten bzw. werden kundenseitig dort regelmäßig erwartet.
- Sie benötigen i. d. R. keine unmittelbar zugeordneten eigenen Stellplätze bzw. ihre Waren können ohne Pkw abtransportiert werden.
- Sie weisen ein potenziell hohes Kopplungspotenzial untereinander auf.
- Sie sprechen einen größeren Käuferkreis an, d. h. es handelt sich nicht um "Special-Interest"-Produkte für kleine Bevölkerungsminderheiten.
- Ihre Belastbarkeit durch ein innerstädtisches Mietniveau ist im Allgemeinen gewährleistet.

Nahversorgungsrelevante Sortimente

Als nahversorgungsrelevant klassifizierte Sortimente weisen folgende Merkmale auf:

- Es handelt sich primär um Lebensmittel und Verbrauchsgüter des täglichen oder kurzfristigen Bedarfs. Hauptanbieter sind typischerweise Lebensmittelmärkte.
- Lebensmittel und Verbrauchsgüter sollen zur Sicherstellung einer flächendeckenden und wohnortnahen (im Idealfall auch fußläufigen) Nahversorgung sowohl in zentralen Lagen auch in siedlungsintegrierten Stadtteillagen angeboten werden.
- An Nahversorgungsstandorten stellen Lebensmittel/Verbrauchsgüter die standort- und frequenzbildende Leitbranche dar.
- Nahversorgungsrelevante Sortimente sind stets auch zentrenrelevant.

Nicht zentrenrelevante Sortimente

Als nicht zentrenrelevant klassifizierte Sortimente weisen folgende Merkmale auf:

- Hoher Flächenbedarf, meist gekoppelt mit geringer Flächenproduktivität und niedriger Mietbelastbarkeit.
- Großformatige oder sperrige Waren; Pkw für Abtransport regelmäßig erforderlich, ebenso direkte Stellplatzzuordnung zum Betrieb.
- Das Sortiment ist in der Innenstadt weder marktführend noch standortprägend vertreten.
- Ein umfassendes Angebot in diesem Sortiment wird kundenseitig in der Innenstadt bzw. an zentralen Standorten nicht erwartet.
- Geringes Kopplungspotenzial mit typischen zentrenrelevanten Sortimenten.
- Das Sortiment ist Nischensortiment bzw. an einem eng begrenzten "Special-Interest"-Käuferkreis orientiert.

Bei der Zuordnung konkreter Warengruppen zu den vorstehend aufgeführten Sortimentstypen kann es vorkommen, dass nicht alle Kriterien gleichermaßen erfüllt sind bzw. eine Zuordnung nicht eindeutig vorgenommen werden kann. Insoweit bestehen im Einzelfall durchaus Ermessensspielräume bei der Sortimentszuordnung. Für Grevesmühlen ergibt sich daraus der auf Seite nachfolgend aufgeführte Sortimentskatalog.

Liste zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente in Grevesmühlen		
"Zentrenrelevante" Sortimente		**"Nicht zentrenrelevante" Sortimente**
	darin "Nahversorgungsrelevante" Sortimente	
Zulässige Standorte für Neuansiedlungen: Siedlungsintegrierte Lagen, ab >100 qm VKF ausschließlich im ZVB Innenstadt zulässig	Zulässige Standorte für Neuansiedlungen: Siedlungsintegrierte Lagen, Nahversorgungszentren, Innenstadt. Für die Geltungsdauer des Konzeptes werden abgesehen vom NVZ am Bahnhof keine Neuansiedlungen von Lebensmittelmärkten in Grevesmühlen empfohlen - Dro-Märkte nur in der Innenstadt zulässig.	Zulässige Standorte: Innenstadt, ggf. NVZ, integrierte, teilintegrierte und auch nicht integrierte Streulagen sowie ggf. auch Gewerbegebietslagen
Modischer Bedarf (Bekleidung nebst Accessoires, Schuhe, Lederwaren, Sportbekleidung)	Nahrungs- und Genussmittel	Haushalts-Elektrogroßgeräte, Haustechnik
Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Foto/Video, Bild- und Tonträger	Drogeriewaren[1] (inkl. Wasch- und Putzmittel), Pharmazie	Bau- und Heimwerkerbedarf
Haushaltselektro-Kleingeräte	Getränke[2]	Freilandpflanzen und Gartenbedarf
Bücher	Zeitungen/Zeitschriften	Zoobedarf
Spielwaren	Blumen, Floristik	Möbel inkl. Küchen-, Bad und Gartenmöbel
Schreibwaren/Bürobedarf		Leuchten
Uhren/Schmuck		Bad- und Sanitärbedarf
Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik		Teppiche, Bodenbeläge, Fliesen
Geschenkartikel		Kfz, Kfz-Teile und Zubehör
Sportartikel		Rolläden und Markisen
Optik/Hörgeräteakustik		Sportartikel (nur Hardware / spartenspezifische Angebote[3)]
Heimtextilien		Campingartikel, Caravan- und Bootsausrüstung
Fahrräder und Zubehör		

[1] Außerhalb der Innenstadt durch Lebensmittelmärkte abgedeckt - als eigenständiger Drogeriemarkt nur in der Innenstadt zulässig
[2] Als Vertriebsform Getränkemarkt aufgrund der Pkw-Orientierung auch in verkehrsorientierter/Gewerbegebietslage möglich
[3] Beispiele sind spezielle Fachgeschäfte/Fachmärkte für: Reiten, Jagd, Tauchen usw. Breitensportliche Sportsortimente sind stets zentrenrelevant

4.5 Leitlinien für die künftige Einzelhandelssteuerung

➞ Die Ziele und Strategien des Vorgängerkonzeptes der Cima GmbH aus dem Jahr 2003 haben nach wie vor weitestgehend Bestand und finden sich in ähnlicher Form in den Leitsätzen und Handlungsempfehlungen wieder. Diese waren primär:
- Kundenbindung der ortsansässigen Bevölkerung stärken
- Einzelhandelsbestand qualitativ aufwerten
- Funktionsmix verbessern
- Städtebauliche Erneuerung fortsetzen
- Leerstandsminimierung
- Maxime der Politik: "Innenstadt first!"
- Optimierung der Verkehrsführung

4.5.1 Übergeordnete Entwicklungsziele

Grevesmühlen stellt seinen Kunden ein allgemein breit gefächertes Einzelhandelsangebot zur Verfügung, dass jedoch in einzelnen Warengruppen Optimierungsbedarf aufweist:

Hinsichtlich der quantitativen Nahversorgungsausstattung verfügt das nördlich der Bahntrasse gelegene Siedlungsgebiet Grevesmühlen über ein nahezu flächendeckendes Versorgungsnetz. In der Südstadt besteht hingegen ein vollständiges Versorgungsdefizit. Qualitativ sind mit Ausnahme des umfassend modernisierten Marktkauf Korzak sowie der neu errichteten Lidl- und Netto-Discounter alle weiteren Lebensmittelmärkte mit Objektschwächen behaftet, v. a. hinsichtlich zu geringer Dimensionierungen. Die geplante Verlagerung von Aldi und Markant in das Bahnhofsumfeld bietet die Chance, das Ziel einer Verbesserung der Nahversorgung in der Südstadt zu erreichen und ermöglicht zugleich den Betreibern sich marktgerecht und zukunftsfähig zu positionieren.

Unabdingbar für die Innenstadt ist eine adäquate, Kundenfrequenzen generierende Nachnutzung des dann frei werdenden Markant-Objektes.

Die "zentrenrelevanten" Angebotskomponenten im Nonfood-Bereich sind weitestgehend in der Innenstadt konzentriert, sollten aber im Hinblick auf die Angebotsqualität (u. a. Markenmode im mittleren Segment, junge Mode) aufgewertet und verdichtet werden. Die qualitative Aufwertung der architektonisch reizvollen Innenstadt geht zudem mit einer Beseitigung städtebaulicher Missstände einher, dazu zählt auch die Reduzierung von Laden-/Gebäudeleerständen.

Die Innenstadt soll als Einzelhandelsstandort insgesamt stabilisiert und ihre Entwicklungsfähigkeit gesichert werden, um auch zukünftig die besondere Attraktivität eines möglichst breiten Angebots-, Dienstleistungs- und Gastronomiespektrums auf engem Raum in Kombination mit Aufenthaltsqualität und kurzen Wegen zu garantieren.

Die Innenstadt sollte (auch) zukünftig mit allen Verkehrsarten zügig, und konfliktarm aufgesucht werden können. Für Pkw-Kunden sollten ausreichend einkaufsnahe Stellplätze vorgehalten werden.

In Grevesmühlen bereits am Markt befindliche Betriebe sollen sich unter Beachtung der städtebaulichen Zielsetzungen auch künftig weiterentwickeln und an die in ihrer Branche maßgeblichen Rahmenbedingungen anpassen können, um im regionalen Wettbewerb bestehen zu können.

Die Befunde der Kundenbefragung deuten darauf hin, dass Grevesmühlen derzeit noch zu wenig am Bädertourismus partizipiert. Ein Besuch der Stadt und ihre Nutzung als Hinterland-Versorgungsort sollten langfristig für Bädertouristen und Zweitwohnsitzinhaber zur Selbst-

verständlichkeit werden. Stadtmarketing, Öffnungszeiten, die Verflechtung Piraten-Open-Air und Innenstadt bis hin zur innerstädtischen Verkehrslenkung sollten stets auch unter diesem Aspekt betrachtet werden.
Darüber hinaus kann Grevesmühlen durch eine nachfragegerechte Wohnlandentwicklung ggf. selbst dazu beitragen, die eigene Nachfrageplattform durch eine Verlangsamung oder gar Kompensation des stetigen Einwohnerrückgangs zu stärken. Die verkehrlich und landschaftlich attraktive Lage im Hinterland zur hochpreisigeren Küstenregion, ein attraktives Stadtbild und eine gute Versorgungsinfrastruktur schaffen eigentlich recht günstige Voraussetzungen v. a. für Alterszuzügler und zur Einrichtung (und späteren Umwandlung) von zweitwohnsitzen.

4.5.2 Umgang mit "zentren"- und "nicht zentrenrelevanten" Sortimenten

➞ *Zentrenrelevante Sortimente:*

- Neuansiedelungen mit "zentrenrelevantem" Kernsortiment sind über 100 qm VKF nur innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt anzusiedeln. Diese Einschränkung gilt vor allem für die Arrondierung von Handelsclustern (z. B. Standort Marktkauf, Sto. Sky, Bahnhofsprojekt)
- Diese Dimensionierung entspricht etwa der Größe des durchschnittlichen Fachgeschäftes in der Grevesmühlener Innenstadt. Einer Verlagerung von Geschäften zwecks Vergrößerung der Verkaufsfläche aus der Innenstadt heraus in Anlehnung an vorhandene Handelscluster (z. B. Sky/Kik, Marktkauf/Norma oder Penny/Aldi) soll damit vorgebeugt werden. Geschäfte mit "zentrenrelevanten" Kernsortimenten sind als Solitäre in Streulagen nur in Ausnahmefällen marktgängig, da abgesehen von geringwertigen Restpostenanbietern und ausgesprochenen Spezialisten fast immer die Integration in einen eingeführten und ausreichend frequentierten Standortverbund gesucht wird. Daher kann auf eine flächendeckende planerische Durchsetzung der 100qm-Limitierung z. B. im Rahmen eines vereinfachten Bebauungsplanes gemäß § 9 (2a) verzichtet werden, sofern eine ungesteuerte Ansiedlung "zentrenrelevanter" Betriebe ab 100 qm VKF an vorhandenen oder im Falle der Umsetzung des geplanten Nahversorgungszentrums am Bahnhof auch künftigen Handelsclustern ausgeschlossen werden kann.
  (... - letzter Absatz gestrichen, da redundant zu Empfehlungen zu "nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten)

➞ *Nahversorgungsrelevante Sortimente (Lebensmittelmärkte, Drogeriemärkte):*

- Grundsätzlich in den Zentralen Versorgungsbereichen "Innenstadt" und "Innenstadt-Ergänzungsbereich Sky/Kik" sowie in siedlungsintegrierten Lagen zulässig.
- "Zentrenrelevante" Rand- und Aktionssortimente in Lebensmittelmärkten sollen auf max. 10 % der Verkaufsfläche und max. 100 qm je Sortiment beschränkt werden.
- Standorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche dürfen nur soweit entwickelt werden, wie sie die Tragfähigkeit der Lebensmittelmärkte in den zentralen Versorgungsbereichen sowie die wohnortnahe Nahversorgung, insbesondere die Standorte Lübecker Straße (derzeit Lidl) und Wismarsche Straße/Am Wasserturm (derzeit Netto) nicht gefährden.

– Gegenwärtig werden in Grevesmühlen aufgrund der hohen Wettbewerbsintensität mit Ausnahme der Entwicklung des Nahversorgungszentrums am Bahnhof, bei dem es sich im Kern um eine Verlagerung und Ertüchtigung bereits vorhandener Anbieter handelt, allerdings keine Neuansiedlungen von Lebensmittelmärkten empfohlen. Mit diesem Vorhaben werden die Tragfähigkeitsspielräume weitestgehend ausgeschöpft. Der dort geplante Lebensmittel-Vollsortimenter dürfte rund 10 bis 20 % unter dem gegenwärtigen Niveau ausgelastet sein und ist dort nur deshalb tragfähig, weil
  a) Betreiber und Eigentümer (Vermieter) identisch sind
  b) durch die Aldi-Verlagerung zusätzliche Zentralität sowie zusätzliche immobilienwirtschafltiche Erträge erzielt werden. Vgl. im Detail die Wirkungsanalyse in Kap. 5
– Drogeriemärkte sollen der Innenstadt vorbehalten bleiben.

➞ *Nicht zentrenrelevante Sortimente:*

– Prinzipiell keine Standorteinschränkungen; soweit in Großflächen in brachenüblicher Ausprägung und Umfang "zentrenrelevante" Randsortimente geführt werden erfolgt außerhalb des ZVB Innenstadt eine Beschränkung auf insgesamt max. 10 % VKF-Anteil für "zentrenrelevante" Randsortimente bzw. 100 qm VKF je Einzelsortiment.
– Soweit in Einzelfällen ein höherer Anteil zum Erhalt der Marktgängigkeit erforderlich ist, kann auf Basis einer positiven fachgutachterlichen Wirkungsanalyse ein höherer Anteil zulässig sein.

4.5.3 Leitsätze und Empfehlungen zum ZVB Innenstadt

Leitsätze

➞ Das Hauptzentrum Grevesmühlens ist der ZVB Innenstadt in der vorgeschlagenen Abgrenzung (s. Karte im Kap. 3.4.3.2).

➞ Die Innenstadt soll als marktführender Standort für "zentrenrelevante" Sortimente, Gastronomie und ladennahe Dienstleistungen gesichert und weiterentwickelt werden.

Entwicklungsempfehlungen

➞ (Städtebauliche) Entwicklungsziele sind:

– Reduzierung der Leerstände (u. a. in der Wismarschen Straße und August-Bebel-Straße sowie ehemaliges Kino), um Lücken im Besatz zu schließen und eine Abwertung des Umfelds durch ebendiese zu vermeiden. Ziel ist die Stabilisierung der Hauptgeschäftslage Wismarsche Straße–Markt–August-Bebel-Straße.

– Nach der Schließung und ggf. Verlagerung des Markant-Supermarktes ist eine Nachnutzung des Altobjektes durch einen "frequenzbringenden Anker" mit überörtlicher Ausstrahlung anzustreben. Dies könnte bspw. ein Drogeriemarkt, Modefachmarkt oder falls auf Grund der Niveauunterschiede (Treppen/Rampe) eine Einzelhandelsnachnutzung sich als nicht marktgängig erweisen sollte, z. B. auch ein Ärztehaus oder therapeutisches Zentrum sein.

Sofern möglich, sollte eine Öffnung der Seitenfassade zum Sparkassenplatz erfolgen.
Eine aus der Innenstadt fußläufig bequem erreichbare Nahversorgung bliebe durch den Sky-Markt im ZVB Innenstadt-Ergänzungsbereich gesichert.

– Erneute Auseinandersetzung mit dem Verkehrskonzept: insbesondere sollte eine direkte Zufahrung der Innenstadt von der B 105 wiederhergestellt werden, um vor allem ortsunkundigen Besuchern das Erreichen der Innenstadt zu erleichtern.

– Im Rahmen der Besucherbefragung wurde die Parkplatzsituation kritisiert, vornehmlich die Erhebung von Stellplatzgebühren sowie nicht ausreichende Stellplätze im Kerngeschäftsbereich. Dies ist durchaus nicht untypisch, weil in kleineren Landstädten mit ihrem eingeschränkten Angebot und einer stärkeren Betonung auf Nahversorgung sowie bei punktuellen Besuchen einzelner Geschäfte grundsätzlich eine geringere Bereitschaft zur Zahlung von Parkgebühren besteht, als wie bei den seltener vorkommenden ausgedehnten Shopping-Bummeln mit hohen Einkaufsbeträgen. Zudem sieht sich die Grevesmühlener Innenstadt durchaus in Konkurrenz zum MEZ in Gägelow, in welchem das Parken frei ist. Über eine Senkung oder gar Abschaffung der Parkgebühren bzw. über Rückerstattungen sollte durchaus nachgedacht werden, zumindest sollte die bereits eingeführte "Brötchentaste" stärker kommuniziert werden.
Nicht abschließend zu klären war die Frage, ob in der Innenstadt tatsächlich zumindest punktuell (z. B. während der Marktzeiten) zu wenig ladennahe Stellplätze bereitstehen oder ob mit Pakscheiben bewirtschaftete Stellplätze nicht doch von Langzeitparkern (v. a. Beschäftigte) belegt sind, die mehrmals am Tag ihre Parkscheibe umstellen. Hinweise darauf gab es. Im Dialog mit den Gewerbetreibenden sollte darauf hingewiesen werden, dass Langzeitparkern auch einige minuten Fußweg zum Aufsuchen ihrer Arbeitsstelle zugemutet werden können. Im gegenzug sollte geprüft werden, ob nicht an der unmittelbaren Peripherie des Hauptgeschäftsbereiches zusätzliche unbewirtschaftete Stellplätze eingerichtet werden können.
Sinnvoll dürfte ferner die Einrichtung eines Parkleitsystems sein, welches vor allem Auswärtigen eine bessere Orientierung gibt.

– In der Wismarschen Straße ist eine Verringerung des bestehenden Konfliktpotenzials zwischen Fußgängern, Radfahrern und Autofahrern anzustreben.

– Das ehemalige Kino als Bindeglied zwischen Wismarscher Straße und Sparkasse sollte zentrumsadäquat reaktiviert werden, zudem sollte eine Umgestaltung bzw. Umnutzung des Sparkassen-Parkplatzes in Erwägung gezogen werden.

– Die Öffnungszeiten in der Innenstadt sollten nach Möglichkeit harmonisiert und verlässliche Kernöffnungszeiten kommuniziert werden. Am Sonnabend sollte eine verlässliche Öffnungszeit bis 13.00 Uhr geprüft werden.

– Positiv ist das bestehende Informationsheft "einkaufen erleben erzählen" mit Veranstaltungskalender und Einkaufsführer des Gewerbe-, Handels- und Industrievereins e. V. hervorzuheben, das für eine Stadt der Größe Grevesmühlens nicht selbstverständlich ist. Mit einer zusätzlichen Integration

© BulwienGesa AG 2013 – 106738

bspw. von Gutscheinen, die bei Vorlage Rabatte in Geschäften der Innenstadt gewähren, könnte das Heft "wertiger" ausgestattet werden und damit auch aufbewahrt werden. Dies böte zum einen die Chance, zusätzliche Kundenpotenziale zu erschließen, insbesondere auch unter Touristen in den Küstenorten, die ansonsten ohne Halt an Grevesmühlen vorbeifahren. Zum anderen könnte mit einem solchen Instrument die Kundenbindung auch unter der ortsansässigen Bevölkerung erhöht werden.
Des Weiteren sollte die Verkehrsführung in der Innenstadt in dem enthaltenen Stadtplan präziser dargestellt werden.

– Die erhöhten Anstrenungen im Bereich Stadtmarketing sollten von den Gewerbetreibenden mitgetragen werden, indem die Angebote zur Selbstdarstellung auf der künftigen Online-Plattform in breitem Umfang genutzt werden - nur dann kann dieses Instrument Außenwirkung entfalten.

– Die kleinteilige historische Flächenstruktur erhöht tendenziell das Leerstandsrisiko. Darüber hinaus können auch nicht marktgerechte Mietforderungen oder ein unzureichender Modernisierungsgrad leerstandsbildend wirken. Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung sollten prüfen, ob nicht eine Beratung der Eigentümer über marktgerechte Ausstattungen, im geeigneten Einzelfall auch die Zusammenlegung mehrerer Kleinflächen, die Vermietungschancen erhöhen können.

– Sauberkeit im Straßenraum und Serviceeinrichtungen (Kundentoiletten): Diese Punkte sollten auf Verbesserungspotenziale überprüft werden.

4.5.4 Empfehlungen zum ZVB "Innenstadt-Ergänzungsbereich Sky/Kik"

➞ Es besteht derzeit kein vordringlicher Entwicklungsbedarf.
– Vorhandene Betriebe sollten sich aber zwecks Markt- und Standortsicherung den Marktentwicklungen ihrer jeweiligen Branchen anpassen können.

➞ Die bestehende Clusterwirkung sollte genutzt werden, d. h. ein weiterer Ausbau ist generell möglich, jedoch kein Ausbau mit "zentrenrelevanten" Innenstadtsortimenten. Mögliches Flächenpotenzial böte sich nach der in Rede stehenden Verlagerung des benachbarten Autohauses Martens.

➞ Die Verknüpfung mit der Innenstadt sollte verbessert werden. Dies könnte mittels einer geeigneten Querungshilfe über die B 105 erfolgen (z. B. Zebrastreifen oder Fußgängerampel im Badstüberbruch).

4.5.5 Empfehlungen in Gewerbegebiets- und nicht bzw. randständig integrierten Lagen

➞ Grundsätzlich gilt:
Vorhandene Betriebe wie z. B. Marktkauf, Norma, Penny genießen Bestandsschutz und sollen sich zwecks Markt- und Standortsicherung grundsätzlich den Marktentwicklungen ihrer entsprechenden Branchen anpassen können. Soweit dies innerbetrieblich eine Expansion in "zentrenrelevante" Kern- oder Randsortimente zur Folge hat, soll dies bei einer Erweiterung >20 % gutachterlich überprüft werden.

Grundsätzlich soll bei zentrenrelevanten Randsortimenten ein maximal 10%iger VKF-Anteil bzw. max. 200 qm je Sortiment auch nach einer Erweiterung eingehalten werden.

➞ Neuentwicklungen und Standortarrondierungen von Betrieben mit "zentrenrelevanten" Kernsortimenten sind dagegen zu vermeiden.

➞ Neuentwicklungen und Standortarrondierungen von Betrieben mit "nahversorgungsrelevanten" Kernsortimenten (Lebensmittel- oder Drogeriemärkte) sind ebenfalls zu vermeiden.

➞ Im Falle der Verlagerung des Aldi-Marktes aus dem Grünen Weg an den Bahnhofsstandort ist eine Nachnutzung des Altobjektes für Lebensmittel- und "zentrenrelevanten" Einzelhandel auszuschließen.

4.5.6 Empfehlungen in siedlungsintegrierten Streulagen

➞ Grundsätzlich gilt:
Vorhandene Betriebe genießen Bestandsschutz und sollen sich zwecks Markt- und Standortsicherung den Marktentwicklungen ihrer entsprechenden Branchen anpassen können. Soweit dies innerbetrieblich eine Expansion in "zentrenrelevante" Randsortimente zur Folge hat, soll dies bei einer Erweiterung >20 % gutachterlich überprüft werden. Grundsätzlich soll bei zentrenrelevanten Randsortimenten ein maximal 10%iger VKF-Anteil bzw. max. 100 qm je Sortiment auch nach einer Erweiterung eingehalten werden.

➞ Insgesamt weist das Segment Periodischer Bedarf keinen nennenswerten Ansiedlungsspielräume mehr auf; mit erhöhten Verdrängungswirkungen ist bei Neuansiedlungen von Lebensmittel- und Drogeriemärkten zu rechnen. Sie sind allenfalls dann möglich, wenn damit wie beim Nahversorgungszentrum am Bahnhof wichtige städtebauliche Ziele wie Schließung von Versorgungslücken im Stadtgebiet verfolgt werden und schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnortnahe Nahversorgung nicht zu erwarten sind, was fachgutachterlich nachzuweisen ist.

➞ Geplantes Nahversorgungszentrum Markant/Aldi am Bahnhof:
In diesem Fall handelt es sich nicht um echte Neuansiedlungen sondern um die Verlagerung bestehender Betriebe. Die Verdrängungswirkungen werden durch das Einbringen ihres bisherigen Umsatzes gegenüber einer echten Neuansiedlung erheblich reduziert. Siehe hierzu im Detail die gesonderte Wirkungsanalyse in Kap. 5.
Die Wirkungsanalyse mündet allerdings auch in die Empfehlung, vom ursprünglich ebenfalls vorgesehenen Drogeriemarkt abzusehen! Stattdessen ist eine kleinteilige Arrondierung weiterer nahversorgungsrelevanter Anbieter (z. B. Apotheke, Blumenshop usw.) mit max. 200 qm VKF vertretbar.
Im Fazit verbessert die Planung die Nahversorgung im Stadtgebiet erheblich, weil Aldi künftig wieder siedlungsintegriert situiert sein wird und den Bewohnern der südlichen Wohnquartiere künftig eine attraktive wohnungsnahe und auch fußläufige Nahversorgung angeboten werden kann. Dadurch dürften auch bestehende Einkaufsorientierung vornehmlich von Haushalten aus der Südstadt in das weitere Umland reduziert werden, was potenziell dem gesamten handel in der Stadt zugute kommt. Die direkten Belastungswirkungen auf die Innenstadt sind hingegen bei einem Verzicht auf den ursprünglich geplanten Drogeriemarkt gering.

Es sei noch einmal daran erinnert, dass Markant in seiner derzeitigen Verfassung keinen nenneswerten Beitrag zur Attraktivierung und Außenwirkung der Innenstadt leistet und dass dieser Markt unabhängig von der Entwicklung des Nahversorgungszentrums am Bahnhof an seinem jetzigen Standort geschlossen werden wird. Folgendes Konzept ist aus Gutachtersicht verträglich und wird zur Umsetzung empfohlen:

- (Markant) Supermarkt mit bis zu 1.500 qm VKF
  Empfehlung gemäß Konzeptvorgaben: Max. 10 % (150 qm) oder je Sortiment max. 100 qm für branchenübliche zentrenrelevante Rand- und Aktionssortimente;
- Verlagerter (Aldi) Discountmarkt mit bis zu 1.000 qm VKF
  Empfehlung gemäß Konzeptvorgaben: Max. 10 % (100 qm) für zentrenrelevante Rand- und Aktionssortimente.
  => Eine Nachnutzung des Aldi-Altobjektes am Grünen Weg für nah- und zentrenrelevante Kernsortimente ist planungsrechtlich und ggf. zusätzlich durch geeignete Mittel wie z. B. eine eingetragene Grunddienstbarkeit auszuschließen. Dies ist möglich, weil Aldi gleichzeitig auch Eigentümer dieser Immobilie ist.
- Konzessionärszone mit max. 200 qm VKF für ergänzende Einzelhandelsnutzungen mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten, Gastronomieeinrichtungen oder Dienstleistern. Zentrenrelevante Kernsortimente dürfen darin auf max. 100 qm VKF angeboten werden. Aktuell geplant sind: Backshop, Blumenshop, Frisör; mithin keine zentrenrelevanten Branchen. Allerdings gelten für diesen Standort die selben Empfehlungen wir für integrierte Standorte im übrigen Stadtgebiet auch - zentrenrelevante Kernsortimente wären also ggf. bis 100 qm VKF zulässig.

➞ Neuentwicklungen und Standortarrondierungen von Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind grundsätzlich möglich. "Zentrenrelevante" Randsortimente sind auf maximal 10 % der VKF bzw. max. 100 qm je Einzelsortiment zu begrenzen.

➞ Der Standort Rehnaer Straße (ehemals Lidl und Schlecker, derzeit leer stehend) ist für Einzelhandel bzw. für eine Verbesserung der Nahversorgung der Südstadt grundsätzlich wenig geeignet, weil er aufgrund der verkehrlich recht introvertierten Lage, dem begrenzten Einwohnerpotenzial und den Schrankenschließzeiten des Bahnübergangs und somit reduzierter Strahlkraft gehandicapt ist. Nicht von ungefähr ist der Standort deshalb seit längerem vakant. Nach Entwicklung des Nahversorgungszentrums am Bahnhof bietet der Standort künftig erst recht keine wirtschaftlichen Entwicklungschancen für Nahversorgung. Zudem dürften die Tragfähigkeitsspielräume in Grevesmühlen danach ausgeschöpft sein. Faktisch wäre der Standort insoweit einer anderen, evtl. gewerblichen Nutzung zuzuführen. Einzelhandelsseitig gelten unabhängig davon dort künftig die gleichen Vorgaben wie für die übrigen Streulagen im Stadtgebiet.

➞ Für das lt. Klassifikation durch den Landkreis NWM (Nordwestmecklenburg) im unbeplanten Außenbereich liegende Grundstück Lübecker Straße Nr. 30 (vormals Tankstelle) am westlichen Stadtrand liegt seit dem 29.07.2011 eine Bauvoranfrage für einen "Einzelhandelsmarkt" (Lebensmittel) mit 799 qm VKF vor. Das Grundstück ist im FNP als Mischfläche ausgewiesen. Die Stadt Grevesmühlen erteilte am 8.2.2012 das gemeindliche Einvernehmen unter der Bedingung, dass von dem Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde zu erwarten seien. Dieser Nachweis sei von der Antragstellerin vorzulegen und gemäß § 34 (3) BauGB zu erbringen. Der Landkreis NWM erteilte daraufhin am 2.5.2012 einen positiven

Vorbescheid und nahm die Auflage der Stadt Grevesmühlen darin auf - unbeschadet dessen, dass nach Ansicht des Landkreises hier keine unbeplante Innen- sondern eine Außenbereichssituation gemäß § 35 Abs. 2 vorläge.
Diese Vorgänge spielten sich vor Arbeitsaufnahme des Einzelhandelskonzeptes ab. Während der Konzepterstellung ist das Vorhaben seitens des Investors nicht weiter vorangetrieben worden; insbesondere wurde die geforderte Wirkungsanalyse gemäß § 34 (3) BauGB bislang nicht vorgelegt.
Nach Einschätzung der BulwienGesa AG ist nach Abschluss der Marktanalyse in Grevesmühlen und unter dem Licht der daraus gewonnenen Erkenntnisse der geforderte Nachweis der Unschädlichkeit aus heutiger Sicht zweifelhaft. Zudem wäre angesichts der in Grevesmühlen insgesamt und vor allem im Bereich der B 105 angespannten Wettbewerbslage ein <800 qm VKF dimensionierter zusätzlicher Lebensmittelmarkt kaum ausreichend tragfähig. Um sich gegenüber dem vorhandenen Wettbewerb langfristig behaupten zu können, müsste er ebenfalls idealtypisch aufgestellt sein und auch als Discounter >800 qm VKF generieren. Dies ist jedoch im Rahmen der Mischgebietsvorgaben nicht zulässig und auch durch den Vorbescheid nicht gedeckt. Insofern ist auch marktseitig eine weitere Realisierung unsicher.
Die Gutachter empfehlen der Stadt, nach den zwischenzeitlich erlangten Erkenntnissen über die Marktlage in Grevesmühlen einer erneuten oder veränderten Anfrage für eine größere Dimensionierung oder für eine Nutzung mit sonstigen nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Kernsortimenten kein gemeindliches Einvernehmen zu erteilen. Für den Standort gelten ansonsten die Empfehlungen für den Umgang mit Einzelhandel in Streulagen.

4.5.7 Planungshorizont

➞ Das Konzept soll als mittelfristige Grundlage für die Einzelhandelsentwicklung und -steuerung in Grevesmühlen dienen.

➞ Geeigneter Zeitraum für eine Aktualisierung wäre nach Realisierung der wesentlichen, derzeit im Raum stehenden städtebaulichen und Einzelhandelsplanungen:

- Umsetzung der reduzierten Verlagerungsplanungen Aldi und Markant an den Bahnhof;
- Erfolgte Nachnutzung der danach frei werdenden Markant-Altfläche;
- Vergrößerung des Frischemarktes Boost am Markt;
- Neubebauung des Areals der ehemaligen Sparkasse in der August-Bebel-Straße und Einrichtung bzw. Bezug der möglichen bis zu 800 qm umfassenden Verkaufsfläche;
- Überarbeitung bzw. Optimierung der innerstädtischen Verkehrsführung.

Die Umsetzung der o. g. Planungen absorbiert nach derzeitigem Ermessen die vorhandenen Ansiedlungsspielräume in Grevesmühlen im periodischen Bedarf und möglicherweise auch in weiteren Warengruppen. Bezüglich letzteren sind derzeit keine hinreichend konkretisierten Planungen bekannt.

Etwa 3-5 Jahre nach Markteintritt/Umsetzung der Verlagerungsplanung bzw. generell nach ca. 5-7 Jahren sollte eine Aktualisierung der Marktanalyse sowie eine Überprüfung und ggfs. Neuausrichtung der Einzelhandelspolitik erfolgen.

5 WIRKUNGSANALYSE FÜR DIE FACHMARKT-ANSIEDLUNG AM BAHNHOF

5.1 Standort

Der Vorhabenstandort ist im Süden der Ortslage Grevesmühlen lokalisiert und erstreckt sich nördlich des Bahnhofes. Im Süden wird das Areal von der Bahntrasse und im Norden vom Verlauf Gebhardweg/ Gebhardstraße begrenzt und besteht aus mehreren Grundstücken, die sich im Besitz der Stadt Grevesmühlen befinden.

Im nördlichen Areal sind derzeit gewerbliche Nutzungen ansässig, der südliche Abschnitt umfasst ein brach liegendes Areal des ehemaligen Güterbahnhofs, das im November 2012 von der Stadt Grevesmühlen für eine Neuentwicklung von der Deutschen Bahn erworben wurde.

Das östliche Umfeld ist durch Einzelhandelsnutzungen vorgeprägt, dort sind Extra Bau & Hobby sowie der Zoo- und Futtermittelanbieter Tierhaus Landhof ansässig. Nördlich und westlich schließen sich teils gewerblich genutzte, teils brach liegende Grundstücke sowie der ZOB an. Im Süden stellen die Bahnanlagen eine Barriere dar. Die nächst elegenen Wohnbebauungen befinden sich entlang der Schweriner Straße (ca. 200 m entfernt) sowie in der Bahnhofsvorstadt (ca. 250 m).

Der Standort ist per Pkw gut anfahrbar. In das innerstädtische Verkehrsgerüst ist er über die Gebhardstraße und den Gebhardweg eingebunden, die als Verbindungsglieder zwischen Schweriner Straße im Osten (L 02) und Bahnhofstraße bzw. Rudolf-Breitscheid-Straße im Westen fungieren. Über die Bahnhofstraße, die jenseits des Bahnübergangs in Richtung Süden als Rehnaer Straße fortgeführt ist, wird die Südstadt erschlossen.

Die neu ausgebaute Gebhardstraße ist zweistreifig trassiert mit begleitendem Fußweg sowie Fahrradstreifen auf der Fahrbahn, der Gebhardweg präsentiert sich derzeit stark sanierungsbedürftig mit Kopfsteinpflaster, würde im Zuge der Projektumsetzung jedoch verlegt und somit modernisiert werden.

Der Standort ist derzeit alles in allem als relativ introvertiert zu klassifizieren; er liegt jedoch zwischen dem gut frequentierten Verkehrsknoten Bahnhof/ZOB und der L 02 und verfügt insofern über Entwicklungspotenzial. Zudem besteht eine Einzelhandelsvorprägung durch die östlich benachbarten Märkte in der Gebhardstraße.

5.2 Ausgangslage

Die Nahversorgungsabdeckung in Grevesmühlen konzentriert sich in der Ausgangslage auf die Stadtquartiere nördlich der Bahntrasse und ist dort recht gut ausgebaut (s. Kap. 3.5). Demgegenüber weist die Südstadt seit der Verlagerung von Lidl aus der Rehnaer Straße an den Standort Lübecker Straße sowie dem Marktaustritt von Schlecker keine fußläufig erreichbaren Versorgungsstrukturen mehr auf und ist insofern vollständig unterversorgt.

Das Projektvorhaben beinhaltet in der untersuchten Variante die Ansiedlung eines Markant Verbrauchermarktes, Aldi Discounters sowie eines Drogeriemarktes, wobei Aldi und Markant aus ihren mit Objektmängeln behafteten Bestandsgebäuden im Grünen Weg bzw. der Innenstadt an den Projektstandort verlagern würden. Im Zuge der Neuentwicklung würde die Versorgungslücke in der Südstadt weitestgehend geschlossen werden (s. dazu nachfolgende Karte der möglichen zukünftigen Nahversorgungsabdeckung), obwohl die fußläufige Erschließung dorthin durch die Bahntrasse weiterhin nicht optimal ist.

Die Betreiber Markant und Aldi könnten sich in marktgerechten Objektbedingungen zukunftsfähig positionieren. Gemäß den Empfehlungen des Einzelhandelskonzeptes (s. Kap. 4.4.5) müsste eine Nachnutzung des dann leer fallenden Aldi-Objektes für Lebensmittel-Einzelhandel ausgeschlossen werden.

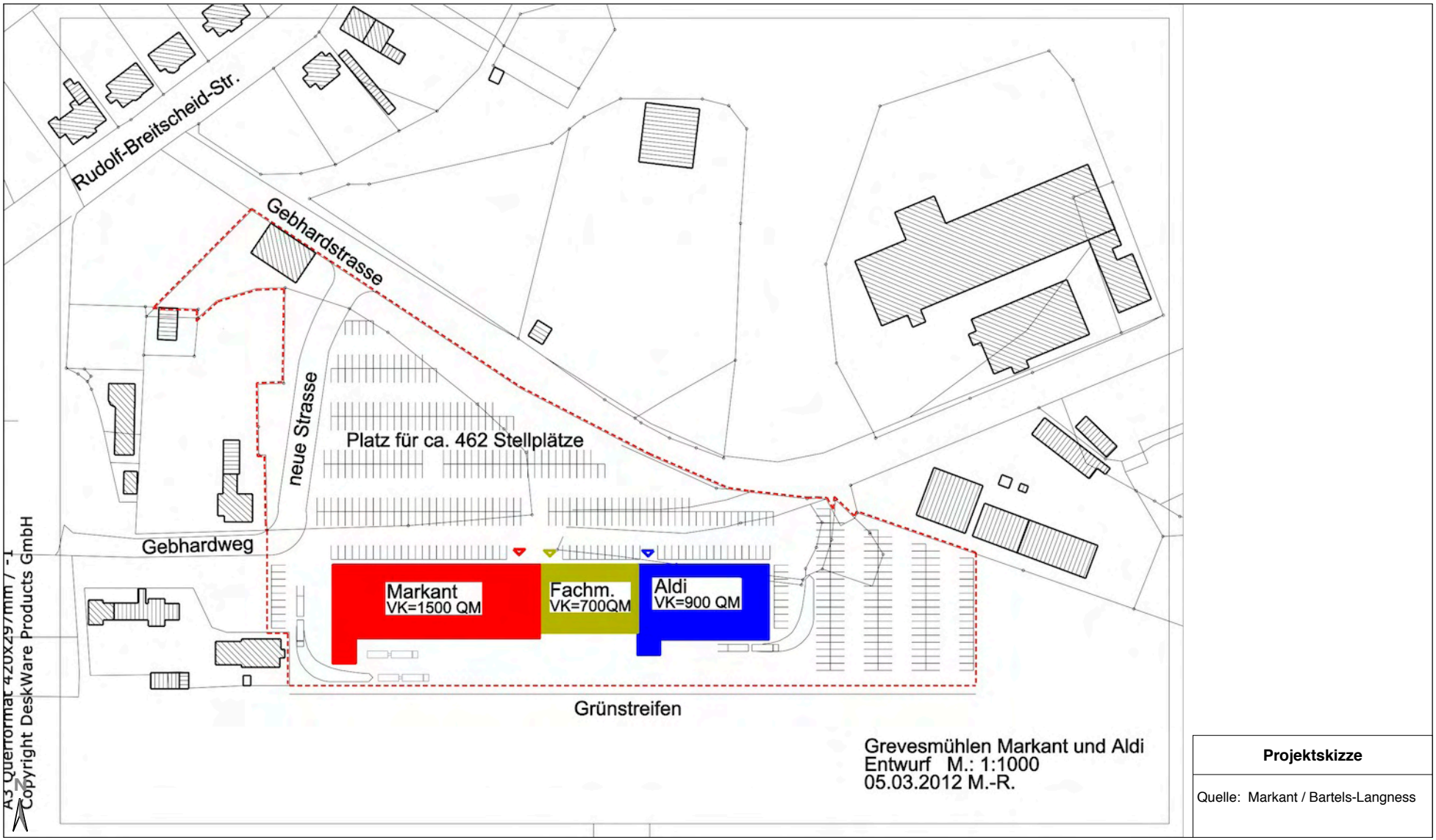
5.3 Baulich-funktionales Konzept

Verbindliche Funktionspläne zur Anordnung der Ladeneinheiten und der Parkplätze liegen noch nicht vor. Das Konzept sieht in der vorliegenden Entwurfsskizze vor, einen parallel zur Bahntrasse angeordneten lang gestreckten Baukörper mit drei Fachmärkten zu errichten:

- Markant Verbrauchermarkt ca. 1.500 qm VKF (westliche Einheit)
- (Drogerie-)Fachmarkt ca. 700 qm VKF (mittlere Einheit)
- Aldi-Discounter ca. 1.000 qm VKF (östliche Einheit)

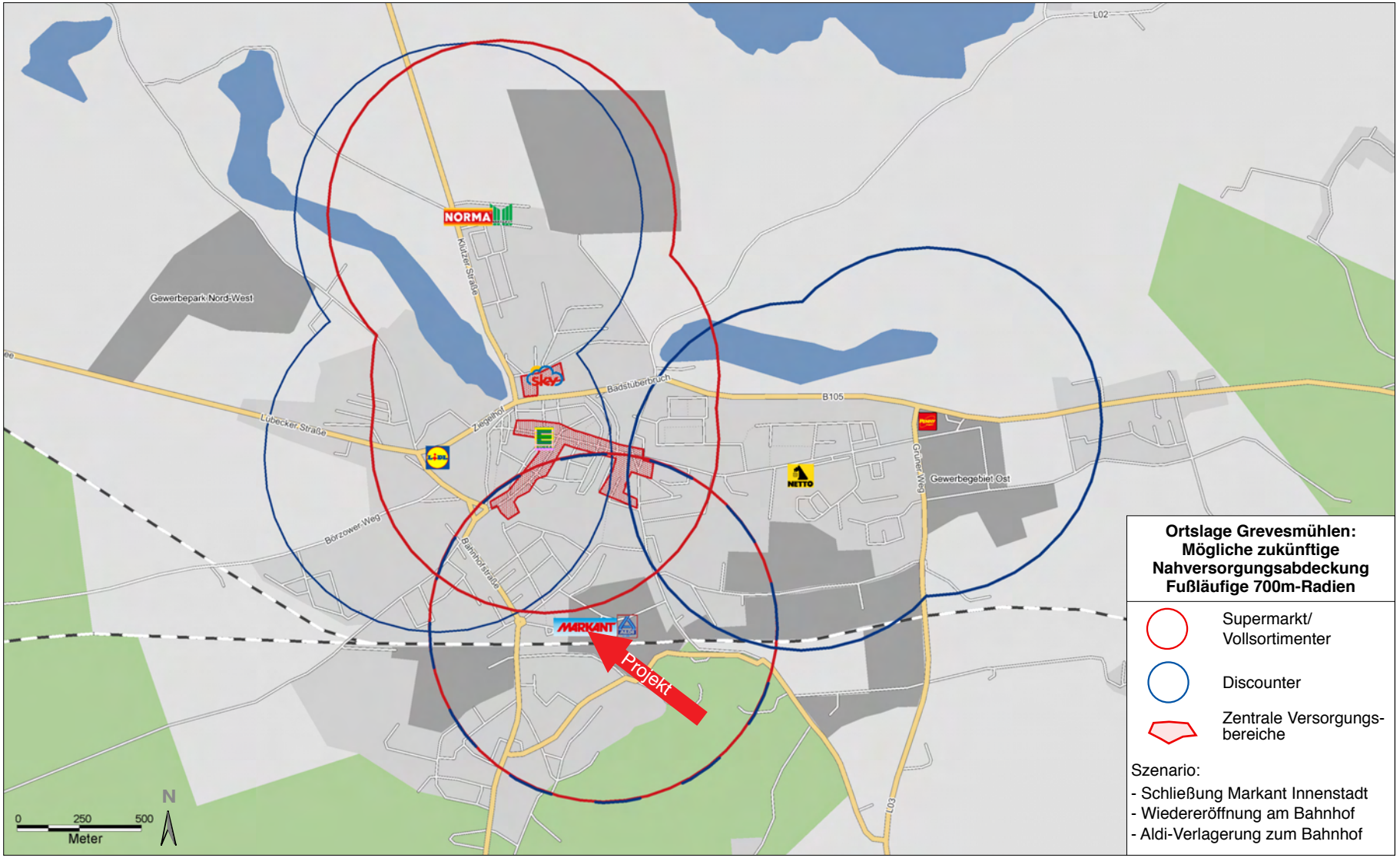
Es sind ca. 460 vorgelagerte Stellplätze geplant, die zum Teil als Pendlerparkplätze zur Verfügung gestellt werden sollen. Die Erschließung ist über Gebhardstraße / Gebhardweg bzw. eine neu zu errichtende Straße an der westlichen Grundstücksflanke vorgesehen. Der Lieferverkehr soll über die Gebäuderückseite abgewickelt werden.

Die derzeit noch auf dem Areal bestehenden, u. a. durch eine Kfz-Werkstatt genutzten alten Gewerbe-/Lagergebäude würden zurückgebaut werden.



Projektskizze

Quelle: Markant / Bartels-Langness


NORMA
Kurzer Straße
Gewerbepark Nord-West
Badstuberbruch
B105
Lübecker Straße
Ziegelhof
NETTO
Grüner Weg
Gewerbegebiet Ost
Börzower Weg
Bahnhofstraße
MARKANT
Projekt
L02
L03
0
250
500
Meter
N
Ortslage Grevesmühlen:
Mögliche zukünftige
Nahversorgungsabdeckung
Fußläufige 700m-Radien
Supermarkt/
Vollsortimenter
Discounter
Zentrale Versorgungs-
bereiche
Szenario:
- Schließung Markant Innenstadt
- Wiedereröffnung am Bahnhof
- Aldi-Verlagerung zum Bahnhof

5.4 Einzugsgebiet und Nachfragevolumen

5.4.1 Vorbemerkung

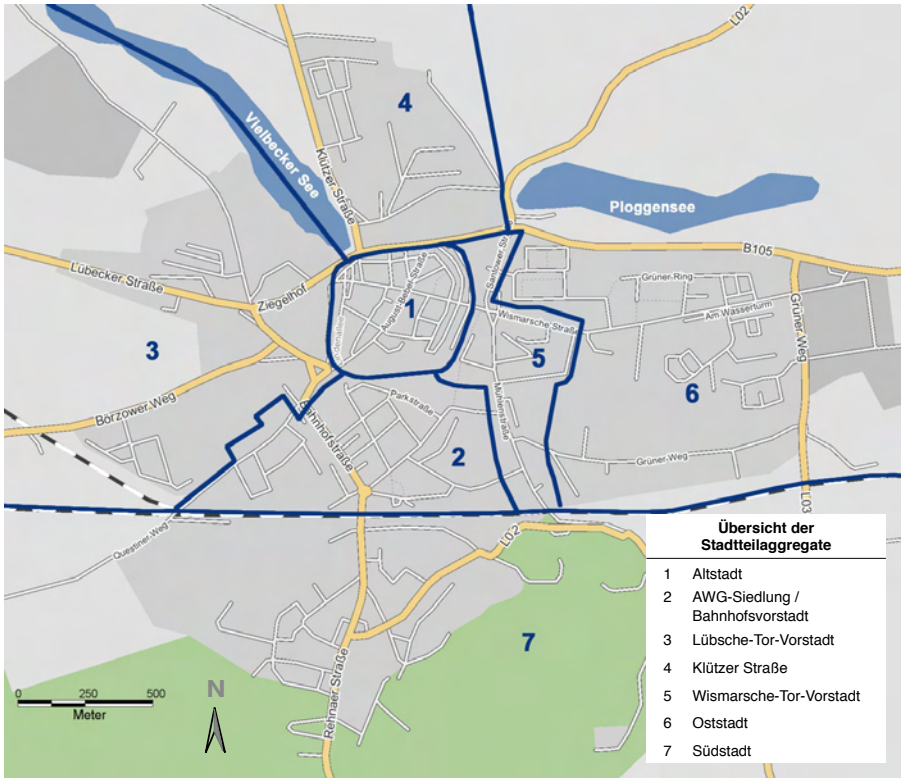
➞ Die Analyse der Nahversorgungsabdeckung sowie die vorliegende Wirkungsanalyse erfordern die Einrichtung eines Rechenmodells, das die Marktanalyse auf Stadtteilbasis ermöglicht.
Die hierfür zugrunde gelegte innerstädtische Stadtteilabgrenzung orientiert sich an der Stadtstruktur gemäß ISEK 2008, wobei einzelne Quartiere aufgrund der Kleinteiligkeit für die Analyse gemäß nachfolgender Abbildung aggregiert wurden.

Überführung der Grevesmühlener Stadtstruktur in BulwienGesa-Aggregate

Stadtteil gemäß ISEK 2008	EW 20.06.12 städtische Fortschreib. Hauptwohnsitze	EW umgerechnet auf Basis Statist. Amt Meckl.-Vorp. 31.12.2010	Zuordnung zu Aggregat	EW im Aggregat
Grevesmühlen (Ortslage)	**8.993**	**9.156**	**Ortslage**	**9.156**
davon:				
Altstadt	1.321	1.345	Altstadt	1.345
AWG-Siedlung	627	638	AWG-Siedlung / Bahnhofsvorstadt	1.368
Bahnhofsvorstadt	717	730		
Lübsche-Tor-Vorstadt	213	217	Lübsche-Tor-Vorstadt	805
Entwicklungsbiet West	268	273		
Baugeb. südl. u. nördl. d. B 105	310	316		
Klützer Straße	328	334	Klützer Straße	334
Wismarsche-Tor-Vorstadt	667	679	Wismarsch.T.-Vor.	679
Geschosswohnungsbau i.Osten	2.766	2.816	Oststadt	3.502
Einfamilienhausbebau. i.Osten	639	651		
Gewerbeflächen Grüner Weg	35	36		
Südstadt	1.102	1.122	Südstadt	1.122
Ortsteile	**1.471**	**1.498**	**Ortsteile**	**1.498**
Stadt Grevesmühlen Total	**10.464**	**10.654**		**10.654**

Quelle: Stadt Grevesmühlen; EW-Zahlen linear umbasiert auf Daten des Statistischen Amtes M.-V.

Grundsätzlich verwenden wir vergleichbare Einwohnerzahlen des Amtes für Statistik Mecklenburg-Vorpommern; bei Durchführung der Berechnungen waren diese mit Stichtag 31.12.2010 verfügbar. Demzufolge verfügte Grevesmühlen zu diesem Zeitpunkt über 10.654 Einwohner. Die auf der städtischen Fortschreibung basierenden kleinräumigen Einwohnerdaten weichen mit 10.464 Einwohnern (Stand 20.06.2012) davon leicht ab und sind deshalb linear um den Faktor 1,018 angepasst worden.



5.4.2 Einzugsgebiet und Nachfragevolumen des Vorhabens

Der Standort kann aufgrund seiner relativ introvertierten Lagequalität und der vorgesehenen Anbieter / Sortimente nur einen kleineren Einzugsbereich ansprechen als die Gesamtstadt Grevesmühlen. Die Zone 3 des gesamtstädtischen Einzugsgebietes wird nicht erreicht und ist daher nicht dem Projekt-Einzugsgebiet zugeordnet. Ursächlich dafür sind einerseits eigene Nahversorgungsstrukturen Boltenhagen, Klütz und Dassow. Zudem passieren Kunden aus dem nördlichen und westlichen Umland der Stadt die alternativen Einkaufsstandorte wie u. a. Marktkauf, Norma, Lidl und Sky an den Einfallsrouten Klützer- und Lübecker Straße.

Das Gesamteinzugsgebiet des Projektvorhabens umfasst auf Grund des reichweitenstärkenden Verbundeffektes gleichwohl über alle Zonen ca. 19.900 Einwohner und ist damit prinzipiell ausreichend tragfähig - eingeschränkt durch die bereits recht hohe Wettbewerbsintensität in Grevesmühlen. Das Einzugsgebiet wird in fünf EZG-Zonen gegliedert, die eine jeweils ähnliche Orientierung auf den Vorhabenstandort aufweisen.

Die Zonen 1 und 2 sind in ihren Abgrenzungen mit denen des gesamtstädtischen Einzugsgebietes identisch, wurden aufgrund des Nahversorgungscharakters des Projektvorhabens im Detail jedoch in kleinräumigere Subzonen gegliedert.

EZG-Zone 1

Die Zone 1 umfasst das Grevesmühlener Stadtgebiet inklusive der Ortsteile und ist in die Subzonen 1 a - c gegliedert, davon:

- Zone 1a mit 2.956 EW:
  AWG-Siedlung / Bahnhofsvorstadt; Südstadt; OT Wotenitz; OT Büttlingen; OT Questin
- Zone 1b mit 6.666 EW:
  Restliche Ortslage Grevesmühlen

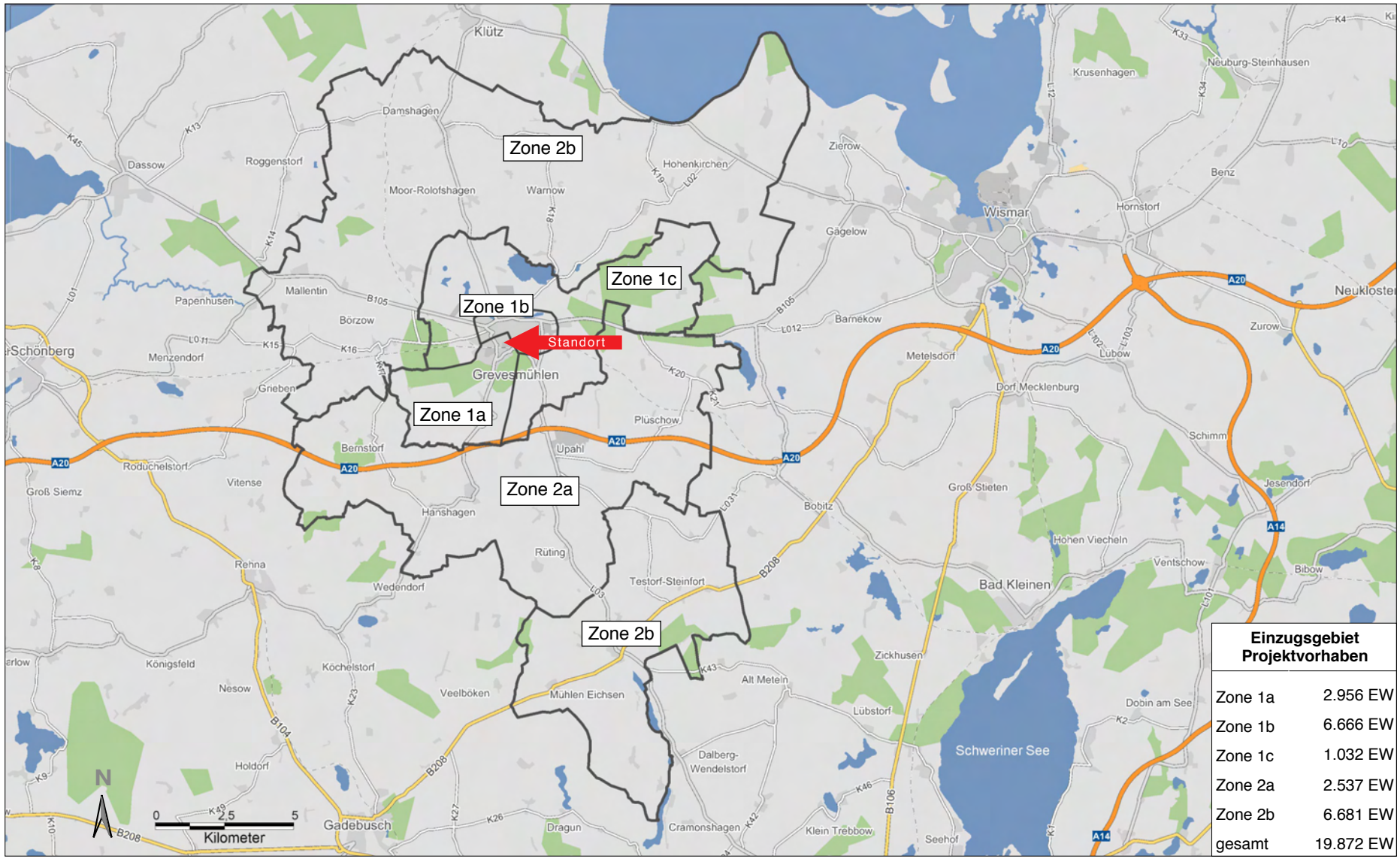
- Zone 1c mit 1.032 EW
  Eingemeindete Ortsteile (ohne Wotenitz, Büttlingen, Questin

EZG-Zone 2

Diese Zone umfasst Teile des ländlichen Umlandes und ist ebenfalls in Subzonen (2a und 2 b) untergliedert. Zone 2a umfasst die direkt südlich an Grevesmühlen angrenzenden Nachbargemeinden, für die der Vorhabenstandort im südlichen Stadtgebiet ebenfalls gut erreichbar ist. Zone 2b enthält die Gemeinden Mühlen Eichsen und Testorf-Steinfort im äußersten Süden des Einzugsgebietes sowie die nördlichen Nachbargemeinden der Stadt. Im Einzelnen sind dies:

- Zone 2a mit 2.537 EW:
  Bernstorf; Hanshagen; Plüschow; Rüting; Upahl

- Zone 2b mit 6.681 EW:
  Börzow; Damshagen; Grieben; Hohenkirchen; Mallentin; Mühlen-Eichsen; Testorf-Steinfort; Warnow



Einzugsgebiet Projektvorhaben	
Zone 1a	2.956 EW
Zone 1b	6.666 EW
Zone 1c	1.032 EW
Zone 2a	2.537 EW
Zone 2b	6.681 EW
gesamt	19.872 EW

Einen Überblick über Einwohnerzahl und Nachfragevolumen in den Zonen den Einzugsgebietes gibt nachfolgende Übersicht:

Daten zum Einzugsgebiet Sortiment: Periodischer Bedarf Einwohner, Verbrauchsausgaben und Ausgabenvolumen p. a. 2011/12						
Zone	Gebiet		Einwohner 31.12.2010	Verbr.-Ausgaben €/Ew. p. a.	Ausg.-Volumen Tsd. € p. a.	Verteilung %
Zone 1a max. 4 km	Grevesmühlen Ortslage: AWG-Siedlung, Bahnhofsvorstadt, Südstadt, Ortsteile Wotenitz, Büttlingen, Questin		2.956	2.716	8.028	15,0
Zone 1b max. 2 km	Grevesmühlen: restliche Ortslage		6.666	2.683	17.884	33,4
Zone 1c max. 7 km	Grevesmühlen: sonstige OT		1.032	2.774	2.863	5,4
Zone 2a max. 8 km	Bernstof, Hanshagen, Plüschow, Rüting, Upahl		2.537	2.671	6.777	12,7
Zone 2b max. 12 km	Börzow, Damshagen, Grieben, Hohenkirchen, Mallentin, Mühlen-Eichsen, Testorf-Steinfort, Warnow		6.681	2.684	17.931	33,5
EZG	**Alle Marktzonen**		**19.872**	**2.691**	**53.482**	**100,0**
Verbrauchsausgaben p. a. (Ø BRD 2012):			**2.933**	€/Ew. p. a.	Elastizität: **0,43**	
Kaufkraftkennziffer	Zone 1a:	**82**	2.716	€/Ew. p. a.		
(Ø BRD =100)	Zone 1b:	**79**	2.683	€/Ew. p. a.		
	Zone 1c:	**87**	2.774	€/Ew. p. a.		
	Zone 2a:	**78**	2.671	€/Ew. p. a.		
	Zone 2b:	**79**	2.684	€/Ew. p. a.		

Quelle: Berechnungen BulwienGesa; Kaufkraftkennziffer MB-Research, microm (kleinräumig)

5.5 Umsatzpotenzial des Projektvorhabens

Aufgrund der Schwächen in der Lagequalität und der bereits hohen Wettbewerbsintensität zeichnen sich für die vorgesehenen Märkte im Branchenvergleich als recht niedrig zu bewertende, jedoch noch tragfähige Umsatzchancen ab. Sie wären als solitäre Betriebe, d. h. ohne den zentralitätsbildenden Verbundeffekt, jeweils noch niedriger einzuschätzen. Die Nachfragebasis der näheren Umgebung reicht für den Betrieb eines Lebensmittelmarktes der Nahversorgung allein nicht aus, zudem ist die Wettbewerbsintensität der Lebensmittelmärkte rund um die B 105 zu berücksichtigen. Um diesen Einwirkungen hinreichend eigenes akquisitorisches Potenzial entgegensetzen zu können, muss der Supermarkt als Vollsortimenter ausgebildet sein und der Verbundeffekt Vollsortimenter/Discounter/Drogeriemarkt eine erhöhte Reichweite generieren.

Umsatzschätzung Gesamtprojekt								
Anbieter:	KKB im EZG		Externe Zuflüsse	Kern-sortiment	Nonfood-sortiment	Gesamt-umsatz	Verkaufs-fläche	Raum-leistung
	in Tsd. Euro	% KKB im EZG	in Tsd. Euro	in Tsd. Euro	in Tsd. Euro	in Tsd. Euro	in qm	in Euro/ qm VKF p. a.
Markant	3.700	6,9	1.000	4.700	300	**5.000**	1.500	3.333
Aldi	2.665	5,0	835	3.500	770	**4.270**	900	4.744
Drogeriemarkt	1.650	3,1	450	2.100	230	**2.330**	700	3.329
Gesamtprojekt	**8.015**	**15,0**	**2.285**	**10.300**	**1.300**	**11.600**	**3.100**	**3.742**

Quelle: Berechnungen BulwienGesa; Rundungsdifferenzen möglich

Die Umsatzchancen der einzelnen Komponenten des Projektvorhabens setzen sich jeweils unter Berücksichtigung des Verbundeffektes wie folgt zusammen, siehe Kap. 5.5.1 bis 5.5.3.

5.5.1 Umsatzschätzung Markant

Für Markant wird ein Umsatzpotenzial von ca. 5,0 Mio. Euro p. a. geschätzt, wovon ca. 94 % Umsatzanteil bzw. ca. 4,7 Mio. Euro p. a. mit dem Kernsortiment "Periodischer Bedarf" umgesetzt werden würden. Mit rechnerisch 3.333 Euro/qm Verkaufsfläche wäre das Objekt unterdurchschnittlich, aber noch tragfähig ausgelastet. Der Betrieb kann zudem durch Mieterträge quersubventioniert werden, da der Betreiber zugleich Investor ist.

Die mit Abstand höchste Kaufkraftbindung wird mit rd. 12,4 % in Zone 1a erreicht, für deren Bewohner Markant den zukünftig nächst gelegene, auch fußläufig erreichbaren Nahversorger darstellen würde. Auch aus der restlichen Ortslage könnten im Zuge der Verlagerung Kundenanteile (KKB 8,7 %) mit an den neuen Standort übernommen sowie bisher an Alternativstandorten einkaufende Kunden umorientiert werden. Somit würde der neue Markt gut ein Fünftel seines Umsatzvolumens mit Kunden aus der Einzugsgebietszone 1a und knapp ein Drittel mit Kunden aus Zone 1b generieren. Für das Erreichen der weiter entfernt wohnenden Einwohner macht sich sodann die Randlage des Projektstandortes bemerkbar, indem dort geringere Kaufkraftbindung von max. rd. 6,7 % erzielt werden, was insbesondere in Zone 2b mit nur 3 % KKB deutlich wird. Bei Kunden aus der südlich des Vorhabens gelegenen Zone 2a wirkt sich die Randlage hingegen eher positiv aus, da diese das Stadtzentrum Grevesmühlen über die Rehnaer Straße und Schweriner Straße erreichen und somit nah am Vorhabenstandort vorbeigeführt werden.

Umsatzschätzung Markant

Zone	Einwohner	Ausgabenvolumen Tsd. € p. a.	Kaufkraftbindung %	Umsatzchance Tsd. € p. a.	Umsatzzusammensetzung nach... %	
					Herkunft	Kern-/Randsortiment
1a	2.956	8.028	12,4	995	21,2	
1b	6.666	17.884	8,7	1.556	33,1	
1c	1.032	2.863	6,7	192	4,1	
2a	2.537	6.777	6,2	420	8,9	
2b	6.681	17.931	3,0	538	11,4	
EZG	**19.872**	53.482	**6,9**	**3.700**	**78,7**	
			plus externer Zufluss	1.000	21,3	
			Umsatz Periodischer Bedarf p. a.	4.700	**100,0**	94,0
			zzgl. Nonfood-Randsortimente	300		6,0
			Gesamtumsatz p. a.	**5.000**		**100**

Dimensionierung und Auslastung

Sortiment	Umsatz Tsd. € p. a.	Verkaufsfläche qm	Raumleistung €/qm VKF p. a.
Periodischer Bedarf	4.700	1.450	3.242
Nonfood-Randsortimente	300	50	6.000
Gesamtprojekt	**5.000**	**1.500**	**3.333**

Quelle: Berechnungen BulwienGesa

Zu dem mit Kunden aus dem Einzugsgebiet erwirtschaftbaren Umsatzpotenzial kommen externe Zuflüsse durch Touristen und sonstige Zufallskunden i. H. von knapp 1 Mio. Euro p. a. Darin enthalten sind auch Streuzuflüsse mit Kunden aus der im Einzelhandelskonzept für die Gesamtstadt ausgewiesenen EZG-Zone 3.

5.5.2 Umsatzschätzung Aldi

Die Umsatzschätzung ergibt im Kernsortiment "Periodischer Bedarf" einen Zielumsatz von etwa 3,5 Mio. Euro p. a., woraus sich unter Einrechnung eines betreibertypischen Nonfood-Zuschlags von ca. 0,8 Mio. Euro p. a. (Umsatzanteil ca. 18 %) ein Gesamt-Zielumsatz von rund 4,3 Mio. Euro p. a. ergibt. Das Objekt wäre mit rund 4.270 Euro/qm VKF somit wirtschaftlich ausreichend tragfähig.

Aldi dürfte den Großteil seiner Kunden an den neuen Standort "mitnehmen" können. Diese nutzen gemäß der durchgeführten Kundenbefragung überwiegend den Pkw als Verkehrsmittel, weshalb die Lage des Verlagerungsstandortes eher zweitrangig sein dürfte, da dieser mit dem Pkw ebenfalls gut erreichbar ist.

Gegenüber Markant besteht bei Aldi ein geringeres Gefälle der Kaufkraftbindung zwischen den EZG-Zonen. Am höchsten fällt diese naturgemäß in der Standortzone 1a mit ca. 7,7 % aus. In den weiteren EZG-Zonen fällt diese bis aus minimal 2,4 % in Zone 2b zurück. Bezüglich der Umsatzherkunft kann Aldi eine größere Ausstrahlung in die Zone 1b erreichen. Der Umsatzanteil mit externen Kunden wird auf gut 0,8 Mio. Euro p. a. taxiert.

Umsatzschätzung Aldi

Zone	Einwohner	Ausgaben-volumen Tsd. € p. a.	Kaufkraft-bindung %	Umsatzchance Tsd. € p. a.	Umsatz-zusammensetzung nach... %	
					Herkunft	Kern-/ Rand-sortiment
1a	2.956	8.028	7,7	618	17,7	
1b	6.666	17.884	6,5	1.162	33,2	
1c	1.032	2.863	4,7	135	3,8	
2a	2.537	6.777	4,7	320	9,1	
2b	6.681	17.931	2,4	430	12,3	
EZG	**19.872**	53.482	**5,0**	**2.665**	**76,1**	
			plus externer Zufluss	835	23,9	
			Umsatz Periodischer Bedarf p. a.	3.500	**100,0**	82,0
			zzgl. Nonfood-Randsortimente	770		18,0
			Gesamtumsatz p. a.	**4.270**		**100**

Dimensionierung und Auslastung

Sortiment	Umsatz Tsd. € p. a.	Verkaufsfläche qm	Raumleistung €/qm VKF p. a.
Periodischer Bedarf	3.500	900	3.889
Nonfood-Randsortimente	770	100	7.700
Gesamtprojekt	**4.270**	**1.000**	**4.270**

Quelle: Berechnungen BulwienGesa

5.5.3 Umsatzschätzung Drogeriemarkt

Im Kernsortiment "Periodischer Bedarf" wird für den Drogeriemarkt ein Umsatzpotenzial von ca. 2,1 Mio. Euro p. a. geschätzt, der sich zuzüglich etwa 0,23 Mio. Euro p. a. Randsortimente (Umsatzanteil 10 %) auf insgesamt ca. 2,3 Mio. Euro p. a. beläuft. Daraus folgt eine für einen Drogeriemarkt ebenfalls niedrige Auslastung von gut 3.300 Euro/qm VKF.

Hinsichtlich der Umsatzherkunft bzw. Kaufkraftbindung bestehen generell Parallelen zum Aldi-Markt, wenngleich der Drogeriemarkt geringere Kaufkraftbindungen durchsetzen kann.

Vorteilhaft dürften sich gegenüber dem Innenstadt-Drogeriemarkt Kloppenburg die dem Objekt zugeordneten kostenfreien Parkplätze auswirken, da Kloppenburg über keinen eigenen Stellplatz verfügt und Kunden ihre Pkws im bewirtschafteten öffentlichen Straßenraum abstellen müssen.

Umsatzschätzung Drogeriemarkt

Zone	Einwohner	Ausgaben-volumen Tsd. € p. a.	Kaufkraft-bindung %	Umsatzchance Tsd. € p. a.	Umsatz-zusammensetzung nach... %	
					Herkunft	Kern-/ Rand-sortiment
1a	2.956	8.028	4,3	345	16,4	
1b	6.666	17.884	4,2	751	35,8	
1c	1.032	2.863	2,8	80	3,8	
2a	2.537	6.777	3,0	203	9,7	
2b	6.681	17.931	1,5	269	12,8	
EZG	**19.872**	53.482	**3,1**	**1.649**	**78,5**	
			plus externer Zufluss	451	21,5	
			Umsatz Periodischer Bedarf p. a.	2.100	**100,0**	90,0
			zzgl. Randsortimente	230		10,0
			Gesamtumsatz p. a.	**2.330**		**100**

Dimensionierung und Auslastung

Sortiment	Umsatz Tsd. € p. a.	Verkaufsfläche qm	Raumleistung €/qm VKF p. a.
Periodischer Bedarf	2.100	650	3.230
Randsortimente	230	50	4.666
Gesamtprojekt	**2.330**	**700**	**3.329**

Quelle: Berechnungen BulwienGesa

5.6 Wirkungsanalyse

Zusammengenommen dürften rund 47 % bzw. etwa 4,9 Mio. Euro p. a. des Gesamtumsatzes des Projektvorhabens im Periodischen Bedarf (ca. 10,3 Mio. Euro p. a.) als Verlagerungsumsatz aus den Altobjekten Markant und Aldi übernommen werden. (Siehe auch Anhang.)

Ca. 2,9 Mio. Euro p. a. dürften im Nahversorgungsnetz Grevesmühlens umverteilungswirksam werden, rund 2,5 Mio. Euro könnten aus Kaufkraftneubindung bzw. der Verminderung von Kaufkraftabflüssen an Standorte außerhalb des Einzugsgebietes generiert werden.

UMSATZREKRUTIERUNG - GESAMTVORHABEN
im Kernsortiment Periodischer Bedarf

Umsatzherkunft	Umsatz Mio. Euro	Umsatz %
Übertragener Ausgangsumsatz	4,88	*47,4*
Umsatzumverteilung in GVM	2,90	*28,2*
Neubindung bzw. Verminderung von Kaufkraft-Abflüssen	2,53	*24,6*
Gesamtumsatz inkl. Drogeriemarkt	**10,30**	***100,0***

Quelle: Berechnungen BulwienGesa, Rundungsdifferenzen möglich

Die größte Teil der Umsatzumverteilungen dürfte gegenüber den typgleichen bzw. typähnlichen Betreibern Marktkauf und Sky, den Discountern sowie bei Kloppenburg umverteilt werden.
Am stärksten betroffen dürfte der ZVB Innenstadt-Ergänzungsbereich Sky/Kik (-10,8 %) und dort im Wesentlichen der Sky-Verbrauchermarkt sein, da dieser im direkten Wettbewerb mit dem vorgesehenen Markant-Verbrauchermarkt stehen würde. Marktkauf als umsatzstärkster Lebensmittelmarkt in Grevesmühlen ist weniger stark betroffen.

Er ist angebotsseitig optimal aufgestellt und weiter entfernt gelegen, zudem spricht er in stärkerem Umfang Kundenanteile aus dem Norden des Grevesmühlener Einzugsgebiet sowie externe Streukunden an, die durch das Vorhaben am Südrand der Stadt weniger stark erfasst werden würden.
Auch der ZVB Innenstadt würde Umsatzanteile in nicht unerheblicher Höhe abgeben. Dies betrifft insbesondere Kloppenburg als derzeit einzigen Drogeriemarkt im Stadtgebiet mit bedeutender Ankerfunktion.

UMSATZUMVERTEILUNG in Grevesmühlen
im Kernsortiment Periodischer Bedarf
(bereinigt um Verlagerungsobjekte Aldi und Markant)

Standortbereich	Umsatz IST Mio. Euro	Umsatz KÜNFTIG Mio. Euro	Δ Mio. Euro	Δ %
ZVB Innenstadt	**6,8**	**6,3**	**-0,5**	***-6,7***
davon:				
LM- u. Drogeriemärkte	2,5	2,2	-0,2	*-9,6*
Sonstiger (Klein-)Handel	4,3	4,1	-0,2	*-5,0*
ZVB Sky / Kik	**5,4**	**4,8**	**-0,6**	***-10,8***
STV Marktkauf / Norma	**12,2**	**11,1**	**-1,1**	***-8,6***
davon:				
LM-Märkte	11,9	10,9	-1,0	*-8,5*
Sonstiger (Klein-)Handel	0,3	0,2	-0,0	*-12,6*
GE Ost	**3,5**	**3,2**	**-0,2**	***-6,2***
davon:				
LM-Märkte	2,5	2,3	-0,2	*-6,7*
Sonstiger (Klein-)Handel	1,0	0,9	-0,0	*-5,1*
Streulage	**7,7**	**7,1**	**-0,6**	***-7,5***
davon:				
LM- u. Drogeriemärkte	6,4	5,9	-0,5	*-7,6*
Sonstiger Kleinhandel	1,3	1,2	-0,1	*-6,7*
Grevesmühlen Gesamt	**35,5**	**32,6**	**-2,9**	***-8,1***

Quelle: Berechnungen BulwienGesa, Rundungsdifferenzen möglich

Die Discounter im Stadtgebiet werden weniger stark betroffen und dürften in ihrem Fortbestand nicht gefährdet sein. Dies trifft insbesondere auf die wichtigen Nahversorgungsstandorte Netto und Lidl zu, die auch zukünftig eine wohnortnahe und fußläufig zu erreichende Versorgung - vor allem für ältere Einwohner ohne eigenen Pkw - gewährleisten. Eine Ausnahme könnte Penny im Gewerbegebiet Ost darstellen. Zwar wäre nach der Aldi-Verlagerung ein Konkurrent weniger im Standortbereich ansässig, es kann jedoch unterstellt werden, dass Aldi einen Großteil seiner Kunden an den Bahnhofsstandort mitnehmen kann, sodass die Kundenfrequenzen im Lagebereich GE-Ost zukünftig generell niedriger ausfallen und die verbleibenden Anbieter somit geschwächt werden dürften.

Ergebnis der Wirkungsanalyse

Im Ergebnis erweist sich das Vorhaben in der vorgesehenen Kombination aus Verbrauchermarkt, Discounter und Drogeriemarkt als nicht mehr vertretbar und kann insofern der Stadt Grevesmühlen nicht empfohlen werden. Diese idealtypische Standortkombination ist in der Form bisher in Grevesmühlen nicht vertreten und würde bei einem Markteintritt eine zu große Angebots- und Umsatzkonzentration an diesem Standort generieren, die umfangreiche Umverteilungswirkungen auslöst und somit städtebauliche Risiken für die nach § 11(3) BauNVO schützenswerten zentralen Versorgungsbereiche nach sich ziehen.

Markant fehlt durch die kurzfristige Schließung in jedem Fall künftig als innerstädtischer Anbieter, was sich jedoch mit einer Nachnutzung des Altobjektes durch eine andersartige Magnetnutzung vorzugsweise mit überörtlicher Ausstrahlung kompensieren ließe. Dieses Erfordernis tritt also unabhängig von der Neueröffnung am Bahnhof ein.

Schwerer wiegt die Belastung von Sky und vor allem Kloppenburg, die wesentlich zur Nahversorgung in der Innenstadt beitragen.

Vor allem das Drogeriesegment spielt in der Innenstadt eine wichtige Rolle - wenn also überhaupt ein zusätzlicher Wettbewerber mit Vollsortiment in den Grevesmühlener Markt eintritt, dann dort.

5.7 Empfehlung – Modifikation des Vorhabens

Die Gutachter empfehlen daher, auf die Ansiedlung des Drogeriemarktes zu verzichten und die vorgesehene Ladeneinheit entweder für den Verkauf "nicht zentrenrelevanter" Sortimente in Erwägung zu ziehen oder sie aus dem Konzept zu streichen. Dadurch werden die Verdrängungswirkungen reduziert und die Innenstadt in einer wichtigen ihr verbliebenen standortprägenden Warengruppe nicht durch einen gewichtigen Wettbewerber im Außenbereich bedrängt.

Eine Arrondierung mit wenigen kleinteiligen nahversorgungsrelevanten Anbietern (z. B. Apotheke, Blumen, ein Backshop ist ohnehin obligatorisch) bis max. 200 qm Verkaufsfläche wäre dagegen konzeptgerecht und zudem auch im Sinne einer Verbesserung der Nahversorgung im südlichen Stadtgebiet.

Für die Kombination Markant/Aldi inkl. obligatorischem Backshop belegt die nachstehende modifizierte Wirkungsanalyse die Verträglichkeit. Sollten weitere potenziell umsatzstarke Shops bis 200 qm VKF mit "zentrenrelevanten" oder "nahversorgungsrelevanten" Sortimenten angesiedelt werden, wäre die Wirkungsanalyse ggf. zu aktualisieren.

Umsatzschätzung Markant (Variante ohne Drogeriemarkt)

Zone	Einwohner	Ausgabenvolumen Tsd. € p. a.	Kaufkraftbindung %	Umsatzchance Tsd. € p. a.	Umsatzzusammensetzung nach... %	
					Herkunft	Kern-/ Randsortiment
1a	2.956	8.028	13,1	1.052	22,1	
1b	6.666	17.884	9,0	1.610	33,9	
1c	1.032	2.863	6,6	189	4,0	
2a	2.537	6.777	6,1	413	8,7	
2b	6.681	17.931	2,8	502	10,6	
EZG	**19.872**	53.482	**7,0**	**3.765**	**79,3**	
			plus externer Zufluss	985	20,7	
			Umsatz Periodischer Bedarf p. a.	4.750	**100,0**	94,0
			zzgl. Gebrauchsgüter	300		6,0
			Gesamtumsatz p. a.	**5.050**		**100**

Dimensionierung und Auslastung

Sortiment	Umsatz Tsd. € p. a.	Verkaufsfläche qm	Raumleistung €/qm VKF p. a.
Periodischer Bedarf	4.750	1.450	3.276
Gebrauchsgüter	300	50	6.000
Gesamtprojekt	**5.050**	**1.500**	**3.367**

Quelle: Berechnungen BulwienGesa

Der Aldi-Umsatz dürfte in dieser Variante daher etwas geringer ausfallen. Zwar könnte dieser genauso wie Markant eine etwas höhere Kaufkraftbindung in den nahe liegenden EZG-Zonen 1a-c und 2a erreichen, ohne den Drogeriemarkt sinkt jedoch die Attraktivität des Gesamtstandortes. Primär davon betroffen wäre Aldi, der als Branchenführer generell ein größeres Marktgebiet anspricht als Markant.

Umsatzschätzung Aldi (Variante ohne Drogeriemarkt)

Zone	Einwohner	Ausgabenvolumen Tsd. € p. a.	Kaufkraftbindung %	Umsatzchance Tsd. € p. a.	Umsatzzusammensetzung nach... %	
					Herkunft	Kern-/Randsortiment
1a	2.956	8.028	8,0	642	18,6	
1b	6.666	17.884	6,6	1.180	34,2	
1c	1.032	2.863	4,7	133	3,9	
2a	2.537	6.777	4,8	325	9,4	
2b	6.681	17.931	2,2	394	11,4	
EZG	**19.872**	53.482	**5,0**	**2.675**	**77,5**	
			plus externer Zufluss	775	22,5	
			Umsatz Periodischer Bedarf p. a.	3.450	**100,0**	82,0
			zzgl. Gebrauchsgüter	750		18,0
			Gesamtumsatz p. a.	**4.200**		**100**

Dimensionierung und Auslastung

Sortiment	Umsatz Tsd. € p. a.	Verkaufsfläche qm	Raumleistung €/qm VKF p. a.
Periodischer Bedarf	3.450	900	3.834
Gebrauchsgüter	750	100	7.500
Gesamtprojekt	**4.200**	**1.000**	**4.200**

Quelle: Berechnungen BulwienGesa

Aldi verlagert zudem von seinem verkehrsorientierten Standort an der L 03 sowie nahe der B 105 an den introvertierter gelegenen Bahnhof, was insoweit verkehrlich eine Lageverschlechterung bedeutet. Durch den attraktiven Standortverbund mit Verbraucher- und Drogeriemarkt könnte dieser Nachteil der Verlagerung ausgeglichen werden. Fällt der Drogeriemarkt als Anker weg, büßt der Standort und somit Aldi an Fernwirkung und somit an Kaufkraftbindung in Zone 2b ein. Auch die externen Zuflüsse werden niedriger eingeschätzt. Die Tragfähigkeit als Verbundstandort dürfte jedoch trotz insgesamt niedriger Auslastung des Supermarktes nach wie vor noch ausreichend gewährleistet sein. Da der Betreiber identisch mit dem Investor/Eigentümer ist, kann das operative Geschäft durch immobilienwirtschaftliche Erträge unterstützt werden, was in diesem Fall auch eine wesentliche Voraussetzung für einen wirtschaftlichen Betrieb an diesem Standort darstellt.

Bei Verzicht auf den Drogeriemarkt beläuft sich der Gesamtumsatz des Projektvorhabens im Kernsortiment, wie nachfolgende Übersicht dargestellt, auf ca. 8,2 Mio. Euro p. a. bzw. auf ca. 9,3 Mio. Euro p. a. inkl. Nonfood-Randsortimente.

Umsatzschätzung Gesamtprojekt (Modifikation - Variante ohne Drogeriemarkt)

Anbieter:	KKB im EZG		Externe Zuflüsse	Kernsortiment	Nonfoodsortiment	Gesamtumsatz	Verkaufsfläche	Raumleistung
	in Tsd. Euro	% KKB im EZG	in Tsd. Euro	in Tsd. Euro	in Tsd. Euro	in Tsd. Euro	in qm	in Euro/qm VKF p. a.
Markant	3.765	7,0	985	4.750	300	**5.050**	1.500	3.367
Aldi	2.675	5,0	775	3.450	750	**4.200**	900	4.667
Gesamtprojekt	**6.440**	**12,0**	**1.760**	**8.200**	**1.050**	**9.250**	**2.400**	**3.854**

Quelle: Berechnungen BulwienGesa; Rundungsdifferenzen möglich

Er rekrutiert sich neben dem übertragenen Ausgangsumsatz der Verlagerungsobjekte nur zu ca. 23 % aus Umverteilung gegenüber dem Nahversorgungsnetz in Grevesmühlen. Auch das Neubindungs- bzw. Rückführungspotenzial bisher außerhalb des Einzugsgebietes gebundener Kaufkraft reduziert sich folglich.

UMSATZREKRUTIERUNG - GESAMTVORHABEN ohne Drogeriemarkt im Kernsortiment Periodischer Bedarf		
Umsatzherkunft	Umsatz Mio. Euro	Umsatz %
Übertragener Ausgangsumsatz	4,88	*59,5*
Umsatzumverteilung in GVM	1,89	*23,0*
Neubindung bzw. Verminderung von Kaufkraft-Abflüssen	1,43	*17,5*
Gesamtumsatz ohne Drogeriemarkt	**8,20**	***100,0***

Quelle: Berechnungen BulwienGesa, Rundungsdifferenzen möglich

Der geringere Umsatzanteil aus Umverteilung reduziert die Verdrängungswirkungen in allen Standortbereichen. Einzelne Anbieter im ZVB Innenstadt dürften sogar leicht profitieren, da ein Wettbewerber im gleichen Lagebereich weniger vorhanden ist.

Ergebnis der modifizierten Wirkungsanalyse

Zusammengefasst ist die vorgeschlagene Modifikation des Vorhabens hinsichtlich der städtebaulichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche sowie auf die wohnortnahe Nahversorgung als verträglich zu bewerten.

Die fußläufige erreichbare Nahversorgung der Innenstadtbewohner ist auch im Falle einer Markant-Verlagerung durch Kloppenburg und den Frischemarkt Boost im ZVB "Innenstadt" sowie insbesondere durch den Sky-Markt im ZVB Innenstadt-Ergänzungsbereich "Sky/Kik" gesichert. Das prioritäre Ziel der Schaffung einer Nahversorgungsmöglichkeit für die Südstadt lässt sich mit dem vorgeschlagenen modifizierten Planvorhaben erreichen. Zudem wir der bisher randständige Aldi-Discounter an einen Standort inmitten der Kernstadt verlagert und somit städtebaulich integriert.

Das Vorhaben entspricht somit den Zielen und Empfehlungen des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Grevesmühlen.

UMSATZUMVERTEILUNG in GVM - ohne Drogeriemarkt
im Kernsortiment Periodischer Bedarf
(bereinigt um Verlagerungsobjekte Aldi und Markant)

Standortbereich	Umsatz IST Mio. Euro	Umsatz KÜNFTIG Mio. Euro	Δ Mio. Euro	Δ %
ZVB Innenstadt	**6,8**	**6,8**	**-0,0**	***-0,1***
davon:				
LM- u. Drogeriemärkte	2,5	2,6	0,1	*5,5*
Sonstiger (Klein-)Handel	4,3	4,2	-0,1	*-3,3*
ZVB Sky / Kik	**5,4**	**4,9**	**-0,4**	***-7,8***
STV Marktkauf / Norma	**12,2**	**11,4**	**-0,8**	***-6,8***
davon:				
LM-Märkte	11,9	11,1	-0,8	*-6,7*
Sonstiger (Klein-)Handel	0,3	0,2	-0,0	*-8,9*
GE Ost	**3,5**	**3,3**	**-0,2**	***-5,3***
davon:				
LM-Märkte	2,5	2,4	-0,1	*-5,4*
Sonstiger (Klein-)Handel	1,0	0,9	-0,0	*-5,1*
Streulage	**7,7**	**7,2**	**-0,5**	***-5,9***
davon:				
LM- u. Drogeriemärkte	6,4	6,0	-0,4	*-5,9*
Sonstiger (Klein-)Handel	1,3	1,2	-0,1	*-5,6*
Grevesmühlen Gesamt	**35,5**	**33,6**	**-1,9**	***-5,3***

Quelle: Berechnungen BulwienGesa, Rundungsdifferenzen möglich

BulwienGesa AG
research • analysis • consulting

ANHANG

Moorfuhrtweg 13
22301 Hamburg
Tel. (040) 42 32 22-0
Fax (040) 42 32 22-12
hamburg@bulwiengesa.de
www.bulwiengesa.de

© BulwienGesa AG 2013 – 106738

Kaufkraftstrom-Modellrechnung im periodischen Bedarf für das Einzugsgebiet Grevesmühlen – Ausgangslage
Verteilung der Nachfragevolumina je Marktzone in den Spalten - Erklärung der Umsatzherkunft an den einzelnen Standortbereichen in den Zeilen

Standortbereich	Zone 1a		Zone 1b		Zone 1c		Zone 1a+b+c Grevesmühlen Total		Zone 2 a		Zone 2b		Einzugsgebiet total		Externer Zufluss	Umsatz in Grevesmühlen	
	Umsatz/KKB*		Umsatz/KKB*		Umsatz/KKB*		Umsatz/KKB*		Umsatz/KKB*		Umsatz/KKB*		Umsatz/KKB*			Umsatz/Marktanteil	
	Tsd. € p. a.	%			Tsd. € p. a.	%	Tsd. € p. a.	%	Tsd. € p. a.	%	Tsd. € p. a.	%			Tsd. € p. a.	Tsd. € p. a.	%
Markant	466	5,8	1.073	6,0	103	3,6	1.642	5,7	41	0,6	108	0,6	1.790	3,3	210	2.000	5,0
Frischemarkt Boost Kloppenburg																	
∑ Frischemarkt u.Kloppenburg	514	6,4	1.245	7,0	160	5,6	1.919	6,7	87	1,3	195	1,1	2.202	4,1	268	2.470	6,1
∑ LM-Märkte ZVB Innenstadt	**979**	**12,2**	**2.318**	**13,0**	**263**	**9,2**	**3.561**	**12,4**	**128**	**1,9**	**303**	**1,7**	**3.992**	**7,5**	**478**	**4.470**	**11,1**
Kleinhandel ZVB Innenstadt	819	10,2	1.896	10,6	212	7,4	2.926	10,2	190	2,8	466	2,6	3.582	6,7	718	4.300	10,7
ZVB Innenstadt - Total	**1.798**	**22,4**	**4.213**	**23,6**	**475**	**16,6**	**6.487**	**22,5**	**318**	**4,7**	**769**	**4,3**	**7.574**	**14,2**	**1.196**	**8.770**	**21,7**
Sky Kleinhandel ZVB Sky																	
ZVB Sky - Total	**827**	**10,3**	**1.949**	**10,9**	**298**	**10,4**	**3.074**	**10,7**	**291**	**4,3**	**789**	**4,4**	**4.154**	**7,8**	**1.206**	**5.360**	**13,3**
Marktkauf Norma																	
∑ LM-Märkte STV Marktkauf	**1.581**	**19,7**	**3.684**	**20,6**	**538**	**18,8**	**5.804**	**20,2**	**643**	**9,5**	**2.107**	**11,8**	**8.554**	**16,0**	**3.376**	**11.930**	**29,6**
Kleinhandel STV Marktkauf	40	0,5	125	0,7	9	0,3	174	0,6	14	0,2	27	0,2	214	0,4	56	270	0,7
STV Marktkauf - Total	**1.622**	**20,2**	**3.809**	**21,3**	**547**	**19,1**	**5.978**	**20,8**	**657**	**9,7**	**2.134**	**11,9**	**8.768**	**16,4**	**3.432**	**12.200**	**30,2**
Aldi Penny	353	4,4	805	4,5	129	4,5	1.287	4,5	237	3,5	448	2,5	1.972	3,7	908	2.880	7,1
∑ LM-Märkte GE-Ost	**658**	**8,2**	**1.574**	**8,8**	**238**	**8,3**	**2.470**	**8,6**	**447**	**6,6**	**843**	**4,7**	**3.760**	**7,0**	**1.621**	**5.381**	**13,3**
Kleinhandel GE Ost	120	1,5	277	1,6	43	1,5	441	1,5	81	1,2	143	0,8	665	1,2	285	950	2,4
GE Ost - Total	**779**	**9,7**	**1.851**	**10,4**	**281**	**9,8**	**2.910**	**10,1**	**529**	**7,8**	**986**	**5,5**	**4.425**	**8,3**	**1.906**	**6.331**	**15,7**
GE Kap.-Ton Weide																	
GE Kap.-Ton Weide - Total																	
Lidl Netto Nord																	
∑ Bestand LM-Märkte Streul.	**1.236**	**15,4**	**2.432**	**13,6**	**243**	**8,5**	**3.912**	**13,6**	**440**	**6,5**	**807**	**4,5**	**5.159**	**9,6**	**1.241**	**6.400**	**15,9**
Projekt Aldi Projekt Markant Projekt Drogeriemarkt																	
Projekt Gesamt																	
∑ LM-Märkte Streulage	**1.236**	**15,4**	**2.432**	**13,6**	**243**	**8,5**	**3.912**	**13,6**	**440**	**6,5**	**807**	**4,5**	**5.159**	**9,6**	**1.241**	**6.400**	**15,9**
Kleinhandel Streulage	265	3,3	590	3,3	63	2,2	918	3,2	61	0,9	126	0,7	1.105	2,1	185	1.290	3,2
Streulage - Total	**1.501**	**18,7**	**3.022**	**16,9**	**306**	**10,7**	**4.830**	**16,8**	**501**	**7,4**	**932**	**5,2**	**6.264**	**11,7**	**1.426**	**7.690**	**19,1**
Ortsteile	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
Umsatz/KKB in GVM	**6.527**	**81,3**	**14.845**	**83,0**	**1.907**	**66,6**	**23.279**	**80,9**	**2.296**	**33,9**	**5.610**	**31,3**	**31.185**	**58,3**	**9.166**	**40.351**	**100,0**
∑ Bindung außerhalb EZG	**1.501**	**18,7**	**3.038**	**17,0**	**5.973**	**33,4**	**10.513**	**19,1**	**4.481**	**66,1**	**4.656**	**68,7**	**24.190**	**45,2**			
Ausgabenvolumen	**8.028**	**100,0**	**17.884**	**100,0**	**2.863**	**100,0**	**28.774**	**100,0**	**6.777**	**100,0**	**17.931**	**100,0**	**53.482**	**100,0**			

Quelle: Berechnungen BulwienGesa; Rundungsdifferenzen möglich

KKB = Kaufkraftbindung

BulwienGesa AG

Kaufkraftstrom-Modellrechnung im periodischen Bedarf für das Einzugsgebiet Grevesmühlen – Prognose inkl. Drogeriemarkt
Verteilung der Nachfragevolumina je Marktzone in den Spalten - Erklärung der Umsatzherkunft an den einzelnen Standortbereichen in den Zeilen

Standortbereich	Zone 1a		Zone 1b		Zone 1c		Zone 1a+b+c Grevesmühlen Total		Zone 2 a		Zone 2b		Einzugsgebiet total		Externer Zufluss	Umsatz in Grevesmühlen		Veränderung zur Ausgangslage	
	Umsatz/KKB*		Umsatz/KKB*		Umsatz/KKB*		Umsatz/KKB*		Umsatz/KKB*		Umsatz/KKB*		Umsatz/KKB*			Umsatz/Marktanteil			
	Tsd. € p. a.	%	Tsd. € p. a.	%	Tsd. € p. a.	%	Tsd. € p. a.	%	Tsd. € p. a.	%	Tsd. € p. a.	%	Tsd. € p. a.	%	Tsd. € p. a.	Tsd. € p. a.	%	Tsd. € p. a.	%
Markant																		-2.000	-100,0
Frischemarkt Boost																			
Kloppenburg																			
∑ Frischemarkt u.Kloppenburg	393	4,9	1.223	6,8	152	5,3	1.768	6,1	54	0,8	160	0,9	1.982	3,7	242	2.224	5,5	-246	-9,9
∑ LM-Märkte ZVB Innenstadt	**393**	**4,9**	**1.223**	**6,8**	**152**	**5,3**	**1.768**	**6,1**	**54**	**0,8**	**160**	**0,9**	**1.982**	**3,7**	**242**	**2.224**	**5,5**	**-2.245**	**-50,2**
Kleinhandel ZVB Innenstadt	795	9,9	1.788	10,0	206	7,2	2.789	9,7	169	2,5	430	2,4	3.389	6,3	695	4.084	10,1	-216	-5,0
ZVB Innenstadt - Total	**1.188**	**14,8**	**3.012**	**16,8**	**358**	**12,5**	**4.558**	**15,8**	**224**	**3,3**	**590**	**3,3**	**5.371**	**10,0**	**937**	**6.308**	**15,6**	**-2.462**	**-28,1**
Sky																			
Kleinhandel ZVB Sky																			
ZVB Sky - Total	**666**	**8,3**	**1.824**	**10,2**	**278**	**9,7**	**2.768**	**9,6**	**210**	**3,1**	**663**	**3,7**	**3.642**	**6,8**	**1.140**	**4.782**	**11,9**	**-579**	**-10,8**
Marktkauf																			
Norma																			
∑ LM-Märkte STV Marktkauf	**1.357**	**16,9**	**3.183**	**17,8**	**515**	**18,0**	**5.055**	**17,6**	**529**	**7,8**	**2.026**	**11,3**	**7.610**	**14,2**	**3.301**	**10.911**	**27,0**	**-1.019**	**-8,5**
Kleinhandel STV Marktkauf	32	0,4	107	0,6	6	0,2	145	0,5	10	0,2	27	0,2	182	0,3	54	236	0,6	-34	-12,6
STV Marktkauf - Total	**1.389**	**17,3**	**3.291**	**18,4**	**521**	**18,2**	**5.200**	**18,1**	**539**	**8,0**	**2.053**	**11,5**	**7.792**	**14,6**	**3.355**	**11.147**	**27,6**	**-1.053**	**-8,6**
Aldi																		-2.880	-100,0
Penny																			-6,7
∑ LM-Märkte GE-Ost	**225**	**2,8**	**733**	**4,1**	**100**	**3,5**	**1.058**	**3,7**	**197**	**2,9**	**377**	**2,1**	**1.631**	**3,1**	**702**	**2.333**	**5,8**	**-3.047**	**-56,6**
Kleinhandel GE Ost	104	1,3	268	1,5	40	1,4	413	1,4	68	1,0	161	0,9	642	1,2	260	902	2,2	-48	-5,1
GE Ost - Total	**329**	**4,1**	**1.001**	**5,6**	**140**	**4,9**	**1.471**	**5,1**	**264**	**3,9**	**538**	**3,0**	**2.273**	**4,3**	**962**	**3.235**	**8,0**	**-3.096**	**-48,9**
GE Kap.-Ton Weide																			
GE Kap.-Ton Weide - Total																			
Lidl																			
Netto Nord																			
∑ Bestand LM-Märkte Streul.	**1.108**	**13,8**	**2.253**	**12,6**	**232**	**8,1**	**3.593**	**12,5**	**373**	**5,5**	**753**	**4,2**	**4.719**	**8,8**	**1.193**	**5.912**		**-488**	**-7,6**
Projekt Aldi	618	7,7	1.162	6,5	135	4,7	1.915	6,7	319	4,7	430	2,4	2.664	5,0	836	3.500	8,7	3.500	100,0
Projekt Markant	995	12,4	1.556	8,7	192	6,7	2.743	9,5	420	6,2	538	3,0	3.701	6,9	999	4.700	11,6	4.700	100,0
Projekt Drogeriemarkt	345	4,3	751	4,2	80	2,8	1.176	4,1	203	3,0	269	1,5	1.649	3,1	451	2.100	5,2	2.100	100,0
Projekt Gesamt	**1.959**	**24,4**	**3.469**	**19,4**	**407**	**14,2**	**5.835**	**20,3**	**942**	**13,9**	**1.237**	**6,9**	**8.014**	**15,0**	**2.286**	**10.300**	**25,5**	**10.300**	**100,0**
∑ LM-Märkte Streulage	**3.067**	**38,2**	**5.723**	**32,0**	**638**	**22,3**	**9.428**	**32,8**	**1.315**	**19,4**	**1.990**	**11,1**	**12.733**	**23,8**	**3.479**	**16.212**	**40,2**	**9.812**	**153,3**
Kleinhandel Streulage	257	3,2	554	3,1	60	2,1	871	3,0	54	0,8	108	0,6	1.033	1,9	170	1.203	3,0	-86	-6,7
Streulage - Total	**3.323**	**41,4**	**6.277**	**35,1**	**699**	**24,4**	**10.299**	**35,8**	**1.369**	**20,2**	**2.098**	**11,7**	**13.766**	**25,7**	**3.649**	**17.415**	**43,2**	**9.725**	**126,5**
Ortsteile	**--**	**--**	**--**	**--**	**--**	**--**	**--**	**--**	**--**	**--**	**--**	**--**	**--**	**--**	**--**	**--**	**--**		
Umsatz/KKB in GVM	**6.896**	**85,9**	**15.405**	**86,1**	**1.995**	**69,7**	**24.296**	**84,4**	**2.606**	**38,5**	**5.942**	**33,1**	**32.844**	**61,4**	**10.043**	**42.887**	**106,3**	**2.536**	**6,3**
∑ Bindung außerhalb EZG	**1.132**	**14,1**	**2.479**	**13,9**	**5.419**	**30,3**	**9.029**	**15,6**	**4.171**	**61,6**	**4.531**	**66,9**	**21.342**	**39,9**					
Ausgabenvolumen	**8.028**	**100,0**	**17.884**	**100,0**	**2.863**	**100,0**	**28.774**	**100,0**	**6.777**	**100,0**	**17.931**	**100,0**	**53.482**	**100,0**					

Quelle: Berechnungen BulwienGesa; Rundungsdifferenzen möglich

KKB = Kaufkraftbindung

URHEBERRECHTLICHER HINWEIS

Die in diesem Gutachten vorgelegten Ermittlungen und Berechnungen sowie die durchgeführten Recherchen wurden nach bestem Wissen und mit der nötigen Sorgfalt auf der Grundlage vorhandener oder in der Bearbeitungszeit zugänglicher Quellen erarbeitet. Eine Gewähr für die sachliche Richtigkeit wird nur für selbst ermittelte und erstellte Informationen und Daten im Rahmen der üblichen Sorgfaltspflicht übernommen. Eine Gewähr für die sachliche Richtigkeit für Daten und Sachverhalte aus dritter Hand wird nicht übernommen.

Die Ausfertigungen dieses Gutachtens bleiben bis zur vollständigen Bezahlung des vereinbarten Honorars unser Eigentum. Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt und bei der BulwienGesa AG registriert. Alleine der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten oder Auszüge davon (diese jedoch nur mit Quellenangabe) für die gemäß Angebot/Auftrag vereinbarte Zweckbestimmung weiterzugeben. Vervielfältigungen, Veröffentlichungen und Weitergabe von Inhalten an Dritte in jeglicher Form sind grundsätzlich nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung der BulwienGesa AG und nur mit Angabe der Originalquelle gestattet. Ausgenommen ist die Verwendung des Gutachtens oder Teile davon für Vermarktungsprospekte, hier ist ausnahmslos die vorherige schriftliche Einwilligung der BulwienGesa AG einzuholen.

Hamburg, der 3. Mai 2013

Einzelhandelskonzept Grevesmühlen

1. Übersicht Eingegangene Stellungnahmen aus der Beteiligung der Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange mit dem Entwurf

Name	Beteiligt am	Stellungnahme vom	Posteingang Stellungnahme
Landkreis Nordwestmecklenburg Die Landrätin Rostocker Straße 76 23970 Wismar	13.02.2013	27. 03.2013	16. 04.2013
Ministerium für Energie, Infrastruktur und Landesentwicklung M-V Schloßstraße 6-8 19053 Schwerin	13.02.2013	19.03.13	20. 03. 13
IHK zu Schwerin Ludwig Bölkow Haus Graf-Schack-Allee 12 19053 Schwerin	13.02.2013	26.02.2013	07.03.2013
Handwerkskammer Friedensstraße 4a 19053 Schwerin	13.02.2013	—	—
Einzelhandelsverband Nord e.V. Kröpeliner Straße 92 18055 Rostock	13.02.2013	06.03.2013	08.03.2013
Gewerbe-, Handels- und Industreiverein Grevesmühlen e.V. Wismarsche Str. 22 23936 Grevesmühlen	13.02.2013	—	—
Hansestadt Wismar Der Bürgermeister Herr Thomas Beyer Am Markt 1 23966 Wismar	13.02.2013	20.03.2013	26.03.2013
Hansestadt Lübeck Der Bürgermeister Herr Bernd Saxe Breite Straße 62 23552 Lübeck	13.02.2013	27.02.2013	04.03.2013

2. Stellungnahmen aus der Öffentlichkeitsbeteiligung

Anba Projektentwicklung Uhlandstraße 27 10719 Berlin	vom 25.02.2013 bis 08.03.2013	05.03.2013	08.03.2013

Landkreis Nordwestmecklenburg

Die Landrätin

Stabstelle Wirtschafts- und Regionaentwicklung

Landkreis Nordwestmecklenburg ● Postfach 1155 ● 23931 Grevesmühlen

Stadt Grevesmühlen
GB Bauamt- SG PlanungR
Rathausplatz 1
23936 Grevesmühlen

Vorab per mail:
m.steffen@grevesmühlen.de

Bgm	HA	KÄ	BA	OA

WV | Eilt 05 13126

Stadt Grevesmühlen
Eingegangen 728
16. April 2013

Auskunft erteilt Ihnen
Heiko Boje

Dienstgebäude:
Rostocker Str. 76
23970 Wismar

Zimmer	Telefon	Fax
1.08	**0384130409810/ 99810**	

E-mail
h.boje@nordwestmecklenburg.de

Aktenzeichen
Einzelhandel GVM

Ort, Datum
Wismar, den 27.03.2013

Entwurf des Einzelhandelskonzepts der Stadt Grevesmühlen vom 08.02.2013
Ihr Schreiben vom 13.02.2013

Stellungnahme, Hinweise des Landkreises Nordwestmecklenburg

Die Stadt Grevesmühlen verfolgt mit der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahre 2003 einen Anpassungsbedarf des Einzelhandels in der Stadt Grevesmühlen an veränderte Marktpositionen nachzuweisen, sowie insbesondere die Verträglichkeit eines neu zu schaffenden Nahversorgungszentrums (NVZ) in unmittelbarer Nähe des Bahnhofs mit dem Einzelhandel der Innenstadt zu begründen. Diese Ansiedlung als NVZ wird einer wirkungsanalytischen und städtebaulichen Bewertung unterzogen, um durch die Schaffung einer rechtssicheren Handlungs- und Planungsgrundlage den Einzelhandel in der Stadt mittelfristig zu steuern. In Anlehnung an die § 34 (3) BauGB, 9 (2a) BauGB erfolgt die Ermittlung und der Nachweis des innerstädtischen Zentrums und weiterer Nahversorgungszentren im Sinne eines zentralen Versorgungsbereiches (ZVB). Insbesondere der § 1 (6) Nr. 4 BauGB fordert die Berücksichtigung zentraler Versorgungsbereiche bei der Aufstellung von Bebauungsplänen. Das Einzelhandelskonzept soll einerseits als sonstiges städtebauliches Entwicklungskonzept i.S.v. § 1 Abs.6 Nr.11 BauGB dienen und damit als bedeutsame Abwägungsgrundlage bei der Aufstellung von Bauleitplänen Berücksichtigung finden. Ein schlüssiges Konzept soll als Grundstein für Investoren- und Planungssicherheit und für die Umsetzung von einzelhandelsrelevanten Maßnahmen insbesondere in der Innenstadt dienen.

Eines der wichtigsten Ziele der Regionalen Raumentwicklungsplanung Westmecklenburgs ist die standortgerechte Steuerung großflächiger Einzelhandelsbetriebe in den Zentralen Orten, um die Funktion von Innenstädten sowie deren Nahversorgungsstrukturen zu erhalten, ggf. auszubauen.
Die Fragen, die sich im Grunde genommen aus dem **Regionalen Raumentwicklungsplan Westmecklenburg, Kap. 4.3.2 „Großflächige Einzelhandelsvorhaben"** ergeben, sind u.a. als Zielvorgaben des Regionalen Raumentwicklungsprogramms zu beachten:

(2) Zulässigkeitskriterien:
Neuansiedlungs-, Umnutzungs-, Erweiterungs- oder Agglomerationsvorhaben von Einzelhandelsgroßprojekten sind der Größe und der Versorgungsfunktion des Zentralen Ortes und seines Einzugsbereiches sowie dessen regionalspezifischem Kaufkraftpotenzial anzupassen. **(Z)**
Begründung, u.a.:
Die Struktur des Einzelhandels zeigt sich in flächenmäßig dominierenden großflächigen modernen Betriebsformen wie Verbrauchermärkten, SB-Warenhäusern, Discountern, Möbel- und Baumärkten etc. an autokundenorientierten Standorten bei gleichzeitigen Funktionsdefiziten in Innenstädten, geprägt durch kleinflächige Anbieter. Mit ca. 1,4 m² Verkaufsfläche pro Einwohner verfügt die Planungsregion gegenüber dem Land M-V, das bundesweit die höchste Verkaufsraumflächendichte aufweist, über ein sehr gutes Angebot. In allen Teilräumen der Region wird damit in der Regel eine bedarfsgerechte Warenversorgung der Bevölkerung durch eine räumlich ausgewogene und breit gefächerte Einzelhandelsstruktur, unterstützt durch mobile Handelseinrichtungen in besonders dünn besiedelten ländlichen Räumen, gesichert. Von der insgesamt ca. 668.000 m² Einzelhandelsverkaufsfläche befinden sich ca. 184.000 m² im Oberzentrum Schwerin, ca. 213.000 m² in den Mittelzentren, ca. 168.000 m² in den Grundzentren und ca. 103.000 m² Verkaufsfläche in den nichtzentralen Orten.
Aufgrund des prognostizierten Bevölkerungsrückganges sind Wachstumsimpulse voraussichtlich nur aus einer besseren Bindung der Nachfrage im Land und aus einer Stärkung des Tourismus zu erwarten. Vor diesem Hintergrund sind insbesondere großflächige Einzelhandelsvorhaben in angemessener Weise (Größe, Art, Zweck) auf die Zentralen Orte zu konzentrieren. Die Angemessenheit eines Planvorhabens bestimmt sich dabei aus der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftnachfrage des Zentralen Ortes und seines Verflechtungsbereiches, der Kaufkraftbindung des planungsrelevanten Projektes im Verhältnis zu den bestehenden Einrichtungen sowie aus der bestehenden und geplanten innergemeindlichen Zentrenstruktur (Innenstadt, Wohngebiete, periphere Standorte).
..... Es ist festzustellen, dass sowohl periphere als auch Wohngebietsstandorte deutliche Sättigungstendenzen aufweisen und sowohl sortiments- und flächenseitig als auch umsatzseitig den Innenstadtstandorten Entwicklungsprobleme bereiten.
(4) zentrenrelevante Sortimente:
Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten sind nur an städtebaulich integrierten Standorten zulässig. Bei Standortentwicklungen außerhalb der Innenstadt und anderer zentraler Versorgungsbereiche ist nachzuweisen,
dass diese die Funktionsentwicklung und Attraktivität der Innenstadt bzw. anderer zentraler Versorgungsbereiche nicht gefährden. **(Z)**
Begründung:
Einzelhandelsansiedlungen außerhalb der Innenstädte und anderer zentraler Versorgungsbereiche werden künftig deshalb die Ausnahme bilden. Standortentscheidungen müssen sich in verstärktem Maße mit den sortimentsspezifischen Auswirkungen eines Vorhabens auseinandersetzen, um schädliche Auswirkungen auf die Innenstadt oder andere zentrale Versorgungsbereiche auszuschließen.
Für die Entwicklung bzw. Vitalisierung der Innenstädte und anderer zentraler Versorgungsbereiche ist ein lebendiger und attraktiver Einzelhandel unbedingt notwendig. Er trägt in Verbindung mit anderen Innenstadtfunktionen wie Wohnen, Arbeiten, Kultur, Gastronomie entscheidend zur Stärkung der Innenstadtbereiche der Zentralen Orte bei.

Verwaltung des Landkreises Nordwestmecklenburg
Sitz Wismar, Postanschrift
23936 Grevesmühlen • Börzower Weg 3
☎ (03881) 722- 0 Fax: (03881) 722- 340

Bankverbindung:
Konto der Kreiskasse NWM bei der Sparkasse Mecklenburg-Nordwest
BLZ 140 510 00 Konto-Nr. 1 000 034 549
IBAN: DE61 1405 1000 1000 0345 49 BIC: NOLADE21WIS

E-Mail: info@nordwestmecklenburg.de

Homepage: http://www.nordwestmecklenburg.de

Zentrenrelevante Sortimente sollen möglichst weitgehend in den Innenstädten angesiedelt werden, wie z. B.: Bekleidung, Schuhe, Lederwaren, Uhren, Schmuck, Accessoires, Parfümeriewaren, Kosmetik, Kunstgewerbe, Haus- und Heimtextilien, Unterhaltungselektronik, Elektrowaren, Computer, Musikalienhandel, Haushaltswaren, Bücher, Papier/Schreibwaren, Foto, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Zooartikel, Spielwaren, Sportartikel.
Nahversorgungsrelevante Sortimente sollen grundsätzlich wohnortnah entwickelt werden, das schließt auch - insbesondere bei kleineren Orten - die Ansiedlung in den Innenstädten/Ortsmitte ein, z. B. Lebensmittel, Getränke, Drogerie, Blumen, Zeitschriften.

(6) Einzelhandelskonzepte:
Ausgewogene zentrenstärkende Einzelhandelsstrukturen sollen in Zentralen Orten auf der Grundlage von Einzelhandelskonzepten entwickelt werden. Dabei sollen auch die zentralen Versorgungsbereiche benannt werden.
Begründung:
Eine spezifische Betrachtung und Herangehensweise erfordert die Entwicklung von Einzelhandelsstandorten in den unmittelbaren Nachbargemeinden der Oberzentren innerhalb der Stadt-Umland- Räume. Künftige Ansiedlungsvorhaben in angrenzenden Umlandgemeinden sollten angesichts der anhaltenden Defizite in den Innenstädten einer kritischen Bewertung auf kommunaler und regionaler Ebene unterzogen werden. Als Bewertungs- und Entscheidungsgrundlage sind dabei verstärkt Regionale Einzelhandelkonzepte zum Einsatz zu bringen. Es wird darüber hinaus verstärkt auf Umnutzungen, Sortimentsumstellungen, schleichende Expansionen, Nachnutzung von Brach- und Konversionsflächen etc. zu achten sein. Diese Einzelhandelskonzepte können auch eine gute Grundlage für die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche sein.

(9) Einzelhandel und Tourismus:
Einzelhandelsvorhaben sollen den Ausbau des Tourismus in Westmecklenburg unterstützen. Das trifft sowohl für die Entwicklung und Attraktivitätsstärkung der historischen Altstädte als auch für die Tourismusorte zu.
Begründung:
Die Tatsache, dass Entwicklungspotenziale insbesondere aus dem Ausbau des Tourismus erwachsen können, erfordert eine „Verzahnung" von Einzelhandel und Tourismus. Die historischen Altstädte besitzen ein nicht zu unterschätzendes touristisches Potenzial. Dem Einzelhandel kommt bei dem Ausbau dieses Potenzials eine wesentliche Funktion zu. Gleiches trifft auch für die Entwicklung der Tourismusorte zu.

Der Gutachter stellt in der Beschreibung des Einzelhandelsstandortes Grevesmühlen (zusammenfassend) fest:
Bevölkerungsentwicklung:
- eine, sich gegenüber dem Bundesdurchschnitt fortsetzende, negative Bevölkerungsentwicklung sowie eine weitere Änderung der Altersstruktur der Bevölkerung (siehe aktuelle Bevölkerungsprognose des Landes MV)
- ein absehbares Sinken der Einwohnerzahl von unter 10.000

Haushaltseinkommen:
- deutlich überdurchschnittlicher Anteil von niedrigen Haushaltseinkommen
- stark unterdurchschnittliche Kaufkraftkennziffer gegenüber dem Bundesdurchschnitt

Beschäftigung, Pendlerverflechtungen
- positives Pendlersaldo
- relativ hohe Arbeitslosenquote

Tourismus:
- wenige gewerbliche Betriebe, unterdurchschnittliche Auslastung
- Auswirkungen des „Piraten - Openair" Theaters auf den Einzelhandel wurde nicht erfasst

Verwaltung des Landkreises Nordwestmecklenburg
Sitz Wismar, Postanschrift
23936 Grevesmühlen • Börzower Weg 3
☎ (03881) 722- 0 Fax: (03881) 722- 340

E-Mail: info@nordwestmecklenburg.de

Bankverbindung:
Konto der Kreiskasse NWM bei der Sparkasse Mecklenburg-Nordwest
BLZ 140 510 00 Konto-Nr. 1 000 034 549
IBAN: DE61 1405 1000 1000 0345 49 BIC: NOLADE21WIS

Homepage: http://www.nordwestmecklenburg.de

Standortbereiche:

Innenstadt mit den „Ankerpunkten“: Markant-Supermarkt, Sparkasse, Frischemarkt Boost, Drogeriemarkt, dazu kleinteilige Einzelhandelsstrukturen mit einerdurchschnittlichen Ladengröße von ca. 77 m² VKF, wenig marktgerechte Ladenflächen, keinen großflächigen Einzelhandelsbetrieb, hoher Leerstand und Fluktuation.

- Innenstadt – Ergänzungsbereich: Verbundstandort „Sky/ KIK“
- Verbundstandort Klützer Strasse: Marktkauf, Norma, Getränkemarkt, Kleinhandel
- Gewerbegebiet OST: Aldi, Penny, Baumärkte
- Streulagen: Lidl, Netto

Marktverteilung:

- Innenstadt ca. 29 % oder 5.010 m² VKF
- Innenstadtnahe Flächen ca. 10 % oder 2.220 m² VKF
- Restliche Flächen, außerhalb der Innenstadt, ca. 60% oder 16.210 m² VKF

Marktanteil:

- Innenstadt ca. 29 %
- Innenstadtnahe Standorte ca. 10 %
- Restliche Flächen ca. 60%

Verkaufsflächenausstattung:

- 2,2 m² VKF je EW insgesamt mit Schwerpunkt der nahversorgungsrelevanten Betriebe bei ca. 1,0 m² VKF je EW ohne Berücksichtigung der Leerstandsflächen sowie ohne Berücksichtigung möglicher Erweiterungspotentiale (Bundesdurchschnitt: 1,4 m²VKF)

Diese konzeptionell ermittelten Rahmenbedingungen des Standortes Grevesmühlen sind besonders bei expansiven weiteren Einzelhandelsplanungen unter der Beachtung der Ziele, den Vorgaben und Empfehlungen der Regionalen Raumentwicklungsplanung Westmecklenburgs, wie vor beschrieben, zu berücksichtigen.

Anschließend vor diesem Hintergrund einige Hinweise und Anregungen.

1. Der regionale Vergleich der Einzelhandelskenndaten (Seite 26) mit Mittelzentren in MV sollte erweitert werden durch die Einbeziehung der Kenndaten der Mittelzentren in SH, vor allem vor dem Hintergrund der vielzitierten Fehlentwicklung des großflächigen Einzelhandels in den ostdeutschen Städten und dadurch bedingt eine städtebauliche und ökonomische Schwächung der Innenstädte.
2. Die prognostizierte Kaufkraftabschöpfung (Seite 68) sollte präzisiert im Verhältnis zur Bevölkerungsentwicklung und Kaufkraftentwicklung dargestellt werden, um somit nicht nur theoretische, sondern reale Annäherungen der Modellrechnungen an tatsächliche und überprüfbare Umsatzpotentiale zu erhalten.
3. Die konzeptionell ermittelte Flächenreserve (Tabelle, Text Seite 69) von 700 m² VKF für den periodischen Bedarf sind mit einer Reihe von Annahmen, z.B. weitere Kaufkraftentwicklung, Steigerungen von Umsätzen, positive Bevölkerungsentwicklung, verbesserte Käuferbindung, verbunden. Diese Annahmen dienen der Ermittlung der zusätzlichen VKF Reserven. Abgeleitet aus dieser Flächenreserve erschließt sich nicht unmittelbar die Begründung zur Entwicklung eines NVZ am Bahnhof mit einer dann

Verwaltung des Landkreises Nordwestmecklenburg
Sitz Wismar, Postanschrift
23936 Grevesmühlen • Börzower Weg 3
☎ (03881) 722- 0 Fax: (03881) 722- 340

E-Mail: info@nordwestmecklenburg.de

Bankverbindung:
Konto der Kreiskasse NWM bei der Sparkasse Mecklenburg-Nordwest
BLZ 140 510 00 Konto-Nr. 1 000 034 549
IBAN: DE61 1405 1000 1000 0345 49 BIC: NOLADE21WIS

Homepage: http://www.nordwestmecklenburg.de

erweiterten Flächenausstattung von netto ca. 1.100 m² VKF. Mögliche innenstädtische Entwicklungen werden nicht ausreichend berücksichtigt. Durch diese expansive Entwicklung wird sich der Wettbewerb zwischen den Lebensmittelanbietern verschärfen und eine Marktanpassung der Wettbewerber erschwert.
Es ist zu erwarten, das die dringenden Maßnahmen zur Belebung der Innenstadt, wie Reduzierung der Leerstände, mögliche Nachnutzung des Markantstandortes und weiterer Flächenpotentiale mehr erschwert als befördert werden. Durch die max. Ausnutzung der ermittelten Flächenpotentiale für den periodischen Bedarf am Standort des Bahnhofs ist zu erwarten, dass notwendige Investitionen in der Innenstadt immer unwirtschaftlicher werden. Nachgewiesen wird das realistische Flächenpotential modischer Bedarf, Bau- und Gartenbedarf, Möbel.
4. Zentrenrelevante Sortimente (Seite 79 ff) sind generell beschränkt auf die Innenstadt und auch innerstädtisch auszurichten. Vorgeschlagene 200 m² VKF Regelungen stehen im Widerspruch auch zu den Leitlinien und Leitsätzen der Einzelhandelssteuerungen, weiterhin wurden diese Flächenpotentiale möglicher Bestandserweiterungen in der Ermittlung der Flächenreserve nicht berücksichtigt.
5. Nachnutzungsmöglichen, bedingt durch die Verlagerungen, sollten rechtlich bewertet werden.
6. Zum Standort Bahnhofsgelände
- Die verkehrliche Standortbewertung des Bahnhofsareals ist nur zum Teil nachvollziehbar. Die Belastbarkeit durch den dann zusätzlichen Verkehr ist nachzuweisen. Der Bau der Umgehungsstrasse wurde u.a. mit einer erforderlichen innerörtlichen verkehrlichen Entlastung begründet.
- eine Unterversorgung der sog. Südstadt bezieht sich ausschließlich auf eine fußläufige Unterversorgung. Es wurde nachgewiesen, dass der Standort Grevesmühlen eine gegenüber dem bundesdeutschen Durchschnitt überproportionale VKF Ausstattung besitzt. Eine Ansiedlung eines Einzelhandelszentrums von über 2500 m² lässt so sich nicht herleiten und widerspricht den Leitlinien des Konzeptes selbst.
- Die Entwicklung des neuen Standortes, einerseits durch Verlagerung aus der Innenstadt und durch Umverlagerung werden Umsatzverteilungen zu lasten der Innenstadt und deren Randlagen nachgewiesen. Die Innenstadt wird dauerhaft einen sogenannten „Anker“ verlieren, damit an städtebaulicher und wirtschaftlicher Attraktivität.
- die Arbeitsplatzentwicklung sowie der mögliche Verlust, auch die wirtschaftlichen Folgen (Steuern oder Einnahmen vor Ort) durch den Einzelhandel sind nicht ermittelt und bewertet worden. Um eine Gesamtwirkung des Einzelhandels beurteilen zu können, ist genau diese Betrachtung erforderlich.

Im Auftrag

Heiko Boje

Verwaltung des Landkreises Nordwestmecklenburg
Sitz Wismar, Postanschrift
23936 Grevesmühlen • Börzower Weg 3
☎ (03881) 722- 0 Fax: (03881) 722- 340

E-Mail: info@nordwestmecklenburg.de

Bankverbindung:
Konto der Kreiskasse NWM bei der Sparkasse Mecklenburg-Nordwest
BLZ 140 510 00 Konto-Nr. 1 000 034 549
IBAN: DE61 1405 1000 1000 0345 49 BIC: NOLADE21WIS

Homepage: http://www.nordwestmecklenburg.de

Ministerium für Energie, Infrastruktur und Landesentwicklung Mecklenburg-Vorpommern

Ministerium für Energie, Infrastruktur und Landesentwicklung Mecklenburg-Vorpommern, 19048 Schwerin

Stadt Grevesmühlen
GB Bauamt- SG Planung
Rathausplatz 1
23936 Grevesmühlen

Mail: m.steffen@grevesmuehlen.de

Bearbeiterin: Frau Kunkel
Telefon: 0385 588-8411
Telefax: 0385 588-8042
E-Mail: irmtraud.kunkel@em.mv-regierung.de
Geschäftszeichen: VIII 410-1 -
Datum: 19. März 2013

PE per E-Mail : 20.03.2013

Einzelhandelskonzept der Stadt Grevesmühlen, Schreiben der Stadt Grevesmühlen vom 13.02.2013
hier: Stellungnahme im Rahmen der Beteiligung der Behörden

Die Stadt Grevesmühlen hat sich mit Bezug auf das **LEP 4.3.2 (6)** (Erarbeitung eines EHK für zentrale Orte) und unter Beachtung der aktuellen Rechtsprechungen mit der Situation des Einzelhandels des Mittelzentrums auseinandergesetzt. Die Ergebnisse münden in einem Konzept zur künftigen Steuerung des Einzelhandels „EHK Grevesmühlen". Bestandteil des EHK ist desweiteren eine „Wirkungsanalyse für die geplante Fachmarktansiedlung am Bahnhof". Das Einzelhandelskonzept soll einerseits als sonstiges städtebauliches Entwicklungskonzept i.S. v. § 1 Abs.6 Nr.11 BauGB dienen und damit als bedeutsame Abwägungsgrundlage bei der Aufstellung von Bauleitplänen Berücksichtigung finden. Andererseits bildet ein schlüssiges Konzept den Grundstein für Investoren- und Planungssicherheit und für die Umsetzung von einzelhandelsrelevanten Maßnahmen insbesondere in der Innenstadt.

Der zur Stellungnahme vorgelegte Entwurf des EHK wurde vom Gutachterbüro BulwienGesa aus Hamburg erarbeitet. Die Erarbeitung des Konzeptes erfolgte unter Mitwirkung eines Arbeitskreises bestehend aus Vertretern der Stadt (Verwaltung, Stadtvertretung, Gewerbetreibende) des Einzelhandelsverbandes Nord, der Langness GmbH&Co.KG und der Obersten Landesplanungsbehörde.

Anlass der Aktualisierung war vordergründig die geplante Ansiedlung eines weiteren Einzelhandelsstandortes mit insgesamt gut 3000 m² Vfl in unmittelbarer Nachbarschaft zum Bahnhof. Die Kernfrage, die mit dem EHK zu beantworten war/ist lautet deshalb:

Fügt sich ein weiteres Einzelhandelszentrum trotz des vergleichsweise hohen Ausstattungsniveaus (2,2 m² Vfl je EW insgesamt mit Schwerpunkt nahversorgungsrelevante Betriebe bei knapp 1,0 m² Vfl je EW) unter Berücksichtigung der bestehenden und künftigen sozioökonomischen Rahmenbedingungen (Einwohnerentwicklung, Alters- und Haushaltsstruktur, Kaufkraftbedingungen, wirtschaftliche Situation etc.) in die Einzelhandelsstruktur des Mittelzentrums ein?

Hausanschrift:
Schloßstraße 6 – 8 · 19053 Schwerin

Telefon: 0385 588-0
Telefax: 0385 588-8099
E-Mail: poststelle@em.mv-regierung.de
Internet: www.em.regierung-mv.de

Welche Auswirkungen hat ein neuer attraktiver Nahversorgungsstandort (Kombination von Lebensmitteldiscounter und Vollversorger) auf den Vitalisierungsprozess der Innenstadt und auf bestehende Nahversorgungsstrukturen?

Wichtigstes Ziel der Landesentwicklung bei der standortgerechten Steuerung großflächiger Einzelhandelsbetriebe ist es, die Innenstädte und die Nahversorgungsstrukturen zu erhalten bzw. weiter auszubauen.

Insbesondere unsere historischen Innenstädte stehen dabei unter einem besonderen Schutz. In diesem Kontext zählt der Einzelhandel nachwievor zu den wichtigsten Impulsgebern der Innenstadtentwicklung, vgl. hierzu **LEP 4.3.2 (3), 4.3.2 (4).**

Die bekanntermaßen vergleichbar günstigeren Ansiedlungsbedingungen an Standorten außerhalb der Innenstadt müssen dabei im Planungsprozess besondere Berücksichtigung finden.

Die strukturellen Besonderheiten der Innenstadt des Mittelzentrums Grevesmühlen im Vergleich zu den „übrigen" Standortlagen werden im vorgelegten Entwurf des Einzelhandelskonzeptes (EHK) deutlich herausgestellt: *kleinteilige Einzelhandelsstrukturen (durchschnittliche Ladengröße beträgt 77 m² Vfl), wenig marktgerechte Ladenflächen, kein großflächiger Einzelhandelsbetrieb (> 800 m² Vfl), lediglich 2 kleinflächige Ankerbetriebe (Markant mit 500 m² Vfl, Drogeriemarkt Kloppenburg mit 450 m² Vfl), hoher Leerstand und Fluktuation etc.*

Diese Besonderheiten dürfen bei künftigen Planungen außerhalb der Innenstadt nicht ausgeblendet werden. Eine weitere Ausdünnung des Einzelhandels in der Innenstadt verschlechtert das Ansiedlungsklima und damit die wirtschaftliche Situation in der Innenstadt insgesamt. Jeder Leerstand vermindert in aller Regel auch den Wert einer Immobilie.

Vor diesem Hintergrund möchte ich im Folgenden kurz (stichpunktartig) einige Hinweise und Anregungen zum des EHK geben. Dabei beschränke ich mich im Wesentlichen auf den Konzeptteil einschließlich der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche, Grevesmühlener Sortimentsliste, Wirkung des geplanten Einzelhandelsstandortes auf die Umsetzung des Konzeptes.

— Der gutachterlich errechnete Flächenspielraum, differenziert nach den 6 Warengruppen (vgl. Tabelle Seite 69), bildet die Basis für zukünftige tragfähige Entwicklungen des Einzelhandels im Mittelzentrum. Die Bewertung hinsichtlich der Umsetzbarkeit dieser aufgezeigten Spielräume lässt sich wie folgt zusammenfassen:

  o maximal 700 m² Vfl im periodischen Bedarf

  Bewertung

  Dem Spielraum stehen allein am geplante Standort Bahnhof Erweiterungsflächen von 1100 m² Vfl gegenüber (100 m² für Aldi, 1000 m² für Markant), unberücksichtigt 700 m² für einen Drogeriemarkt, da vom Gutachter als unverträglich für die Innenstadt bewertet.

  Fazit:

  Der errechnete maximal verträgliche Entwicklungsspielraum wird mit der Planung deutlich überschritten.

Damit wird sich der Wettbewerb der bestehenden Lebensmittelanbieter weiter verschärfen (Arrondierung/Marktanpassung der bestehenden Nahversorger erschwert).

Die Umsetzung der im Konzept vorgeschlagenen, für die Innenstadt dringend erforderlichen Vitalisierungsmaßnahmen wie Aktivierung der Leerstände, Nachnutzung des Markantmarktes als östlicher Ankerpunkt des Zentralen Versorgungsbereiches (ZVB), Aktivierung der im ZVB Innenstadt ausgewiesenen Potenzialflächen werden erschwert bzw. sind für Investoren und Betreiber unwirtschaftlich.

— modischer Bedarf max. 730 m² = Potenzial für die Innenstadt,
— Elektro/Technik max. 130 m² = kein Potenzial für eigenständigen neuen Markt,
— Bau-und Gartenbedarf/ Freizeit: max. 870 m² Vfl= allenfalls im Freizeitbereich Potenziale (z.B. Fahrräder),
— Einrichtungsbedarf (Möbel): max. 2400 m² Vfl = Defizite im Segment „Möbel" = Umsetzung aufgrund aktueller Nachfrageentwicklungen in der Möbelbranche eher schwierig ,

Fazit: realistische Entwicklungspotenziale, die für die Vitalisierung der Innenstadt aktivierbar wären, ergeben sich im periodischen und im modischen Bedarf, (vgl. hierzu EHK Seite 73).

Sortimentsliste: (Seite 79)

— Die Einschränkung, wonach „zentrenrelevante Sortimente" ab 200 m² Vfl in der Innenstadt (ZVB) bzw. die darin enthaltene Teilmenge „nahversorgungsrelevante Sortimente" ab 200 m² Vfl in der Innenstadt (ZVB Innenstadt), in Nahversorgungszentrum (ZVB Sky/KIK) und integrierten Streulagen der Ortslage zulässig sein sollen, erschließt sich mir nicht.
— Eine Begründung hierzu fehlt. Im Umkehrschluss würde das bedeuten, dass unterhalb dieses Schwellenwertes von 200 m² Vfl eine Ansiedlung auch in den ZVB unzulässig wäre? Das kann nicht Planungsziel im Sinne der Innenstadtentwicklung sein, denn hier darf es keinerlei Beschränkungen geben.
— Im Übrigen scheinen die 200 m² ziemlich willkürlich gegriffen zu sein. Einen Bezug beispielsweise zur durchschnittlichen Ladengröße der Innenstadt ist nicht erkennbar. Bei dem begrenzten Ansiedlungspotenzial sind zusätzliche Ansiedlungen außerhalb der ZVB im zentrenrelevanten Bereich möglichst auszuschließen. Diese Strategie spiegelt sich richtigerweise in den „Leitlinien für die künftige Entwicklung" (versteckt) wieder.

— Die Beschränkung von „zentrenrelevanten Sortimenten" auf 10% der Vfl bzw. (wiederum) maximal 200 m² Vfl je Sortiment im Bereich Lebensmittelmärkte und Drogeriemärkte ist praxisfremd, da es diesbezüglich keine Exekutive gibt. Dazu kommt, dass aufgrund der (zu unterstützenden) Empfehlung, einen weiteren Drogeriemarkt ausschließlich in der Innenstadt zuzulassen, keine Sortimentseinschränkung erforderlich ist.

— Die gutachterlichen Empfehlungen zum Standort „Rehnaer Straße (ehemals Lidl/Schlecker) stehen im Widerspruch zur Gesamtstrategie. Da an

diesem Standort der Bestandsschutz erloschen ist, sollte hier zukünftig kein Einzelhandel zulässig sein. Es gibt kein Potenzial für einen weiteren Standort (Konsequenz: Überplanung des Standortes).

— Die gutachterliche Empfehlung im Falle der Aldi-Verlagerung, eine Nachnutzung im gleichen Sortiment (Lebensmittel etc.) auszuschließen, ist zwar aufgrund der Standortlage zu begrüßen. Dazu bedarf es des Einverständnisses des Eigentümers, der seine Bau-und Nutzungsgenehmigung dann ja verfallen lassen müsste. Die Gefahr der Nachnutzung ist auch durch „Überplanung" nicht auszuschließen. Diese Tatsache sollte auf jeden Fall in die „Liste der offenen Fragen" aufgenommen werden.

Standortentwicklung am Bahnhof

Bei der gutachterlichen Bewertung der „Verträglichkeit" eines neuen Einzelhandelsstandortes werden aus meiner Sicht einige wesentliche Aspekte ausgeblendet:

1. Der Standort befindet sich im Widerspruch zu den strategischen Zielen des Einzelhandelskonzeptes (kein ZVB, deutliche Überschreitung des maximal verträglichen Entwicklungsrahmens (siehe oben), Verschlechterung der Investitionsbedingungen in der Innenstadt, Wegfall des Ankerbetriebes im östlichen Teil des ZVB, Aussicht auf Aktivierung des Altstandortes Markant verschlechtert sich. Der Gutachter empfiehlt jedoch eine „adäquate Nachnutzung".

2. Dem neuen Standort (ohne Drogerie) mit einer geplanten Verkaufsfläche von gut 2500 m steht dann unter Berücksichtigung des Wegfalls des Markantmarktes in der Innenstadt eine Gesamtverkaufsfläche von etwa 4500 m², verteilt auf 64 Betriebe, in der Innenstadt gegenüber.

3. Die Umsatzverträglichkeitsberechnungen lassen die Agglomerationseffekte der Standortkombination Vollversorger/Lebensmitteldiscounter völlig unberücksichtigt. Es erfolgt eine getrennte Berechnung möglicher Umsatz -Verteilungseffekte der beiden Lebensmittelanbieter. Die Standortqualität wird jedoch maßgeblich durch die Kombination der unterschiedlichen Betriebsformen bestimmt.

4. Die wirtschaftliche Situation der Einzelhandelsbetriebe in der Altstadt findet bei der Berechnung nur bedingt Berücksichtigung. Die Bewertung der „Verträglichkeit" darf nicht allein an der „Grenzmarke" von 10 % festgemacht werden.

5. Der Standort wird maßgeblich mit der Unterversorgung der Südstadt begründet. Eine Ansiedlung von 2500 m² Verkaufsfläche leitet sich daraus jedoch nicht ab.

Mit freundlichen Grüßen

im Auftrag

Irmtraud Kunkel

IHK Industrie- und Handelskammer zu Schwerin

IHK-Jahresthema 2013 infra struktur Wege für morgen

Industrie- und Handelskammer zu Schwerin, PF 11 10 41, 19010 Schwerin

Stadt Grevesmühlen
Der Bürgermeister
Rathausplatz 1
23936 Grevesmühlen

R	WV	Eilt	444

Stadt Grevesmühlen
Eingegangen
07. März 2013

Bgm	HA	KÄ	BA	OA

Ihre Zeichen/Nachricht vom

Ihr Ansprechpartner
Dr. Dorothee Crayen
E-Mail
crayen@schwerin.ihk.de

Tel.
0385 5103-201
Fax
0385 5103-9201

26.02.2013

Stellungnahme zum Einzelhandelskonzept der Stadt Grevesmühlen

Sehr geehrter Herr Ditz,

vielen Dank, dass Sie der IHK zu Schwerin die Möglichkeit zu einer Stellungnahme zum vorliegenden Einzelhandelskonzept der Stadt Grevesmühlen eingeräumt haben.

Die IHK zu Schwerin lässt sich in den Handelspolitischen Positionen vom Grundsatz leiten, dass die Vitalität der Innenstädte maßgeblich von einem leistungsstarken Einzelhandel und seinem vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten bestimmt wird. Veränderungen im Handelsbesatz haben stets Auswirkungen auf die Funktion und die Gestaltung dieser Orte. Insbesondere die Standortwahl von Einzelhandelsunternehmen übt einen grundlegenden Einfluss auf die Siedlungsstruktur und die Rahmenbedingungen für Wohn-, Versorgungs- und Infrastruktureinrichtungen aus.

Mit der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts von 2003 im jetzt vorliegenden Einzelhandelskonzept der BulwienGesa AG aus Hamburg vom 08.02.2013 bekennt sich die Stadt Grevesmühlen zu ihrer Verantwortung zur Förderung lebendiger Einzelhandelsstrukturen. Hervorzuheben ist die Gewährung der Möglichkeit für die Einzelhändler und Gewerbetreibenden, ihre Vorstellungen in dieses Konzept mit aufzunehmen. Auf einer zentralen Veranstaltung wurde am 28.01.2013 das Konzept mit den bis zu diesem Zeitpunkt vorliegenden Ergebnissen umfangreich den interessierten Unternehmern vorgestellt. Auf dieser Veranstaltung wurde deutlich, dass der Bürgermeister und die Stadtverwaltung vor allem das Problem des Leerstandes von Ladengeschäften in der Grevesmühlener Innenstadt erkannt haben. Insbesondere auf die Gefahr einer beginnenden Abwärtsspirale von Leerstand und des damit verbundenen weiteren Schwindens der Attraktivität des Einzelhandelsstandorts wurde hingewiesen. Schwindende Attraktivität führt zu nachlassender Kundenfrequenz und damit weiteren Geschäftsaufgaben.

Durch dieses umfangreiche Konzept hat die Stadt eine wesentliche Entscheidungsgrundlage um den Wettbewerb im Einzelhandel nicht mit dirigistischen Maßnahmen zu unterbinden, sondern um sachlich begründete Entscheidungen künftig hinsichtlich der Einzelhandelsförderung treffen zu können.

Besonders der geplante Lebensmitteleinzelhandelsstandort in der südlichen Altstadt in Bahnhofsnähe wurde gründlich analysiert. Die IHK zu Schwerin teilt die Ansicht im Konzept, dass sich für die Firma MARKANT und ALDI durch die Verlagerung ihrer jetzigen Verkaufsstellen insgesamt die Chancen verbessern, mehr Kunden und damit auch mehr Umsatz als bisher zu generieren.

Die Hauptprobleme der Einzelhändler in Grevesmühlen wurden im Konzept deutlich. Zunehmende Alterung der Bevölkerung mit der Folge, dass die Kleinteiligkeit des Einzelhandels (Kunden mit zwar regelmäßigen, aber verhältnismäßig geringen Renteneinkommen) sich immer mehr ausprägen wird. Bei der Betrachtung der Ursachen für Geschäftsaufgaben in der Wismarschen Straße in den letzten 20 Jahren könnte anhand der Unterlagen der IHK zu Schwerin festgestellt werden: Von den 42 Schließungen waren nur 7 aus Alters- oder sonstigen Gründen. 37 Geschäftsaufgaben hatten Insolvenz oder mangelnde Rentabilität als Ursachen.

Die Konkurrenz der Einzelhandelsgroßstandorte Lübeck, Wismar und Gägelow bleibt. Unter diesen Prämissen ist der Spielraum für wirksame unterstützende Maßnahmen der Stadt Grevesmühlen für ihren innerstädtischen Einzelhandel relativ eng. Dass wurde auch in der erwähnten zentralen Veranstaltung mit den Einzelhändlern und Gewebetreibenden am 28.01.2013 deutlich.

Dort wurde unter anderem auf die für Stadtbesucher umständliche Verkehrsführung in der Innenstadt hingewiesen. Verbesserungen hier wären für die Attraktivität des Einzelhandelsstandortes belebend und mit überschaubarem Aufwand realisierbar. Die Möglichkeit für Besucher, die relativ großen Parkplätze der zentrumsnahmen Lebensmittelanbieter SKY und dann künftig MARKANT, ALDI auch für einen Einkaufsbummel in der Innenstadt nutzen zu können, erscheint bei gezieltem Stadtmarketing in Absprache mit den Parkplatzeigentümern naheliegend.

Die Schlussfolgerungen hinsichtlich der Nutzung des Tourismuspotenzials des Ostseebades Boltenhagen und des Zuschauerpotenzials des Piraten Open-Air-Spektakels werden von der IHK zu Schwerin unterstützt. Die im Konzept und auf der Veranstaltung am 28.01.2013 genannte Bezeichnung von Grevesmühlen als „Piratenstadt“ klingt für Ortsfremde sicherlich erst einmal negativ. Aber unter dem Slogan: „Grevesmühlen – klar zum Entern“ könnte eine Werbe-Kampagne auf Einzelhandels- und Tourismusangebote aufmerksam machen und die erforderliche Neugier auf die Stadt wecken.

Mit dem vorliegenden Einzelhandelskonzept der Stadt Grevesmühlen verfügt die Stadtverwaltung über einen Fundus von erhobenen Daten zur derzeitigen Situation des städtischen Einzelhandels. Es sollte dazu genutzt werden, die Zusammenarbeit der Einzelhändler hinsichtlich der Unterstützung beispielsweise des Veranstaltungsplanes für Stadtevents durch Öffnungszeitenabstimmungen und andere gemeinsame Aktivitäten zu vertiefen.

Im Konzept wird deutlich, dass es für die Probleme des Einzelhandelsstandortes Grevesmühlen keine Patentrezepte gibt. Die Synopse SWOT–Analyse Innenstadt kann von der IHK voll mitgetragen werden und beinhaltet durch das Aufzeigen der vordringlichen bzw. zusätzlichen Maßnahmen zur Stärkung der Innenstadt wichtige Handlungsvorschläge für die Stadtverwaltung.

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Dorothee Crayen
Geschäftsbereichsleiterin Standortpolitik, International

Geschäftsstelle Neubrandenburg

Einzelhandelsverband Nord e.V. – Jahnstraße 3d – 17033 Neubrandenburg

Stadt Grevesmühlen
Bürgermeister
Rathausplatz 1

23936 Grevesmühlen

R	WV	Eilt	451

Stadt Grevesmühlen
Eingegangen
08. März 2013

Bgm	HA	KÄ	BA	OA

Einzelhandelsverband Nord e. V.
Hamburg ▪ Schleswig-Holstein
Mecklenburg-Vorpommern

06.03.2013
GSt-NB/-
Dokument1

Einzelhandelskonzept der Stadt Grevesmühlen

Sehr geehrter Herr Ditz,

wir danken Ihnen für die Beteiligung in der o. g. Angelegenheit.

Die die Erstellung und Fortschreibung eines kommunalen gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Grevesmühlen begrüßen wir ausdrücklich. Bereits auf der Veranstaltung am 28.01.2013 hatten wir auf einige problematische Ausführungen im Entwurf hingewiesen. Die für die Innenstadt ausgewiesene Flächenproduktivität, insbesondere für den periodischen Bedarf von über 6300 €/m², halten wir auch vor dem Hintergrund eines über 20prozentigen Leerstandes für zu hoch angesetzt. Die Beschränkung der Neuansiedlungen von Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten erst ab einer Verkaufsfläche ab 200 m² vorzunehmen ist nicht nachvollziehbar und trägt nicht den realen Gegebenheiten Rechnung. Der innerstädtische Einzelhandel in Grevesmühlen wird durch kleine Geschäftsgrößen (durchschnittlich 77m²) geprägt. Großflächige Magnetanbieter fehlen. Bei dieser Konstellation sollte eine eindeutige Fokussierung auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt erfolgen.
Die vorgesehene Verlagerung des Markant Verbrauchermarktes an das Bahnhofsgelände ist aus unserer Sicht nicht unbedenklich, auch wenn wir die bauliche Situation des derzeitigen Standortes nicht verkennen. Die Verlagerung des ALDI Marktes dagegen aus städtebaulicher Sicht nicht zu beanstanden. Allerdings halten wir den **Ausschluß von Einzelhandel mit zentren- bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten zur Nachnutzung für eine zwingende Voraussetzung.**

Mit freundlichen Grüßen

Beig
Geschäftsführer

Einzelhandelsverband Nord e.V.
Jahnstraße 3d
17033 Neubrandenburg
Telefon (03 95) 58 14 8-0
Telefax (03 95) 58 14 8-30
www.ehv-nord.de

Deutsche Bank PGK AG
BLZ 130 700 24
KTO 41 229 33 00
IBAN DE81130700240412293300
BIC DEUTDEDBROS
Amtsgericht Kiel - VR 2162 KI
Präsident: Hans-Jürgen Frick

HANSESTADT
wismar

Der Bürgermeister

Hansestadt Wismar • Postfach 1245 • 23952 Wismar

Stadt Grevesmühlen
Bürgermeister
Herrn Ditz
Rathausplatz 1

23936 Grevesmühlen

R	WV	Eilt	570

Stadt Grevesmühlen
Eingegangen
26. März 2013

Bgm			

Ihre Nachricht:
Unser Zeichen:
Bearbeiter/ in:
Zimmer:
Telefon: 03841/251-9000
Fax: 03841/282748
E- Mail: buergermeister@wismar.de
Datum: 2013-03-20

Einzelhandelskonzept der Stadt Grevesmühlen
Stellungnahme der Hansestadt Wismar im Rahmen der Behördenbeteiligung

Sehr geehrter Herr Ditz,

dem Entwurf des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Grevesmühlen wird seitens der Hansestadt Wismar als benachbartes Mittelzentrum zugestimmt.
Belange der Hansestadt Wismar werden bei Umsetzung des Konzeptes nicht berührt.

Der vorgelegte Entwurf ist eine Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2003, mit dem eine rechtssichere Handlungs- und Planungsgrundlage für die kommenden Jahre geschaffen werden soll.
Anhand verschiedener statistischer Angaben wie die Kaufkraftkennziffer wird erkennbar, dass die Werte der Stadt Grevesmühlen zwar in etwa dem Landesschnitt entsprechen, jedoch teilweise deutlich unter dem Bundesdurchschnitt liegen. Im Hinblick auf den demografischen Wandel und die immer älter werdende Bevölkerung ist insbesondere die Nahversorgung sicherzustellen. Für die teilweise sehr dünn besiedelten Ortsteile sind zukünftig gegebenenfalls auch vermehrt mobile Versorgungsmöglichkeiten mit einzubeziehen.

Kleinteilige nicht mehr marktgerechte Bestandsstrukturen mit einer Durchschnittsgröße von 77 m², eine hohe Leerstandsquote in der Innenstadt mit 21,5 %, enge Straßenräume, schwierige Erreichbarkeit der Innenstadt für Ortsfremde stellen die Stadt Grevesmühlen vor einer Reihe von Herausforderungen, die kurzfristig nicht bewältigt werden können.
Die Entscheidung für eine Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes nach knappen 10 Jahren ist zu begrüßen. Mit Unterstützung der im Konzeptentwurf aufgestellten Leitlinien und Vorschläge können langfristige Lösungen erarbeitet werden, mit der die Nahversorgung und ein breites, der Stadtgröße entsprechendes Angebot für die kommenden Jahre gesichert wird.

Historische Altstädte
Stralsund und Wismar

In dem Konzept werden keine geplanten großflächigen Einzelhandelsmaßnahmen dargestellt, die sich auf die Einzelhandelsentwicklung in der Hansestadt Wismar negativ auswirken könnten. Die Branchen Möbel und Elektronik weisen wie in Wismar noch Verkaufsflächenpotentiale aus, eine großflächige konkurrierende Ansiedlung ist aufgrund der nicht ausreichend vorhandenen Flächenreserven sowie immer weiter ansteigenden Reichweiteanforderungen der Unternehmer eher unwahrscheinlich.

Der südliche Stadtbereich gilt in Bezug auf die Nahversorgungsabdeckung derzeit als unterversorgt, sodass hier dringender Handlungsbedarf besteht.
Die deshalb vorgesehene Entwicklung des Standortes „Fachmarkt-Ansiedlung am Bahnhof" einschließlich der Verlagerung des derzeitigen Markant-Standortes aus der Innenstadt wird als mögliche Planungsvariante gesehen und mit einer Wirkungsanalyse untersucht. Hier ist u.a. angegeben, dass sich die Nachnutzung des Markant-Gebäudes im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt durch ein anderes Einzelhandelssortiment aufgrund des Baukörpers und der Umgebung als schwierig erweist. Ein langfristiger Leerstand dieses zentral gelegenen Standortes ist jedoch unbedingt zu vermeiden. Die Vorschläge Ärztehaus oder therapeutisches Zentrum stellen eine mögliche Alternative dar.
Zur Vermeidung negativer städtebaulicher Auswirkungen in der Innenstadt ist die Errichtung eines zusätzlichen Drogeriemarktes am Standort Bahnhof auszuschließen und die vom Planungsbüro vorgeschlagene Variante der Verlagerung des ALDI- und Markantmarktes mit einer Ergänzung von wenigen kleinteiligen nahversorgungsrelevanten Anbietern wie Back-Shop zu präferieren. Dadurch wird die Nahversorgungssituation in der Südstadt verbessert und gleichzeitig werden die genannten negativen Auswirkungen, die bei der Variante mit einem ergänzenden Drogeriemarkt zu erwarten wären, vermieden.

Die aktive Beteiligung der Bevölkerung mit der durchgeführten Kundenbefragung bei einer solchen Konzepterarbeitung ist als positiv anzusehen. Neben beispielsweise der Feststellung, welche Einzelhandelsbranchen/ Geschäfte besonders frequentiert sind, wurde auch nach Kritikpunkten, vermissten Angeboten gefragt. Die Befragungsergebnisse können zum einen als Denkanstoß für mögliche Handlungsbedarfe dienen, aber auch bei künftigen Entscheidungen der Gemeinde mit einbezogen werden.

Abschließend noch einige Hinweise:
Hinsichtlich der Kaufkraftkennziffer wurde eine andere Datenquelle als bei der Erarbeitung des Regionalen Einzelhandelskonzeptes für den Stadt-Umland-Raum Wismar (SUR) zu Grunde gelegt. Im Konzept der Stadt Grevesmühlen wird ein Wert von 80,3 ausgewiesen, wo hingegen laut Übersicht im SUR (Karte 3 auf S. 19) die Kaufkraftkennziffer zwischen 90,01 – 95,00 liegt – ein erheblicher Unterschied bei direkter Gegenüberstellung.
Nahezu inhaltlich identische Ausführungen zum Thema „zentrale Versorgungsbereiche" gibt es unter 3.4 (S. 26-27) sowie 4.3 (S. 75-76). Die Erläuterung in einem Kapitel ist ausreichend und wortgleiche Absätze sollten vermieden werden.

Die Übersicht auf S. 58 zur Bewertung ausgewählter Kriterien in der Innenstadt weist im Hinblick auf die Erreichbarkeit einen Wert von 2,0 aus- laut Text sind es jedoch 2,6. Hier ist die Tabelle noch anzupassen.

Mit freundlichen Grüßen

Thomas Beyer
Bürgermeister

Hansestadt LÜBECK

Hansestadt Lübeck · Bereich 5.610 · 23539 Lübeck

Der Bürgermeister
Fachbereich Planen und Bauen

Stadt Grevesmühlen
GB Bauamt
Rathausplatz 1
23936 Grevesmühlen

R	WV	Eilt	407

Stadt Grevesmühlen
Eingegangen
04. März 2013

Bgm	HA		

Bereich: Stadtplanung
Gebäude: Mühlendamm 12
Auskunft: Christian Stolte
Zimmer: 1.2.18
Tel. (0451) 122-61 12
Fax (0451) 122-61 90
e-mail: christian.stolte@luebeck.de
Ihr Zeichen: 6004./mat
Ihre Nachricht vom: 13.02.2013
Mein Zeichen: chs
Datum: 27.02.2013

Einzelhandelskonzept der Stadt Grevesmühlen
hier: Stellungnahme der Hansestadt Lübeck

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Hansestadt Lübeck hat gegen den Entwurf des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Grevesmühlen keine Anregungen und Bedenken vorzubringen.

Mit freundlichen Grüßen

Schröder

Karsten Schröder
Bereichsleiter

ANBA Projektentwicklung GmbH · Uhlandstraße 27 · 10719 Berlin

Stadt Grevesmühlen
Herrn Lars Prahler
Rathausplatz 1

23936 Grevesmühlen

Vorab per Fax 03881 723 111

R	WV	Eilt	449

Stadt Grevesmühlen
Eingegangen
08. März 2013

Bgm	HA	KÄ	BA	OA

A N B A
Projektentwicklung
Uhlandstraße 27
10719 Berlin
Tel.: 030 / 31 50 95 65
Fax: 030 / 31 50 95 64
E-Mail: anba@anbaprojekt.de
Internet: www.anbaprojekt.de

Berlin, 05.03.2013

Eingabe zum Einzelhandelskonzept 106738 vom 08.02.2013 der BulwienGesa AG
Unser Bauvorbescheid 13253-11-10 vom 02.05.2012

Sehr geehrter Herr Prahler,

in dem o.g. Einzelhandelskonzept findet sich kein Hinweis auf das von uns zu realisierende Projekt Lübecker Straße 30 in Grevesmühlen.

Wir gehen daher davon aus, dass unser Projekt keinen Einfluß auf die von dem vorgenannten Einzelhandelskonzept betrachteten Versorgungsgebiete hat.

Sollte unser Projekt dennoch in irgendeiner Form eine Auswirkung auf die von BulwienGesa untersuchten Bereiche haben, bitten wir dies zu berücksichtigen.

Freundliche Grüße

A N B A Projektentwicklung GmbH

Manfred Bauer

i. A.

Wolfgang Muhl

BulwienGesa AG
research • analysis • consulting

EINZELHANDELSKONZEPT GREVESMÜHLEN
Beteiligungsverfahren
Abwägung der Anregungen und Bedenken

07.05.2013

Moorfuhrtweg 13
22301 Hamburg
Tel. (040) 42 32 22 - 0
Fax. (040) 42 32 22 - 12
hamburg@bulwiengesa.de
www.bulwiengesa.de

© 2013 BulwienGesa AG

INHALTSVERZEICHNIS

		Seite
1	EINZELHANDELSKONZEPT GREVESMÜHLEN - BETEILIGUNGSVERFAHREN	1
2	AUSWERTUNG	2
2.1	Anregungen/Hinweise zum Datenkranz	2
2.2	Anregungen/Hinweise zur Steuerung des Einzelhandels mit zentrenrelevanten Sortimenten	4
2.2.1	Flächenbegrenzung für "zentrenrelevante" Sortimente außerhalb der Innenstadt	4
2.2.2	Flächenbegrenzung für "zentrenrelevante" Randsortimente in Lebensmittelmärkten	5
2.3	Anregungen/Hinweise zum ausgewiesenen Verkaufs-flächenspielraum	6
2.4	Anregungen/Hinweise zum projektierten Nahversorgungszentrum am Bahnhof	8
2.5	Sonstige Anregungen/Hinweise	15

© BulwienGesa AG 2013 – 123456

BulwienGesa AG

1 EINZELHANDELSKONZEPT GREVESMÜHLEN - BETEILIGUNGSVERFAHREN

Das von der BulwienGesa AG, Hamburg, im Zeitraum Mai 2012 bis Dezember 2012 in der Entwurfsfassung erstellte kommunale Einzelhandelskonzept wurde im Februar 2013 noch einmal überarbeitet, um Ergebnisse einer öffentlichen Plandiskussion am 28. Januar 2013 einzuarbeiten.

Die Überarbeitung wurde am 8. Februar 2013 vorgelegt und das Konzept anschließend vom 25. Februar bis 8. März öffentlich ausgelegt sowie parallel in eine TÖB-Beteiligung gegeben.

Die Hinweise und Einwendungen der öffentlichen Auslegung und der TÖB-Beteiligung sind Gegenstand der folgenden Abwägungsvorschläge.

Folgende Firmen/Institutionen reagierten auf Auslegung/TÖB-Beteiligung:

TÖB-Beteiligung

– IHK zu Schwerin vom 26.02.2013:
  Keine abwägungsrelevanten Hinweise, Anregungen und Bedenken.

– Einzelhandelsverband Nord e. V. vom 06.03.2013:
  Abwägungsrelevante Hinweise, Anregungen und Bedenken nachstehend bearbeitet.

– Hansestadt Lübeck vom 27.02.2013:
  Keine abwägungsrelevanten Hinweise, Anregungen und Bedenken.

– Ministerium für Energie, Infrastruktur und Landesentwicklung vom 19.03.2013:
  Abwägungsrelevante Hinweise, Anregungen und Bedenken nach-stehend bearbeitet.

– Hansestadt Wismar vom 20.03.2013:
  Die Hansestadt Wismar sieht ihre Belange durch das Einzelhandelskonzept Grevesmühlen nicht berührt, weist aber auf mögliche Datendifferenzen und Schreibfehler im Einzelhandelskonzept hin. Diese Hinweise werden bearbeitet.

– Landkreis Nordwestmecklenburg, Stabsstelle Wirtschaft und Regionalentwicklung vom 27.03.2013:
  Abwägungsrelevante Hinweise, Anregungen und Bedenken nach-stehend bearbeitet.

Öffentliche Auslegung

– ANBA Projektentwicklung, Berlin, vom 05.03.2013
  Abwägungsrelevante Hinweise, Anregungen und Bedenken nach-stehend bearbeitet.

Die abwägungsrelevanten Anregungen und Bedenken mehrerer Einwender beziehen sich mit unterschiedlichem Wortlaut häufig auf identische Themen und sind in diesen Fällen zu einem gemeinsamen Abwägungsvorschlag zusammengefasst.

© BulwienGesa AG 2013 – 123456

2 AUSWERTUNG

2.1 Anregungen/Hinweise zum Datenkranz

- *Stadt Wismar:*
  Im Einzelhandelskonzept Grevesmühlen wird als Kaufkraftkennziffer für die Stadt Grevesmühlen ein Index von 80,3 ausgewiesen (ebendort Seite 13). Im regionalen Einzelhandelskonzept für den Stadt-Umland-Raum (SUR) Wismar wird Grevesmühlen in einer kartografischen Übersicht (ebendort Seite 19) einem Niveau von >90 bis 95 zugeordnet. Dieser Unterschied sei bei direkter Gegenüberstellung erheblich.

Abwägungsvorschlag:
Die BulwienGesa AG greift auf konsumrelevante Kaufkraftkennziffern der Fa. MB-Research, Nürnberg, zurück. Diese Kaufkraftkennziffern sind im Einzelhandelskonzept referiert. Sie werden zur Anpassung der ladenhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben um warengruppenspezifische Einkommenselastizitäten in einer Spannweite von ca. 0,3 bis 2,0 gewichtet. Die Elastizitäten werden regelmäßig aus der Einkommens- und Verbrauchsstichprobe (EVS) des Statistischen Bundesamtes von der BulwienGesa AG berechnet. Die Elastizitäten tragen dem Umstand Rechnung, dass die Verbrauchsausgaben der privaten Haushalte für den Einzelhandel im Vergleich zu Ausgaben für Wohnen, Energie usw. sowie auch innerhalb des Einzelhandels für einzelne Warengruppen nicht in gleichem Maße auf Einkommensveränderungen reagieren. So reagieren Ausgaben für täglichen Bedarf (z. B. Lebensmittel) weniger elastisch als für hochwertige Konsumgüter (Möbel, Schmuck usw.).

Im regionalen Einzelhandelskonzept für den SUR Wismar werden Kaufkraftindices eines anderen Anbieters, namentlich der IBH Köln, verwendet. Eine Nachfrage dort ergab, dass es sich dabei nicht um konsumrelevante, sondern um einzelhandelsrelevante Kaufkraftindices handelt. Diese Indices sind bereits um eine Einkommenselastizität bereinigt und deshalb nicht mit den im Einzelhandelskonzept Grevesmühlen verwendeten konsumrelevanten Kaufkraftkennziffern vergleichbar. Die vergleichbare konsumrelevante Kaufkraftkennziffer der IBH für Grevesmühlen liegt aktuell bei 82,5 und damit nahe am Wert 80,3 der Fa. MB-Research, welche im Einzelhandelskonzept Grevesmühlen referiert ist. Diese Abweichung liegt im Rahmen marktüblicher Toleranzen bei regionalen Kennziffern.
Maßnahme: Im Einzelhandelskonzept wird klargestellt, dass es sich dort um konsumrelevante Kaufkraftindices handelt (Beschriftung und Erläuterung der Grafik auf Seite 13).

- *Stadt Wismar:*
  Widerspruch in der Benotung der Erreichbarkeit der Grevesmühlener Innenstadt zwischen Grafik (ø 2,0) und Text (ø 2,6) auf Seite 58 des Einzelhandelskonzeptes.

Abwägungsvorschlag:
Der Wert in der Grafik ist korrekt.

Maßnahme: Der Schreibfehler im Text wird korrigiert.

- *Einzelhandelsverband Nord:*
  Die für die Grevesmühlener Innenstadt ausgewiesene Flächenproduktivität sei mit über 6.300 Euro/qm VKF vor dem Hintergrund eines 20 %-igen Leerstands zu hoch angesetzt.

Abwägungsvorschlag:
Diese Flächenproduktivität bezieht sich ausschließlich auf die Warengruppe "Periodischer Bedarf", in welcher auch die Apotheken enthalten sind. Apotheken zählen - bezogen auf die Verkaufsfläche - zu den leistungsstärksten Einzelhandelsbetriebstypen überhaupt. Ihre mittlere Flächenproduktivität in Grevesmühlen liegt bei rund 27.000 Euro/qm VKF. In Grevesmühlen sind drei von vier Apotheken in der Innenstadt ansässig. Sie stellen 7 % der Verkaufsfläche für "Periodischen Bedarf" in der Innenstadt, tragen dort aber rund ein Drittel zum Umsatz in dieser Warengruppe bei und schlagen damit stark auf die Raumleistung der Warengruppe durch.

Die hohe Auslastung ist also - bei insgesamt niedriger Verkaufsflächenausstattung für "Periodischen Bedarf" in der Innenstadt sowie einer weitgehenden Kleinteiligkeit - strukturell bedingt und nicht Ausdruck einer überdurchschnittlichen Leistungsfähigkeit des Innenstadthandels.

Die Übersicht auf Seite 25 des Einzelhandelskonzeptes macht deutlich, dass die Auslastung des Grevesmühlener Einzelhandels insgesamt überwiegend unterhalb vergleichbarer Benchmarks liegt.

Maßnahme: Das Einzelhandelskonzept wird auf Seite 25 um eine zusätzliche Erläuterung ergänzt.

- *Landkreis Nordwestmecklenburg:*
  Der regionale Vergleich der Einzelhandelsdaten mit Mittelzentren in Mecklenburg-Vorpommern (im Einzelhandelskonzept auf Seite 26) sollte erweitert werden um die Einbeziehungen entsprechender Kennzahlen aus Schleswig-Holstein, dies vor allem vor dem Hintergrund vielzitierter Fehlentwicklungen des großflächigen Einzelhandels in ostdeutschen Städten und dadurch bedingt eine städtebauliche und ökonomische Schwächung der Innenstädte.

Abwägungsvorschlag:
Jegliche Vergleiche dieser Art beinhalten das Risiko von Fehlinterpretationen. Die im Einzelhandelskonzept aufgeführten Vergleichsstädte aus Mecklenburg-Vorpommern liegen ebenso wie Grevesmühlen in Fühlung zum Tourismus in den Seebädern und bewegen sich ansonsten in einer vergleichbaren Einwohnerklasse. Wenn überhaupt interkommunale Vergleiche angestellt werden sollten, dann zwischen Zentren mit derartigen gemeinsamen Merkmalen. Für Mecklenburg-Vorpommern insgesamt ist festzuhalten, dass viele ländliche Mittelzentren Versorgungsfunktionen für weitläufige und strukturschwache Umlandbereiche auf sich vereinen - dies führt tendenziell zu einer höheren Handelskonzentration und auch Flächenausstattung, als bei Zentren in stärker entwickelten oder gar suburbanisierten Räumen, wie es in Schleswig-Holstein häufig vorkommt. Insofern wäre die Angemessenheit eines solchen Vergleiches zu hinterfragen. Allerdings liegen in Schleswig-Holstein nicht wie in Mecklenburg-Vorpommern Leistungsdaten der Zentralorte gesammelt vor, sodass die Anregung technisch nicht umsetzbar wäre.

Das vom Landkreis explizit angesprochene Verhältnis Innenstadt zu Außenstadt wird durch Kennzahlen zur Pro-Kopf-Flächenausstattung des Weiteren nicht berührt.

- *Landkreis Nordwestmecklenburg:*
  Die prognostizierte Kaufkraftabschöpfung auf Seite 68 sollte präzisiert im Verhältnis zur Bevölkerungsentwicklung und Kaufkraftentwicklung dargestellt werden.

Abwägungsvorschlag:
Dieses Vorgehen ist grundsätzlich sinnvoll, insbesondere wenn erwartete größere Einwohnerzuwächse oder -verluste das Marktvolumen im Geltungszeitraum eines Einzelhandelskonzeptes absehbar signifikant verändern. Dies ist in Grevesmühlen jedoch nicht der Fall. Das Kaufkraftniveau ist stabil; moderate Einwohnerverluste und im Bundestrend leicht zunehmende Pro-Kopf-Verbrauchsausgaben im stationären Einzelhandel gleichen sich in Grevesmühlen und Umgebung weitgehend aus (vgl. EHK Kap. 2.8/Seite 18).
Auf eine dynamisierte Betrachtung kann insoweit verzichtet werden; sie war auch nicht Bestandteil des vereinbarten Untersuchungsumfangs.

2.2 Anregungen/Hinweise zur Steuerung des Einzelhandels mit zentrenrelevanten Sortimenten

2.2.1 Flächenbegrenzung für "zentrenrelevante" Sortimente außerhalb der Innenstadt

- *Landesplanung:*
  Die Einschränkung, wonach gemäß Einzelhandelskonzept "zentrenrelevante Sortimente" ab 200 qm VKF in der Innenstadt (ZVB) bzw. die darin enthaltene Teilmenge "nahversorgungsrelevanter" Sortimente ab 200 qm VKF in der Innenstadt (ZVB), in Nahversorgungszentren (ZVB) und integrierten Streulagen der Ortslage Grevesmühlen zulässig sein sollen, erschließt sich aus dem Einzelhandelskonzept nicht; eine Begründung fehle. Im Umkehrschluss würde die Vorschrift bedeuten, dass unterhalb des o. g. Schwellwertes eine Ansiedlung im ZVB unzulässig wäre.

- *Einzelhandelsverband Nord:*
  Die Beschränkung der Neuansiedlung von Einzelhandel mit "zentrenrelevanten" Sortimenten außerhalb der Innenstadt erst ab einer Verkaufsfläche von 200 qm vorzunehmen, sei nicht nachvollziehbar und trage den realen Gegebenheiten nicht Rechnung, da der innerstädtische Handel durch kleine Ladengrößen von ø 77 qm geprägt sei. Bei dieser Konstellation solle eine eindeutige Fokussierung auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt erfolgen.

- *Landkreis Nordwestmecklenburg:*
  Zentrenrelevante Sortimente seien generell auf die Innenstadt zu beschränken. Die vorgeschlagenen 200 qm-Regelungen stünden im Widerspruch zu den Leitlinien und Leitsätzen der Einzelhandelssteuerungen.

Gemeinsamer Abwägungsvorschlag:
Die Entwurfsfassung des Einzelhandelskonzeptes lenkt Einzelhandel mit "zentrenrelevanten" Kernsortimenten ab 200 qm VKF aufwärts in die Innenstadt. Bis zu 200 qm VKF sollen Neuansiedlungen auch in integrierten Streulagen toleriert werden. Die Dimensionierung orientiert sich an der Größe führender Fachgeschäfte in der Innenstadt.

Sofern Clusterbildungen vermieden bzw. bestehende Cluster außerhalb der Innenstadt nicht weiter ausgebaut werden (s. hierzu explizite Hinweise auf Seite 81 des Einzelhandelskonzeptes), geht aus Gutachtersicht von etwaigen solitären Ansiedlungen von Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten keine nachhaltige Gefahr für die Grevesmühlener Innenstadt aus. Betriebe mit "nahversorgungsrelevanten" Sortimenten sollen dem Prinzip der Wohnortnähe folgend in siedlungsintegrierten Lagen der Kernstadt Grevesmühlen unterhalb der

Großflächigkeit auch außerhalb der Innenstadt zulässig sein. Allerdings rät das Einzelhandelskonzept auf Grund der bereits erhöhten Flächenausstattung und Wettbewerbsintensität generell

– von der Ansiedlung von Drogeriemärkten außerhalb der Innenstadt sowie

– von zusätzlichen Lebensmittelmärkten ab. Hiervon grundsätzlich nicht berührt ist die Verlagerung/Erweiterung bestehender Lebensmittelmärkte mit Restrukturierungsbedarf. Ferner können gewichtige städtebauliche Zielsetzungen, wie z. B. die Schließung noch vorhandener Versorgungslücken, eine Standortneuentwicklung rechtfertigen, wenn dabei schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche vermieden werden können (s. Einzelhandelskonzept Seite 85).

Widersprüche zu übergeordneten "Leitlinien" zur Einzelhandelssteuerung (hier: LEP Mecklenburg-Vorpommern und REP Westmecklenburg) sind insoweit nicht erkennbar. Verbindliche Zielsetzungen des LEP/REP für "zentrenrelevante" Sortimente betreffen großflächige Einzelhandelsvorhaben; der Forderung nach einer möglichst weitgehenden Konzentration "zentrenrelevanter" Sortimente in der Innenstadt als raumordnerischer Grundsatz wird das Einzelhandelskonzept durch eine an die Gegebenheiten des Standortes angepasste Flächenlimitierung gerecht.

Maßnahme:
Die Lenkungsgruppe verständigt sich nach erneuter Befassung auf eine Reduktion der Flächenobergrenze für neu anzusiedelnde Betriebe mit "zentrenrelevanten" Kernsortimenten außerhalb der Innenstadt auf max. 100 qm VKF. Damit nähert sich die Grenze der durchschnittlichen Verkaufsflächengröße in der Grevesmühlener Innenstadt an. In dieser Größenordnung kann das Risiko schädlicher Verdrängungswirkungen auf die Innenstadt nochmals minimiert werden. Bei bereits ansässigen verlagerungswilligen Betrieben werden keine zusätzlichen Anreize für eine Verlagerung aus der Innenstadt heraus geschaffen.

Für zusätzliche "nahversorgungsrelevante" Sortimente gilt diesbezüglich eine generelle Flächenobergrenze von 200 qm VKF. Ausnahmen sind weiterhin grundsätzlich Lebensmittelmärkte mit Restrukturierungsbedarf (Verlagerung/Erweiterung) sowie etwaige Neuansiedlungen/Verlagerungen von Lebensmittelmärkten zur Deckung von Versorgungslücken (betrifft die Südstadt).

Der Konzeptteil des Einzelhandelskonzeptes wird dahingehend geändert und näher erläutert (Konzeptteil, Kap. 4.4 und 4.5.2).

Ein vollständiger Ausschluss "zentrenrelevanter" Sortimente außerhalb des ZVB Innenstadt lässt sich städtebaulich nicht ausreichend rechtfertigen und kann unnötige Härten für bereits ansässige Betriebe und vorhandene Immobilien mit kleineren erdgeschossigen Ladenflächen nach sich ziehen. In der Lenkungsgruppe besteht Einvernehmen, dass dieser deshalb weiterhin nicht verfolgt wird.

2.2.2 Flächenbegrenzung für "zentrenrelevante" Randsortimente in Lebensmittelmärkten

Landesplanung:
Die Beschränkung "zentrenrelevanter" Randsortimente auf max. 10 % Verkaufsflächen-Anteil oder max. 200 qm je Sortiment bei Lebensmittelmärkten sei praxisfremd, da es diesbezüglich keine Exekutive gäbe. Hinzu käme, dass außerhalb der Innenstadt keine Drogeriemärkte angesiedelt werden sollen, insofern keine Sortimentsbeschränkung erforderlich sei.

Abwägungsvorschlag:
"Zentrenrelevante" Artikel spielen im Lebensmittelhandel als wechselnde Aktionssortimente bei Discountern und ggf. kleineren Lebensmittelmärkten eine Rolle. Da es sich dabei nicht um konstante Sortimente handelt, lassen sie sich planungsrechtlich schwer steuern. Es ist jedoch möglich, in Bebauungsplänen maximale Verkaufsflächen für wechselnde Aktionssortimente festzulegen. Bei Discountern muss hierzu aus Gutachtersicht noch nicht unbedingt Gebrauch gemacht werden, weil die meisten Konzepte hierfür bislang ohnehin nicht mehr als max. ca. 100 qm vorsehen.

Bei Lebensmittelvollsortimentern gewinnen Randsortimente mit zunehmender Betriebsgröße an Bedeutung; der Übergang zum Verbrauchermarkt mit breitem Randsortiment ist fließend. Eine große Sortimentsbreite im "zentrenrelevanten" Nonfoodspektrum ist in Grevesmühlen unerwünscht, u. a. um die Kopplungsbeziehungen zur Innenstadt nicht unnötig zu reduzieren. Daher gewinnt eine derartige Einschränkung bei Lebensmittelvollsortimentern ab ca. 1.500 qm VKF prinzipiell an Bedeutung.

Sie soll zudem gewährleisten, dass die weitestgehende Fokussierung des Angebotes auf Artikel des "Periodischen Bedarfs" auch künftig bei etwaigen Nachnutzungen oder einem Betriebstypenwechsel Bestand hat. In Grevesmühlen betrifft dieser Sachverhalt aktuell den geplanten Lebensmittel-Vollsortimenter am Bahnhof. Marktkauf mit einem über die Empfehlungen hinausgehenden Nonfood-Randsortiment genießt insoweit Bestandsschutz.

Für Drogeriemärkte spricht das Einzelhandelskonzept keine Randsortimentsempfehlungen aus.

Maßnahme: Die Reduktion der Verkaufsflächen-Obergrenze für "zentrenrelevante" Sortimente außerhalb der Innenstadt auf 100 qm wird im Einzelhandelskonzept auf die Empfehlungen zu "zentrenrelevanten" Randsortimenten übertragen (Konzeptteil, Kap. 4.5.2).

2.3 Anregungen/Hinweise zum ausgewiesenen Verkaufsflächenspielraum

- *Landesplanung:*
  Der gutachterlich errechnete Flächenspielraum bildet die Basis für zukünftige tragfähige Entwicklungen des Einzelhandels in Grevesmühlen. Der errechnete maximal verträgliche Entwicklungsspielraum für "Periodischen Bedarf" (max. ca. 700 qm VKF) wird mit dem geplanten Verbundstandort am Bahnhof in der empfohlenen Variante (d. h. ohne Drogeriemarkt) überschritten. Dort kämen unter Anrechnung der aufgegebenen Verlagerungsflächen rund 1.100 qm zusätzliche Verkaufsfläche hinzu.

- *Landkreis Nordwestmecklenburg:*
  Die prognostizierte Kaufkraftabschöpfung des Einzelhandelskonzeptes (dort Seite 68) sollte präzisiert im Verhältnis zur Bevölkerungsentwicklung und Kaufkraftentwicklung dargestellt werden, um somit nicht nur theoretische, sondern reale Annäherungen der Modellrechnungen an tatsächliche und überprüfbare Umsatzpotenziale zu erhalten. Die konzeptionell ermittelte Flächenreserve von 700 qm VKF für den "Periodischen Bedarf" sei mit einer Reihe von Annahmen zur weiteren Kaufkraftentwicklung, Steigerung von Umsätzen, positive Bevölkerungsentwicklung, verbesserte Kaufkraftbindung, verbunden. Daraus erschließe sich nicht unmittelbar die Begründung eines NVZ am Bahnhof mit einer zusätzlichen Verkaufsfläche von rund 1.100 qm.

Gemeinsamer Abwägungsvorschlag:
Die tragfähigen Marktspielräume sind ohne prognostische Veränderungen der Einwohnerzahl und der Kaufkraft vorgenommen worden, insbesondere sind sie keinesfalls mit der Annahme einer positiven Einwohnerentwicklung verknüpft. Gegenwärtig kann die Nachfrageplattform bei Fortschreiten des Einwohnerrückgangs in der bisherigen Intensität noch etwa stabil gehalten werden, weil sich die mittel- bis langfristigen jährlichen Wachstumsraten der Pro-Kopf-Nachfrage von +0,5 % p. a. einerseits und der jährliche Einwohnerrückgang von ca. -0,5 % p. a. andererseits gegenseitig aufheben (vgl. Einzelhandelskonzept Kap. 2.8/ Seite 18).

Die Ableitung zusätzlicher Markt- und Flächenspielräume in Grevesmühlen zeigt auf, welche Umsatzleistung in Grevesmühlen erzielbar wäre, wenn als Benchmarks Kaufkraftbindungsquoten angesetzt werden, die von relativ freistehenden (d. h. nicht unmittelbar zu gleichrangigen oder übergeordneten Zentren benachbarten) kleineren Mittelzentren realistischerweise erzielbar sind. Hinzu kommt in begrenztem Umfang der Sonderfaktor "touristische Zuflüsse".
Die Gewichtung des erzielbaren Umsatzpotenzials mit auskömmlichen Raumleistungen führt zu einem tragfähigen Verkaufsflächengerüst.

Hierbei handelt es sich um einen Orientierungsrahmen. Er kann unterschritten werden, wenn es sich um eine eingeschränkt leistungsfähige Angebotsstruktur handelt oder wenn der Genre-Mix unausgewogen ist. Beispiel: In einer Branche fehlt das mittlere und gehobene Angebotssegment - dann wären die erzielbaren Kaufkraftbindungsquoten nicht ausgeschöpft und die vorhandene Verkaufsfläche möglicherweise trotzdem nicht wirtschaftlich ausgelastet, obwohl sie innerhalb des berechneten Rahmens liegt. Umgekehrt können überdurchschnittlich ausstrahlungsstarke Betriebe den Orientierungsrahmen auch ausweiten.

Ebenso ist es möglich, dass bei niedrigen Kosten (z. B. einem niedrigen Mietniveau) auch eine Flächenproduktivität noch unterhalb der dargestellten Bandbreite und somit auch ein höherer Flächenrahmen tragfähig ist. Dieser Mechanismus kommt beim geplanten Nahversorgungszentrum am Bahnhof zum Tragen (vgl. EHK Kap. 5). Der Betreiber ist dort zugleich Investor und Eigentümer und kann dem Ertrag aus laufendem Geschäftsbetrieb zusätzliche Mieteinnahmen zur Seite stellen. Daher kommt dieser Supermarkt im Branchenvergleich mit unterdurchschnittlichen Raumleistungen aus, die mit rund 3.300-3.400 Euro/qm deutlich unterhalb der für die Berechnung der Flächenreserve herangezogenen Spanne von 3.800 - 4.000 Euro/qm liegt (vgl. EHK Kap. 3.8.3 in Verbindung mit 5.7)

Auf Grund dieser Einschränkungen ist eine Überschreitung des ausgewiesenen Flächenrahmens nicht a priori mit der Feststellung der "Unverträglichkeit" einer Entwicklung verbunden. Zumal es auch weitere Ventile geben kann: Der Abbau von Verkaufsflächen in Streu- oder Gewerbegebietslagen ist städtebaulich im Regelfall nicht "unverträglich" (es sei denn, die wohnungsnahe Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des periodischen Bedarfs würde beeinträchtigt). Ebenso verhält es sich, wenn es sich bei einer Neuentwicklung um die Verlagerung (und ggf. Erweiterung) eines bereits bestehenden Betriebes handelt, dessen Altstandort für eine Nachnutzung in der selben Branche nicht mehr in Frage kommt. In diesen Fällen ist die Netto-Umsatz- und Flächenzunahme stark reduziert. Beide Fälle treffen auf die Grevesmühlener Situation zu: Markant plant die Ersetzung seines abgängigen Marktes in der Innenstadt und Aldi beabsichtigt die Verlagerung seines Marktes vom Grünen Weg zurück in die Kernstadt.

Eine signifikante Überschreitung des rechnerisch tragfähigen Verkaufsflächenrahmens ist ein Indiz für ein erhöhtes Marktaustrittsrisiko an anderer Stelle.

Sicher ist dies jedoch nicht in jedem Falle und eine Überschreitung ist auch nicht a priori gleichzusetzen mit einer städtebaulichen Unverträglichkeit. Hierzu bedarf es stets einer Einzelfallbetrachtung, wie sie im Anschluss an den Konzeptteil des EHK in Kap. 5 vorgenommen wird.

Das Nahversorgungszentrum am Bahnhof wird städtebaulich nicht primär aus der Absorption eines unausgeschöpften Verkaufsflächenspielraums begründet, sondern dient in erster Linie zur Schließung einer Nahversorgungslücke in der Südstadt und holt zudem einen bisher in ungünstiger und städtebaulich unzureichend integrierter Randlage liegen Lebensmittel-Discounter in die siedlungsstrukturell integrierte Kernstadt zurück.

Maßnahme: Die vertiefte Erläuterung wird in das Einzelhandelskonzept (Kap. 4.5.6) aufgenommen.

2.4 Anregungen/Hinweise zum projektierten Nahversorgungszentrum am Bahnhof

Einzelhandelsverband Nord:
Die vorgesehene Verlagerung des Markant Verbrauchermarktes an das Bahnhofsgelände sei aus Verbandssicht nicht unbedenklich, auch wenn die bauliche Situation des derzeitigen Standortes nicht verkannt würde. Die Verlagerung des Aldi-Marktes sei aus städtebaulicher Sicht nicht zu beanstanden, allerdings sei der Ausschluss einer Nachnutzung mit zentren- bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten am Altstandort Grüner Weg eine zwingende Voraussetzung.

Abwägungsvorschlag:
Das geplante Nahversorgungszentrum am Bahnhof ist in der zunächst vorgesehenen Ausprägung (Verlagerung Aldi, Ersatz des abgängigen Markant-Marktes Wismarsche Straße, Neueröffnung Drogeriemarkt) im Rahmen der EHK-Erstellung einer wirkungsanalytischen Überprüfung unterzogen worden (s. ebendort Kap. 5). Die Schließung des innerstädtischen Markant-Marktes erfolgt kurzfristig in jedem Falle. Nach jüngsten Informationen ist sie nunmehr konkret durch Kündigung/Nichtverlängerung des Mietvertrages durch den Eigentümer zum Jahresende 2013 zu erwarten. Unabhängig davon hat jedoch auch der Betreiber mehrfach deutlich gemacht, sich von dem zunehmend unwirtschaftlich werdenden Markt kurzfristig trennen zu wollen. Diese Schließung ist demzufolge nicht das Ergebnis der Verlagerungsplanung und umgekehrt kann sie durch einen Verzicht auf die Neubauplanung am Bahnhof auch nicht abgewendet werden.

Die Herausforderung, den alten Markant-Standort nach Möglichkeit mit einer zentrenprägenden Nachnutzung zu versehen, kommt auf jeden Fall auf die innerstädtischen Akteure und insbesondere auf den Immobilieneigentümer zu.

Sie wird durch die Neubauplanung am Bahnhof nicht nennenswert beeinflusst, sofern dort auf den zunächst vorgesehenen Drogeriemarkt verzichtet wird, denn dieser würde die Innenstadt in einer weiteren Branche schwächen. Dieses Ergebnis der Wirkungsanalyse wird in die Projektgestaltung übernommen. Die aktuelle Projektgestaltung (Verlagerung Aldi, Neubau eines zum Lebensmittel-Vollsortimenter erweiterten Markant-Marktes, Zulassung einer auf 200 qm begrenzten Konzessionärszone) ist aus Gutachtersicht für die Innenstadt insoweit unbedenklich.

Der Forderung nach einem Verzicht auf eine Nachnutzung des aufzugebenden Aldi-Altobjektes für zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente schließen sich Gutachter und Lenkungsgruppe an. Da Aldi gleichzeitig auch Eigentümer des Altobjektes ist, kann neben einer baurechtlichen Anpassung auch eine geeignete privatrechtliche Vereinbarung (z. B. Eintrag einer Grundlast) vorgenommen werden, um dies sicherzustellen. Dies war stets beabsichtigt und ist im Einzelhandelskonzept in der Entwurfsfassung in Kap. 4.5.5 (Empfehlungen in Gewerbegebiets- und nicht bzw. randständig integrierten Lagen) aufgenommen. Dort wurde er offenbar verbreitet übersehen.

Maßnahme: Der Hinweis wird auch in Kap. 4.5.6 direkt im Abschnitt zur Bahnhofsplanung noch einmal platziert.

- *Landesplanung:*
  Das geplante Nahversorgungszentrum am Bahnhof verschärft den Wettbewerb unter den Lebensmittelanbietern weiter. Arrondierung und Marktanpassung der bestehenden Nahversorger würden erschwert.

  Abwägungsvorschlag:
  Richtig ist, dass sich der Wettbewerb unter den Lebensmittelanbietern in Grevesmühlen mit Umsetzung des Vorhabens weiter intensiviert. Aus diesem Grund wurde eine projektbezogene Wirkungsanalyse in das Einzelhandelskonzept integriert (vgl. ebendort Kap. 5). Nach Modifikation des Vorhabens (Verzicht auf den Drogeriemarkt) besteht aus Gutachtersicht keine Gefahr für eine Verschlechterung der Nahversorgung in Grevesmühlen - sie wird im Gegenteil durch das Vorhaben selbst stadträumlich wie auch qualitativ verbessert -; ebenso wenig gehen von dem Vorhaben kritische Verdrängungswirkungen auf den innerstädtischen Handel aus.
  Eine marktgerechte Weiterentwicklung der übrigen Anbieter dürfte weiterhin gewährleistet sein. Sofern sie mit einem Flächenausbau verbunden wäre, ist sie ohnehin nur bei siedlungsstrukturell voll integrierten Betrieben (und somit nicht für das gesamte Netz) erwünscht. Standortarrondierungen im Sinne von Clusterbildungen oder einem Ausbau vorhandener Cluster mit "zentrenrelevanten" Sortimenten sind außerhalb der Innenstadt gemäß Einzelhandelskonzept ohnehin nicht intendiert.

- *Landesplanung:*
  Die Umsetzung der im Konzept vorgeschlagenen, für die Innenstadt dringend erforderlichen Vitalisierungsmaßnahmen wie Aktivierung der Leerstände, Nachnutzung des Markant-Marktes als östlicher Ankerpunkt des zentralen Versorgungsbereiches (ZVB), Aktivierung der in der Innenstadt ausgewiesenen Potenzialflächen würden durch das Vorhaben erschwert oder seien für Investoren und Betreiber unwirtschaftlich.

- *Landkreis Nordwestmecklenburg:*
  Es sei zu erwarten, dass dringende Maßnahmen zur Belebung der Innenstadt wie Reduzierung der Leerstände, mögliche Nachnutzung des Markant-Altstandortes und weiterer Flächenpotenziale mehr erschwert als befördert werden.

  Gemeinsamer Abwägungsvorschlag:
  Nach Modifikation der Bahnhofsplanung, wie im Einzelhandelskonzept beschrieben und aktuell von Investor/Betreiber verfolgt, ist das Wettbewerbspotenzial mit dem innerstädtischen Handel stark reduziert.

Insofern sind negative Einflüsse des Vorhabens auf innerstädtische Maßnahmen nicht zu erwarten. Die Schließung des innerstädtischen Markant-Marktes und eine angemessene, d. h. nach Möglichkeit zentralitäts- und frequenzerzeugende Nachentwicklung ist in jedem Falle zu bewältigen. Das Vorhaben könnte sich dann negativ darauf auswirken, wenn eine realistische Nachnutzungsoption sich weiterhin im selben Kernsortiment (Lebensmittel-Nahversorgung) bewegen würde. Dies ist jedoch absehbar nicht der Fall. Das Einzelhandelskonzept begründet ausführlich, warum der Markant-Altstandort baulich-funktional für eine branchengleiche Nachnutzung nach derzeitigem Ermessen nicht mehr in Betracht kommt (s. Kap. 3.4.3.1).
Auch ansonsten weist die Innenstadt derzeit und auf absehbare zeit keine Potenzialflächen auf, die für die Entwicklung eines marktfähigen Lebensmittelmarktes geeignet wären.

Die geplante Erweiterung des einzig in der Innenstadt verbliebenen kleinen Frischemarktes in der August-Bebel-Straße dürfte durch das Vorhaben nicht beeinträchtigt werden - bei diesem Anbieter halten sich Belastungen aus der Bahnhofsplanung und Entlastungen durch Aufgabe des innerstädtischen Markant-Altstandortes in etwa die Waage.

Landesplanung:
Der Standort befände sich im Widerspruch zu den strategischen Zielen des Einzelhandelskonzeptes (es sei kein ZVB, deutliche Überschneidung des verträglichen Verkaufsflächen-Entwicklungsrahmens), Verschlechterung der Investitionsbedingungen in der Innenstadt, Wegfall des Ankerbetriebes Markant im östlichen Teil der Innenstadt, Aussicht auf Aktivierung des Altstandortes Markant verschlechtere sich. Der Gutachter empfehle dort jedoch eine "adäquate Nachnutzung".

Abwägungsvorschlag:
Ein Widerspruch der Standortentwicklung am Bahnhof mit strategischen Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes ist nicht erkennbar. In den übergeordneten Entwicklungszielen (vgl. EHK, Kap. 4.5.1, Seite 81) wird vielmehr auf verbreitete Objektschwächen im Nahversorgungsnetz hingewiesen, ebenso auf die Unterversorgung der Südstadt. Explizit heißt es dort:
"Hinsichtlich der quantitativen Nahversorgungsausstattung verfügt das nördlich der Bahntrasse gelegene Siedlungsgebiet Grevesmühlen über ein nahezu flächendeckendes Versorgungsnetz. In der Südstadt besteht hingegen ein vollständiges Versorgungsdefizit. Qualitativ sind mit Ausnahme des umfassend modernisierten Marktkauf Korzak sowie der neu errichteten Lidl- und Netto-Discounter alle weiteren Lebensmittelmärkte mit Objektschwächen behaftet, v. a. hinsichtlich zu geringer Dimensionierungen. Die geplante Verlagerung von Aldi und Markant in das Bahnhofsumfeld bietet die Chance, das Ziel einer Verbesserung der Nahversorgung in der Südstadt zu erreichen und ermöglicht zugleich den Betreibern, sich marktgerecht und zukunftsfähig zu positionieren."

Es besteht keine Zielsetzung im Einzelhandelskonzept, nach der "nahversorgungsrelevante" Anbieter im ZVB Innenstadt zu konzentrieren wären. Diese Zielsetzung beschränkt sich auf "zentrenrelevante" Sortimente ab 100 qm VKF aufwärts.

Der im Einzelhandelskonzept ausgewiesene Verkaufsflächenentwicklungsrahmen ist nicht "verträglich", sondern "tragfähig" berechnet, was ein entscheidender Unterschied in der Aussage ist. Er basiert auf der Annahme einer mittleren Netzauslastung von 3.800 - 4.000 Euro/qm Verkaufsfläche. Für das Projekt selbst wird jedoch eine niedrigere Auslastung erwartet (s. Kap. 5 des Einzelhandelskonzeptes); insofern besteht kein Widerspruch zum

Flächenrahmen. Es ist gleichwohl wirtschaftlich zu betreiben, weil Investor und Betreiber des Supermarktes identisch sind. Dem operativen Erlös aus dem Supermarktbetrieb kann ein immobilienwirtschaftlicher Erlös aus Mieteinnahmen (v. a. aus dem Standortverbund mit Aldi) zur Seite gestellt werden.

Eine Verschlechterung von Investitionsbedingungen in der Innenstadt ist als Folge der Bahnhofsentwicklung nicht zu erwarten. Sie könnte punktuell als Folge der Markant-Schließung in dessen Umfeld eintreten, falls eine Neuentwicklung dieses Standortes nicht gelingen sollte. Dies wäre jedoch ebenfalls keine Folge der Bahnhofsentwicklung, weil Markant an seinem Altstandort in jedem Fall geschlossen wird - auch wenn das Bahnhofsprojekt nicht umgesetzt würde.

Die Schließung des innerstädtischen Markant-Marktes und eine "adäquate", d. h. nach Möglichkeit zentralitäts- und frequenzerzeugende Nachentwicklung ist in jedem Falle zu bewältigen. Das geplante Nahversorgungszentrum am Bahnhof könnte sich dann negativ darauf auswirken, wenn eine realistische Nachnutzungsoption sich weiterhin im selben Kernsortiment (Lebensmittel-Nahversorgung) bewegen würde. Dies ist jedoch absehbar nicht der Fall. Das Einzelhandelskonzept begründet, warum der Markant-Altstandort baulich-funktional für eine branchengleiche Nachnutzung nach derzeitigem Ermessen nicht mehr in Betracht kommt (s. Kap. 3.4.3.1).

Landesplanung:
Das Vorhaben am Bahnhof würde ohne Drogeriemarkt etwa 2.500 qm Verkaufsfläche beanspruchen. Dem stünden nach Fortfall von Markant in der gesamten Innenstadt rund 4.500 qm aktive Verkaufsfläche, verteilt auf 64 Betriebe, gegenüber.

Abwägungsvorschlag:
Das ist richtig, doch bestehen zwischen beiden Standorten nur sehr begrenzte Sortimentsüberschneidungen. Es ist zweifellos von Nachteil für die Innenstadt, dass derzeit und auch absehbar im Haupteinkaufsbereich keine Flächen für zeitgemäße Lebensmittelmärkte zur Verfügung stehen. Wäre dies der Fall, müsste von der Empfehlung, das Bahnhofsvorhaben weiterzuverfolgen, möglicherweise Abstand genommen werden. Da diese Voraussetzung nicht vorliegt, muss die Innenstadt mit der daraus resultierenden strukturellen Belastung leben. Das Einzelhandelskonzept geht darauf mit der Empfehlung ein, "zentrenrelevante" Gebrauchsgüter-Sortimenter auf kleinflächige Ausnahmen (max. 100 qm) zu begrenzen und bestehende Handelscluster (z. B. Marktkauf/Norma, Sky/Kik oder Penny/Aldi-Umfeld) in diese Richtung nicht weiter auszubauen.
In den "zentrenrelevanten" Gebrauchsgüter-Warengruppen ist die Marktverteilung in Grevesmühlen bisher durchaus intakt.

Landesplanung:
Die Wirkungsanalyse für das Bahnhofsvorhaben berücksichtige nicht die Agglomerationseffekte aus dem dortigen Standortverbund. Es erfolge statt dessen eine getrennte Berechnung für die beiden Lebensmittelmärkte.

Abwägungsvorschlag:
Eine differenzierte Darstellung der Projektwirkungen dient der Transparenz der Gesamtanalyse. Der synergetische Effekt des Verbundstandortes ist dagegen sehr wohl berücksichtigt. Er ergibt sich implizit durch ein überörtliches Einzugsgebiet, zudem wären die Umsätze beider Betriebe bei solitärer Lage nochmals niedriger einzuschätzen und damit vermutlich nicht mehr wirtschaftlich.

Die Berücksichtigung des Verbundeffektes ergibt sich auch daraus, dass sich in der Variante ohne Drogeriemarkt (s. EHK Kap. 5.7) dessen Fehlen als dämpfend auf die Umsatzerwartung der beiden Lebensmittelmärkte auswirkt.

Maßnahme: Der Sachverhalt wird im Einzelhandelskonzept in Kap. 5.5 näher erläutert.

- *Landesplanung:*
  Die wirtschaftliche Situation der Einzelhandelsbetriebe in der Altstadt fände in der Wirkungsanalyse nur bedingt Berücksichtigung. Die Bewertung der "Verträglichkeit" dürfe nicht allein an der "Grenzmarke" von 10 % festgemacht werden.

  Abwägungsvorschlag:
  Die Wirkungsanalyse für das Bahnhofsvorhaben argumentiert nicht schematisch mit der so genannten 10-%-Marke. Die Innenstadt würde in der nicht empfohlenen Variante mit Drogeriemarkt voraussichtlich etwa 6,7 % ihres Umsatz mit periodischem Bedarf an das Vorhaben abtreten müssen (vgl. EHK Kap. 5,6, Seite 100). Gleichwohl empfiehlt das Einzelhandelskonzept mit Rücksicht auf die geschwächte Situation in der Innenstadt auf dessen Verzicht. Die empfohlene Variante ohne Drogeriemarkt belastet die Innenstadt in toto rechnerisch mit nur -0,1 % im Kernsortiment "Periodischer Bedarf". Projektbedingte Belastungen und die Übertragung abgetretener Umsätze aus dem geschlossenen Markant-Markt gleichen sich rechnerisch beinahe aus. Die so genannte 10-%-Marke spielt bei der Argumentation insoweit keine Rolle.

- *Landesplanung:*
  Der Standort würde maßgeblich mit der Unterversorgung der Südstadt begründet. Eine Ansiedlung von 2.500 qm VKF leite sich daraus jedoch nicht ab.

- *Landkreis Nordwestmecklenburg:*
  Eine Unterversorgung der Südstadt bezöge sich ausschließlich auf eine fußläufige Unterversorgung. Es würde im Einzelhandelskonzept nachgewiesen, dass der Standort Grevesmühlen gegenüber dem bundesdeutschen Durchschnitt eine überproportionale Verkaufsflächen-Ausstattung besäße. Eine Ansiedlung eines Einzelhandelszentrums ließe sich so nicht herleiten und widerspräche den Leitlinien des Konzeptes selbst.

  Gemeinsamer Abwägungsvorschlag:
  Das Nahversorgungszentrum schließt zwar die Nahversorgungslücke in der Südstadt, andererseits kann kein Nahversorger allein von (fußläufigen) Kunden aus der Südstadt wirtschaftlich auskömmlich arbeiten. In Kleinstädten wie Grevesmühlen erfordert auch eine teilräumliche Versorgungsaufgabe im Regelfall eine stadtweite Ausstrahlung. Im vorliegenden Falle werden neben der Südstadt zudem eine Rückverlagerung eines bisher städtebaulich randständigen Discounters an einen siedlungsstrukturell integrierten Standort sowie der Standorterhalt eines Supermarktes, der an seinem abgängigen Altstandort seinen Vollsortimentsanspruch nicht einlösen kann, als Argumente eingesetzt (s. EHK Kap. 5.7).
  Dieser Standorterhalt sichert auch Qualität in der Nahversorgung, wie sie nach Tiefe und Umfang des Sortiments nur von einem Vollsortimenter geleistet werden kann. Hierzu bedarf es einer gewissen Mindest-Verkaufsfläche, die gegenwärtig unter Wettbewerbsbedingungen mit ca. 1.500 qm angesetzt werden kann.

Zusammen mit dem verlagerten Discounter ergibt sich daraus die vorgenannte Verkaufsfläche für das Gesamtvorhaben.

Die mit einer überdurchschnittlichen Flächenausstattung einhergehende erhöhte Wettbewerbsintensität ist im Einzelhandelskonzept angemessen berücksichtigt, ebenso in der projektbezogenen Wirkungsanalyse. Bereits bei vergleichsweise moderaten Umverteilungsquoten (z. B. ø -6,7 % in der Innenstadt) empfiehlt das Einzelhandelskonzept den Verzicht auf einen Drogeriemarkt im Vorhaben. Eine weitere erhebliche Belastungsreduzierung ergibt sich dadurch, dass beide am Bahnhof vorgesehenen Lebensmittelmärkte bereits in Grevesmühlen am Markt sind und ihre Umsätze an den Altstandorten weitgehend auf den neuen Standort übertragen können.

Widersprüche zu den Leitlinien des Einzelhandelskonzeptes sind nicht erkennbar - es weist ausdrücklich auf die besonderen Zielsetzungen der Bahnhofsplanung hin und empfiehlt ansonsten einen Verzicht auf weitere Neuansiedlungen von Lebensmittelmärkten (vgl. im EHK/Konzeptteil Seiten 81, 83, 86)

- *Landkreis Nordwestmecklenburg:*
  Nachnutzungsmöglichkeiten, bedingt durch die Standortverlagerung, seien rechtlich zu bewerten.

  Abwägungsvorschlag:
  Am innerstädtischen Altstandort von Markant ergeben sich keine diesbezüglichen Problemlagen für eine Nachnutzung - konzeptionell bestehen im ZVB Innenstadt keine Nutzungs- und Sortimentsausschlüsse.

  Einer Forderung nach dem Verzicht auf eine Nachnutzung des aufzugebenden Aldi-Altobjektes für zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente schließen sich Gutachter und Lenkungsgruppe an. Da Aldi gleichzeitig auch Eigentümer des Altobjektes ist, kann neben einer baurechtlichen Anpassung auch eine geeignete privatrechtliche Vereinbarung (z. B. Eintrag einer Grundlast) vorgenommen werden, um dies sicherzustellen. Dies war stets beabsichtigt und ist im Einzelhandelskonzept in der Entwurfsfassung in Kap. 4.5.5 (Empfehlungen in Gewerbegebiets- und nicht bzw. randständig integrierten Lagen) aufgenommen. Dort wurde er offenbar verbreitet übersehen.

  Maßnahme: Der Hinweis wird auch in Kap. 4.5.6 direkt im Abschnitt zur Bahnhofsplanung noch einmal platziert.

- *Landkreis Nordwestmecklenburg:*
  Die verkehrliche Standortbewertung des Bahnhofsareals sei nur zum Teil nachvollziehbar. Die Belastung durch den dann zusätzlichen Verkehr sei nachzuweisen. Der Bau der Umgehungsstraße wurde u. a. mit einer erforderlichen innerörtlichen Entlastung begründet.

  Abwägungsvorschlag:
  Eine qualifizierte Befassung mit den verkehrlichen Aspekten der Standortentwicklung überschreitet den Rahmen eines Einzelhandelskonzeptes. Der Nachweis einer gesicherten verkehrlichen Erschließung ist Sache des Vorhabenträgers im Rahmen der vorbereitenden Bauleitplanung. Alle Aussagen des Einzelhandelskonzeptes stehen somit prinzipiell unter dem Vorbehalt einer derartigen Untersuchung.

- *Landkreis Nordwestmecklenburg:*
  Durch Entwicklung des neuen Standortes, einerseits durch Verlagerungen aus der Innenstadt (Markant) und durch Umverlagerung von Aldi würden Umsatzumverteilungen zu Lasten der Innenstadt und deren Randlagen nachgewiesen. Die Innenstadt wird dauerhaft einen "Anker" verlieren und damit an städtebaulicher und wirtschaftlicher Attraktivität.

  Abwägungsvorschlag:
  Die Schließung des innerstädtischen Markant-Marktes mit ihren zu bewältigenden Folgen ist auf Grund der unzuträglichen und nicht verbesserungsfähigen Objektbedingungen kurzfristig unabwendbar und nicht eine Folge der Bahnhofsplanung. Die Bahnhofsplanung bietet Markant allerdings die Möglichkeit einer Neuansiedlung mit einem marktgerechten Auftritt.

  Die projektbedingte Umverteilung gegenüber der Innenstadt kann nach der empfohlenen Projektmodifikation (Verzicht auf den Drogeriemarkt) minimiert werden. Freigesetzte Umsätze aus dem Markant-Altobjekt und zusätzliche Belastungen durch die Bahnhofsentwicklung gleichen sich nahezu aus. Im "zentrenrelevanten" Gebrauchsgütersegment sind dagegen keine nennenswerten Belastungen zu erwarten, da im Bahnhofsprojekt hierfür nur geringfügige Randsortimente zugelassen werden.

  Der derzeitige innerstädtische Markant-Standort kommt für einen Weiterbetrieb für einen Lebensmittelmarkt nicht in Betracht, ebenso wenig kann er absehbar hierfür ertüchtigt werden. Allerdings war sein Zentralitätsbeitrag für die Innenstadt ohnehin sehr niedrig, weil er neben der Versorgung von Zufalls- und Mitnahmekunden lediglich Nahversorgung für seine nähere Umgebung leistet. Er ist jedoch nicht das Ziel auswärtiger Innenstadtbesucher. Eine Standortneuentwicklung bietet insoweit auch die Chance, hierfür eine geeignetere Einrichtung anzusiedeln. Dabei muss es sich nicht zwangsläufig um Einzelhandel handeln - auch Dienstleistungen oder medizinische/therapeutische Einrichtungen können diesen Effekt bewirken.

- *Landkreis Nordwestmecklenburg:*
  Die Effekte der Verlagerungsplanung auf Arbeitsmarkt und Steueraufkommen seien nicht ermittelt worden. Um die Gesamtwirkung beurteilen zu können, sei genau diese Betrachtung erforderlich.

  Abwägungsvorschlag:
  Im Vordergrund der Wirkungsanalyse sowie auch des gesamten Einzelhandelskonzeptes stehen städtebauliche Gesichtspunkte. Die Frage nach fiskalischen, wirtschaftspolitischen und arbeitsmarktpolitischen Effekten ist politisch legitim, jedoch nicht relevant bei einer planungsrechtlichen oder städtebaulichen Abwägung. Insofern sind sie regelmäßig eben nicht Bestandteil von Einzelhandelskonzepten oder städtebaulichen Wirkungsanalysen.
  Im vorliegenden Fall ist festzuhalten, dass die Fa. Markant nach eigenen Angaben ihre Gewerbesteuer vor Ort entrichtet und rund 15 Mitarbeiter im Bestandsobjekt beschäftigt. Im Rahmen der bevorstehenden Schließung fallen Erträge und Arbeitsplätze in jedem Falle weg. Da nicht damit zu rechnen ist, dass es am Markant-Standort zu überhaupt keiner Nachentwicklung kommen wird (der Eigentümer hat den Mietvertrag zum Jahresende 2013 gekündigt), kann zunächst mit einer gewissen Kompensation, möglicherweise auch Überkompensation dieses Verlustes im

Rahmen einer Standortneuentwicklung in der Wismarschen Straße gerechnet werden.

Zusätzlich können in einem erweiterten Markant-Markt am Bahnhof wiederum nach eigenen Angaben der Fa. Markant rund 30 Mitarbeiter beschäftigt werden. Arbeitsplätze würden dadurch also nicht nur gesichert, sondern ihre Zahl auch ausgebaut. Auch dieser Markt würde seine Gewerbesteuer vor Ort entrichten.
Von einer Verdrängung von Mitbewerbern ist gegenwärtig nicht auszugehen. Insgesamt sind per Saldo also keine negativen, sondern eher positive Effekte zu erwarten. Das Risiko negativer Gesamteffekte besteht allerdings durchaus bei einem Verzicht auf die Bahnhofsplanung.

2.5 Sonstige Anregungen/Hinweise

- *Landesplanung:*
  Die gutachterlichen Empfehlungen zum Standort Rehnaer Straße 1 (vormals Lidl/Schlecker) stünden im Widerspruch zur Gesamtstrategie. Da der Bestandsschutz dort mittlerweile erloschen sei, sollte hier künftig kein Einzelhandel mehr zulässig sein.

  Abwägungsvorschlag:
  Das Einzelhandelskonzept wies in der Entwurfsfassung darauf hin, dass die Tragfähigkeit für Nahversorgung an diesem Standort künftig nicht mehr zu erwarten sei und knüpfte an die zuletzt vorgesehene und zulässige (aber nicht umgesetzte) Nutzung als Sonderpostenmarkt an - allerdings unter der Maßgabe einer Beschränkung "zentrenrelevanter" Randsortimente auf max. 10 % der Gesamt-Verkaufsfläche gemäß EHK-Vorgaben.

  Unter der Prämisse eines zwischenzeitlich erloschenen Bestandsschutzes gelten dort somit die allgemeinen Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes zu Einzelhandelsentwicklungen an siedlungsstrukturell integrierten Streulagen.

  Maßnahme: Das Einzelhandelskonzept wird in Kap. 4.5.6 (Seite 87) entsprechend angepasst.

- *Fa. ANBA/ (Eigentümerin des Grundstückes Lübecker Straße 30)*
  Das dort geplante und vom Landkreis Nordwestmecklenburg unter Vorbehalt (Erbringung eines gutachterlichen Nachweises zur Zentrenverträglichkeit) am 2.5.2012 positiv vorbeschiedene Projekt sei im Einzelhandelskonzept nicht erwähnt. Man gehe daher davon aus, dass das Projekt keinen Einfluss auf die im Einzelhandelskonzept betrachteten Versorgungsgebiete habe. Sollte dies dennoch der Fall sein, bitte man um Berücksichtigung.

  Abwägungsvorschlag:
  Für das lt. Klassifikation durch den Landkreis Nordwestmecklenburg im unbeplanten Außenbereich liegende Grundstück Lübecker Straße Nr. 30 (vormals Tankstelle) am westlichen Stadtrand von Grevesmühlen liegt seit dem 29.07.2011 eine Bauvoranfrage für einen "Einzelhandelsmarkt" (Lebensmittel) mit 799 qm VKF vor. Das Grundstück ist im Flächennutzungsplan als Mischfläche ausgewiesen. Die Stadt Grevesmühlen erteilte am 8.2.2012 das gemeindliche Einvernehmen unter der Bedingung, dass von dem Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde zu erwarten seien. Dieser Nachweis sei von der Antragstellerin vorzulegen und gemäß § 34 (3) BauGB zu erbringen.

Der Landkreis Nordwestmecklenburg erteilte daraufhin am 2.5.2012 einen positiven Vorbescheid und nahm die Auflage der Stadt Grevesmühlen darin auf - unbeschadet dessen, dass nach Ansicht des Landkreises hier keine unbeplante Innen- sondern eine Außenbereichssituation gemäß § 35 Abs. 2 vorläge.

Diese Vorgänge spielten sich vor Arbeitsaufnahme des Einzelhandelskonzeptes ab. Während der Konzepterstellung ist das Vorhaben seitens des Investors nicht weiter vorangetrieben worden; insbesondere wurde die geforderte Wirkungsanalyse gemäß § 34 (3) BauGB bislang nicht vorgelegt.

Nach Einschätzung der BulwienGesa AG ist nach Abschluss der Marktanalyse in Grevesmühlen und unter dem Licht der daraus gewonnenen Erkenntnisse der geforderte Nachweis der Unschädlichkeit aus heutiger Sicht zweifelhaft. Zudem wäre angesichts der in Grevesmühlen insgesamt und vor allem im Bereich der B 105 angespannten Wettbewerbslage ein unter 800 qm VKF dimensionierter zusätzlicher Lebensmittelmarkt kaum ausreichend tragfähig. Um sich gegenüber dem vorhandenen Wettbewerb langfristig behaupten zu können, müsste er ebenfalls idealtypisch aufgestellt sein und auch als Discounter über 800 qm VKF generieren. Dies ist jedoch im Rahmen der Mischgebietsvorgaben nicht zulässig und auch durch den Vorbescheid nicht gedeckt. Insofern ist auch marktseitig eine weitere Realisierung unsicher.

Die Gutachter empfehlen der Stadt, nach den zwischenzeitlich erlangten Erkenntnissen über die Marktlage in Grevesmühlen einer erneuten oder veränderten Anfrage für eine größere Dimensionierung oder für eine Nutzung mit sonstigen nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Kernsortimenten kein gemeindliches Einvernehmen zu erteilen. Für den Standort gelten ansonsten die Empfehlungen für den Umgang mit Einzelhandel in Streulagen.

Maßnahme: Die Empfehlung wird in das Einzelhandelskonzept aufgenommen.

Stadt Wismar:
Ausführungen zu zentralen Versorgungsbereichen sind inhaltlich nahezu identisch in zwei unterschiedlichen Kapiteln wiedergegeben.
Die Erläuterung in einem Kapitel sei ausreichend.

Abwägungsvorschlag:
Das ist beabsichtigt. Der Konzeptteil beinhaltet eine Zusammenfassung der Marktanalyse und soll ansonsten auch eigenständig ausgekoppelt werden können.
Weil sie sowohl für die Lageklassifikation der Bestandsanalyse als auch als konzeptionelle Rahmenbedingung von besonderer Bedeutung sind, sind auch im Konzeptteil die Erläuterungen zum ZVB deshalb noch einmal vollständig und ungekürzt aufgenommen worden.

Stadt Grevesmühlen

Beschlussvorlage	Vorlage-Nr: **VO/12SV/2013-302** Status: öffentlich Aktenzeichen:
Federführender Geschäftsbereich: Hauptamt	Datum: 11.03.2013 Verfasser: Scheiderer, Pirko

Geschäftsordnung der Stadtvertretung Grevesmühlen

Beratungsfolge:

Datum	Gremium	Teilnehmer	Ja	Nein	Enthaltung
08.04.2013	Umweltausschuss Stadt Grevesmühlen				
05.05.2013	Bauausschuss Stadt Grevesmühlen				
07.05.2013	Kultur- und Sozialausschuss Stadt Grevesmühlen				
13.05.2013	Finanzausschuss Stadt Grevesmühlen				
28.05.2013	Hauptausschuss Stadt Grevesmühlen				
10.06.2013	Stadtvertretung Grevesmühlen				

Beschlussvorschlag:
Die Stadtvertretung beschließt die Geschäftsordnung der Stadt Grevesmühlen in der Fassung der ausgereichten Synopse.

Sachverhalt:
Die Geschäftsordnung der Stadtvertretung Grevesmühlen vom 15. Dezember 2009 war insbesondere wegen folgender Umstände zu überarbeiten:

- die geänderte Anfangszeit der Sitzungen der Stadtvertretung
- die in der neuen Kommunalverfassung für das Land Mecklenburg-Vorpommern (KV M-V) geänderten Möglichkeiten der Einladung zu den Sitzungen und
- das neue Begründungsrecht der Antragsteller vor dem Absetzen eines Tagesordnungspunktes.

Anlässlich der Befassung mit der Geschäftsordnung wurde darüber hinaus festgestellt, dass deren Wortlaut durchgängig nicht dem Leitfaden des Landes Mecklenburg-Vorpommern zur sprachlichen Gleichbehandlung von Männern und Frauen entspricht. Eine entsprechende Änderung für die gesamte Geschäftsordnung ist daher angezeigt. Wegen der Vielzahl der (wenn auch oft kleinen) Änderungen ist es empfehlenswert, die Geschäftsordnung nicht lediglich zu ändern, sondern eine neue Geschäftsordnung zu beschließen.

Finanzielle Auswirkungen:
Keine

Anlage/n:
Synopse zur Geschäftsordnung der Stadtvertretung Grevesmühlen

Unterschrift Einreicher	Unterschrift Geschäftsbereich

Synopse
Geschäftsordnung der Stadtvertretung Grevesmühlen
Vom ~~15.Dezember 2009~~ …

§ 1
Arbeitsgrundlagen

(1) Jedem neuen Mitglied der Stadtvertretung werden die Kommunalverfassung Mecklenburg –Vorpommern, die Hauptsatzung, die Geschäftsordnung, der gültige Haushaltsplan und der Sitzungsplan von der Verwaltung unverzüglich zugeleitet.

(2) Sachkundige Einwohnerinnen und Einwohner der Ausschüsse erhalten die Unterlagen nach Absatz 1 sowie die Unterlagen des öffentlichen Teils der ~~Stadtvertretersitzungen~~ Sitzungen der Stadtvertretung auf Anforderung.

§ 2
Sitzungen der Stadtvertretung

(1) Die Stadtvertretung wird von dem Stadtpräsidenten grundsätzlich elektronisch unter Beifügung der Tagesordnung und der Beschlussvorlagen einberufen, so oft es die Geschäftslage erfordert, mindestens jedoch einmal im Vierteljahr. Jährlich wird ein Sitzungsplan erstellt, den alle Stadtvertreterinnen und Stadtvertreter erhalten.

(2) Im Sinne einer ordnungsgemäßen Ladung und einer reibungslosen Sitzungsabfolge verpflichten sich die Mitglieder der Stadtvertretung, dem Stadtpräsidenten ihre jeweils aktuellen E-Mail-Adressen mitzuteilen und täglich ihr elektronisches Postfach auf Eingänge zu kontrollieren

(3) Die Ladungsfrist für ordentliche Sitzungen beträgt 7 Tage, für Dringlichkeitssitzungen ~~drei~~ 3 Tage. Die Dringlichkeit wird in der Einladung begründet.

(4) Die Sitzungen beginnen in der Regel um ~~19:00~~ 18.30 Uhr.

§ 3
Sitzungsteilnahme

(1) Wer aus wichtigen~~m~~ ~~Gründen~~ Grund an einer Sitzung nicht teilnehmen kann, verspätet kommen wird oder eine Sitzung vorzeitig verlassen muss, teilt dies dem Stadtpräsidenten mit.

(2) Verwaltungsangehörige nehmen auf Weisung des Bürgermeisters an den Sitzungen teil. Ihnen kann der Stadtpräsident mit Zustimmung des Bürgermeisters das Wort erteilen.

(3) Sachverständige können mit Zustimmung der Stadtvertretung beratend teilnehmen.

(4) Sachkundige Einwohnerinnen und Einwohner können als Zuhörer an den nichtöffentlichen Beratungen der Stadtvertretung in Angelegenheiten teilnehmen, bei denen sie vorher bereits beratend mitgewirkt haben. Ihnen kann bei Zustimmung der Stadtvertretung das Rederecht erteilt werden.

§ 4
Medien

(1) Die ~~Vertreter~~ Vertretung der Medien ~~werden~~ wird zu den öffentlichen Sitzungen der Stadtvertretung eingeladen. Die Einladung enthält Ort, Tag und Stunde der Sitzung ~~und~~ sowie die Tagesordnung. Die Vertreterinnen und Vertreter der Medien können Beschlussvorlagen und Anträge für die Beratungspunkte erhalten, die in öffentlicher Sitzung behandelt werden.

(2) Der jährliche Sitzungsplan wird den Medien~~vertretern~~ zugeleitet. Änderungen sind ihnen bekanntzugeben.

(3) Die Vertreterinnen und Vertreter der Medien~~vertreter~~ erhalten feste Sitzplätze.

§ 5
Beschlussvorlagen und Anträge

(1) Jedes Stadtvertretungsmitglied ist berechtigt, Tagesordnungsanträge zu stellen.

(2) Tagesordnungsanträge müssen dem Stadtpräsidenten spätestens 14 Tage vor der Sitzung der Stadtvertretung in schriftlicher Form vorliegen. Dies gilt nicht für Angelegenheiten, die sich in der Ausschussberatung befinden.

(3) Anträge sollen schriftlich in kurzer und klarer Form abgefasst und begründet werden. Über ihren Tenor muss mit „ja“ oder „nein“ abgestimmt werden können.

(4) In Anträgen, Vorlagen und deren Erläuterungen sind personenbezogene Angaben nur dann aufzunehmen, wenn sie für die Vorbereitung der Sitzung und Entscheidung erforderlich sind.

(5) Anträge, durch die der Stadt Mehraufwendungen, Mehrauszahlungen, Mindererträge oder Mindereinzahlungen entstehen, müssen darlegen, wie die zur Deckung erforderlichen Mittel aufzubringen sind. Der Teilhaushalt ist zu benennen.

§ 6
Tagesordnung

(1) Die Tagesordnung muss über die anstehenden Beratungspunkte hinreichend Aufschluss geben. Personenbezogene Daten dürfen grundsätzlich nicht enthalten sein. Soweit die Tagesordnungspunkte nach der Hauptsatzung in nichtöffentlicher Sitzung behandelt werden sollen, sind sie in der Tagesordnung als nichtöffentlich zu bezeichnen. Die Beratungspunkte sind so zu fassen, dass dadurch die Nichtöffentlichkeit gewahrt bleibt.

(2) Die Stadtvertretung kann die Tagesordnung mit Zustimmung der Mehrheit **aller** Stadtvertreterinnen und Stadtvertreter um dringende Angelegenheiten erweitern. Der Stadtpräsident begründet die Dringlichkeit.

(3) Mit einfacher Mehrheit können Angelegenheiten von der Tagesordnung abgesetzt oder kann die Reihenfolge der Tagesordnungspunkte geändert werden. Vor dem Absetzen von Angelegenheiten, die auf Antrag eines Mitglieds der Stadtvertretung oder des Bürgermeisters auf die Tagesordnung gesetzt wurden, ist den jeweiligen Antragstellern ausreichend Gelegenheit zu geben, den Antrag zu begründen.

(4) Die Sitzungen der Stadtvertretung werden grundsätzlich in folgender Reihenfolge durchgeführt:

a) Eröffnung der Sitzung, Feststellen der ordnungsgemäßen Ladung, der Anwesenheit und der Beschlussfähigkeit
b) Bericht des Stadtpräsidenten über die von ihm wahrgenommenen Termine
c) Bericht des Bürgermeisters über Beschlüsse des Hauptausschusses und wichtige Angelegenheiten der Stadt
d) Einwohnerfragestunde
e) Änderungsanträge zur Tagesordnung und Abstimmung über die endgültige Tagesordnung
f) Billigung der Sitzungsniederschrift der vorangegangenen Sitzung der Stadtvertretung
g) Behandlung der Vorlagen und Anträge des öffentlichen Teils
h) öffentliche Informationen und Anfragen der Stadtvertreter
i) Behandlung der Vorlagen und Anträge des nichtöffentlichen Teils (soweit erforderlich)
j) nichtöffentliche Informationen und Anfragen des Bürgermeisters und der Stadtvertreter
k) Wiederherstellen der Öffentlichkeit
l) Schließen der Sitzung

§ 7
Worterteilung

(1) Mitglieder der Stadtvertretung und der Bürgermeister, die zur Sache sprechen wollen, melden sich beim Stadtpräsidenten durch Handzeichen zu Wort.

(2) Der Stadtpräsident erteilt das Wort nach der Reihenfolge der Wortmeldungen, soweit nicht mit Zustimmung der Redeberechtigten hiervon abgewichen wird. Der Bürgermeister hat ein jederzeitiges Rederecht. Jeder darf mehrmals zur Sache eines Tagesordnungspunktes sprechen. Der einzelne Redebeitrag soll 5 Minuten nicht überschreiten.

(3) Das Wort zur Geschäftsordnung wird durch doppeltes Handzeichen angezeigt und unverzüglich erteilt, sofern dadurch der aktuelle Sprecher nicht unterbrochen wird. Es darf sich nur auf formelle Umstände des in der Beratung befindlichen Tageordnungspunktes beziehen.

(4) Bei der Behandlung von Anträgen oder Beschlussvorlagen ist auf Verlangen erst der oder dem ~~Einbringer~~ Einbringenden das Wort zu erteilen.

§ 8
Anträge zur Geschäftsordnung

(1) Ausführungen zur Geschäftsordnung dürfen sich nur auf das Verfahren der Behandlung des Beratungsgegenstandes, nicht auf die Sache beziehen.

(2) Zu den Anträgen zur Geschäftsordnung gehören insbesondere:

a) die Änderung der Reihenfolge der Tagesordnungspunkte
b) das Absetzen eines Tagesordnungspunktes
c) die Vertagung
d) die Ausschussüberweisung
e) der Übergang zur Tagesordnung
f) die Redezeitbegrenzung
g) der Schluss der Aussprache
h) die ~~auf~~ Unterbrechung oder Aufhebung der Sitzung
i) die namentliche Abstimmung
j) sonstige Anträge zum Abstimmungsablauf
k) die geheime Wahl
l) der Schluss der Rednerliste.

(3) Anträge zur Geschäftsordnung gehen Sachanträgen vor. Sind mehrere Anträge zur Geschäftsordnung gestellt, so wird zuerst über den Antrag abgestimmt, welcher der Weiterbehandlung am weitesten widerspricht. Bei einem Antrag auf Redezeitbegrenzung hat der Stadtpräsident vor der Abstimmung die bereits vorliegenden Wortmeldungen bekanntzugeben.

(4) Anträge zur Geschäftsordnung dürfen nur von Stadtvertreterinnen und Stadtvertretern gestellt werden, die sich nicht bereits zur Sache geäußert haben.

§ 9
Ablauf der Abstimmung

(1) Über Anträge wird durch Handzeichen abgestimmt. Auf Verlangen ist vor der Abstimmung der Antrag zu verlesen. Für den Fall, dass der Beschluss eine Stimmenmehrheit **aller** Stadtvertreter erfordert, wird dies durch den Stadtpräsidenten vor der Abstimmung angezeigt. Der Stadtpräsident stellt fest, ob die Mehrheit erreicht ist. Er notiert die Anzahl der Mitglieder, die

a) dem Antrag zustimmen
b) den Antrag ablehnen oder
c) sich der Stimme enthalten

und gibt das Ergebnis der Abstimmung bekannt.

(2) Liegen mehrere Anträge zur gleichen Sache vor, so ist stets über den weitest gehenden Antrag zuerst abzustimmen.

(3) Wird das Abstimmungsergebnis angezweifelt, so muss die Abstimmung vor Behandlung des nächsten Tagesordnungspunktes wiederholt werden.

(4) Liegen zu den Tagesordnungspunkten Änderungs- und Ergänzungsanträge vor, wird zuerst über den weitest gehenden abweichenden Antrag abgestimmt. Bei Änderungs- und Ergänzungsanträgen mit finanziellen Auswirkungen haben diese den Vorrang. In Zweifelsfällen entscheidet über die Einordnung dieser Anträge der Stadtpräsident.

(5) Auf Antrag ist über einzelne Teile der Vorlage bzw. des Antrages gesondert abzustimmen. Ein solcher Antrag bedarf der einfachen Mehrheit. Über die

Vorlage bzw. den Antrag ist anschließend insgesamt zu beschließen.

§ 10
Wahlen

(1) Die Stadtvertretung wählt für die Dauer der Wahlperiode eine Stimmkommission, die im Falle von geheimen Wahlen tätig wird. Sie besteht aus mindestens 3 Mitgliedern. Diese bestimmen aus ihrer Mitte eine Vorsitzende oder einen Vorsitzenden.

(2) Soweit eine Wahl nach den Grundsätzen der Verhältniswahl erfolgt, findet das modifizierte Höchstzahlverfahren Anwendung. Grundlage hierfür bildet die Sitzverteilung der Fraktionen und Zählgemeinschaften der Stadtvertretung. Bei Vorliegen gleichen~~n~~r Höchstzahlen einigen sich die Fraktionsvorsitzenden oder setzen das Los- oder Münzwurfverfahren ein. In diesem Fall nehmen sie Einfluss auf die Vorbereitung.

(3) Sind mehrere Personen zu wählen, so kann die Stadtvertretung diese in einem Wahlgang wählen (en-bloc-Abstimmung), sofern kein Stadtvertreter widerspricht.

(4) Im Falle geheimer Wahl tritt die Stimmkommission zusammen. Sie überzeugt sich von den ordnungsgemäß vorbereiteten Stimmzetteln und davon, dass die Wahlurne leer ist.

Ein Mitglied der Stimmkommission ruft die Stadtvertreter einzeln alphabetisch auf und ein weiteres teilt ihnen in Nähe der Wahlkabine einen Stimmzettel aus.

Der Stimmzettel wird in der Wahlkabine mit einem dort befindlichen Kugelschreiber ausgefüllt. Anschließend wird der Stimmzettel in die in der Nähe der Wahlkabine befindliche Wahlurne geworfen. Die Stimmkommission nimmt die Auszählung vor und teilt das Ergebnis dem Stadtpräsidenten mit.

§ 11
Fraktionen und Zählgemeinschaften

Fraktionsbildungen und Zählgemeinschaften sowie Veränderungen werden dem Stadtpräsidenten angezeigt.

§ 12
Ordnungsmaßnahmen

(1) Der Stadtpräsident kann Redner, die vom Verhandlungsgegenstand abweichen zur Sache rufen.

(2) Stadtvertreter, ~~die~~ welche die Ordnung verletzen, ~~oder~~ gegen das Gesetz oder die Geschäftsordnung verstoßen, sind vom Stadtpräsidenten zur Ordnung zu rufen. Nach dreimaligem Ordnungsruf kann der Stadtpräsident einen Sitzungsausschluss verhängen.

(3) Stadtvertreter, die zur Ordnung gerufen werden oder gegen die ein Sitzungsausschluss verhängt wird, können binnen einer Woche einen schriftlich begründeten Einspruch erheben. Der Einspruch ist auf die Tagesordnung

der nächsten Sitzung zu setzen.

§ 13
Ordnungsmaßnahmen gegen Zuhörerinnen und Zuhörer

(1) Wer im Zuhörerraum Beifall oder Missbilligung äußert oder Ordnung und Anstand verletzt oder versucht, die Beratung und Entscheidung der Stadtvertretung auf sonstige Weise zu beeinflussen, kann vom Stadtpräsidenten nach vorheriger Ermahnung ~~aus dem~~ des Sitzungssaals verwiesen werden.

(2) Der Stadtpräsident kann nach vorheriger Ermahnung den Zuhörerraum bei störender Unruhe räumen lassen, wenn die störende Unruhe auf andere Weise nicht zu beseitigen ist.

§ 14
Niederschrift

(1) Über jede Sitzung der Stadtvertretung ist eine Niederschrift anzufertigen. Die Sitzungsniederschrift muss enthalten:

a) Ort, Tag, Beginn und Ende der Sitzung
b) Namen der anwesenden und fehlenden Mitglieder der Stadtvertretung
c) Namen der anwesenden Verwaltungsvertreter, der geladenen Sachverständigen und Gäste
d) Feststellung der Ordnungsmäßigkeit der Einladung
e) Feststellung der Beschlussfähigkeit
f) Anfragen der Stadtvertreter
g) die Tagesordnung
h) Billigung der Sitzungsniederschrift der vorangegangenen Sitzung
i) den Wortlaut der Anträge mit Namen der Antragsteller, die Beschlüsse und Ergebnisse der Abstimmungen
j) wesentliche Inhalte der Sitzung
k) Ausschluss und Wiederherstellung der Öffentlichkeit
l) vom Mitwirkungsverbot betroffene Stadtvertreter

(2) Personenbezogene Angaben sind nur aufzunehmen, wenn sie für die Durchführung des Beschlusses erforderlich sind.

(3) Die Sitzungsniederschrift ist vom Stadtpräsidenten und von der Schriftführerin oder dem ~~vom~~ Schriftführer zu unterzeichnen. ~~und~~ Sie ist grundsätzlich mit der Einladung ~~der~~ zur nächsten Sitzung der Stadtvertretung ~~Stadtvertretersitzung~~ den Stadtvertreterinnen und Stadtvertretern zuzuleiten.

(4) Die Einsichtnahme in die Niederschriften über den öffentlichen Teil der Sitzungen der Stadtvertretung ist den Einwohnerinnen und Einwohnern zu gestatten.

(5) Die Sitzungsniederschrift ist in der darauffolgenden Sitzung der Stadtvertretung zu billigen, über Einwendungen und Änderungen ist abzustimmen.

§ 15
Ausschusssitzungen

(1) Die Ladungsfrist beträgt 5 Tage.

(2) Im Sinne einer ordnungsgemäßen Ladung und einer reibungslosen Sitzungsabfolge verpflichten sich die sachkundigen Einwohnerinnen und Einwohner in den Ausschüssen, dem Stadtpräsidenten ihre jeweils aktuellen E-Mail-Adressen mitzuteilen und täglich ihr elektronisches Postfach auf Eingänge zu kontrollieren.

(3) Die Geschäftsordnung der Stadtvertretung gilt sinngemäß für die Sitzungen der Ausschüsse der Stadtvertretung.

(4) Allen Mitgliedern der Stadtvertretung ist ein jährlicher Terminplan der Ausschusssitzungen mitzuteilen.

(5) Die Protokolle aller Ausschüsse werden allen Mitgliedern der Stadtvertretung mit den Vorlagen der nächsten ~~Stadtvertretersitzung~~ Sitzung der Stadtvertretung zugeleitet.

(6) Alle Angelegenheiten, die zum Aufgabengebiet eines beratenden Fachausschusses gehören, werden im Hauptausschuss und in der Stadtvertretung erst beraten und beschlossen, wenn hierzu eine Empfehlung des Fachausschusses vorliegt.

(7) Wenn ein Gegenstand mehreren Ausschüssen zur Beratung zugewiesen ist, ~~haben~~ sollen diese eine gemeinsame Beratung durchzuführen. Über den Vorsitz entscheidet, wenn es zu keiner Verständigung zwischen den Ausschussvorsitzenden kommt, der Stadtpräsident. Die Abstimmungen haben getrennt nach Ausschüssen zu erfolgen.

(8) Der Bürgermeister unterrichtet den Hauptausschuss über wichtige Schwerpunkte, die demnächst in den Ausschüssen beraten werden.

§ 16
Datenschutz

(1) Die Mitglieder der Stadtvertretung und der Ausschüsse, die im Rahmen der Ausübung ihrer ehrenamtlichen Tätigkeit Zugang zu vertraulichen Unterlagen haben, die personenbezogenen Daten enthalten, ~~haben bzw. von ihnen~~ oder von solchen Unterlagen Kenntnis erlangen, dürfen ~~solche~~ diese Daten nur zu dem jeweiligen der rechtmäßigen Aufgabenerfüllung dienenden Zweck verarbeiten oder offenbaren.
Personenbezogene Daten sind Einzelangaben über persönliche oder sachliche Verhältnisse einer natürlichen Person. Hierzu zählen auch Daten, die alleine oder in Kombination mit anderen Daten eine Zuordnung zu einer bestimmbaren natürlichen Person ermöglichen. Vertrauliche Unterlagen sind alle Schriftstücke, automatisierte Dateien und sonstige Datenträger, die als solche gekennzeichnet sind oder personenbezogene Daten enthalten. Hierzu zählen auch mit vertraulichen Unterlagen in Zusammenhang stehende handschriftliche oder andere Notizen.

(2) Eine Weitergabe von vertraulichen Unterlagen oder die Mitteilung über den Inhalt an Dritte, ausgenommen im erforderlichen Umfang bei Verhinderung an den Stellvertreter, ist nicht zulässig. Dieses gilt auch gegenüber Mitgliedern der eigenen Partei bzw. Fraktion, die nicht aufgrund ihrer Mitgliedschaft in der

~~Gemeinde~~Stadtvertretung oder dem jeweiligen zuständigen Ausschuss Zugang zu den vertraulichen Unterlagen erhalten.

(3) Vertrauliche Unterlagen sind zu vernichten bzw. zu löschen, wenn diese für die Aufgabenerfüllung nicht mehr benötigt werden. Bei vertraulichen Beschlussunterlagen einschließlich aller damit in Zusammenhang stehenden Unterlagen ist dieses regelmäßig anzunehmen, wenn die Niederschrift über die Sitzung, in ~~der~~ welcher der jeweilige Tagesordnungspunkt abschließend behandelt wurde, genehmigt ist.
Alle weiteren vertraulichen Unterlagen sind spätestens fünf Jahre nach Abschluss der Beratungen, bei einem Ausscheiden aus der Stadtvertretung oder einem Ausschuss sofort, dauerhaft zu vernichten bzw. zu löschen.

§ 17
Auslegung/Abweichung und Änderung der Geschäftsordnung

(1) Zweifelhafte Fragen über die Geschäftsordnung im Einzelfall entscheidet der Stadtpräsident. Er kann sich mit seinen Stellvertretern beraten.

(2) Von der Geschäftsordnung kann im Einzelnen abgewichen werden, wenn kein Mitglied der Stadtvertrete~~r~~ung widerspricht und keine anderen rechtlichen Bestimmungen dem entgegenstehen.

(3) Änderungen dieser Geschäftsordnung sind mit einfacher Mehrheit möglich.

~~§ 18~~
~~Sprachformen~~

~~Soweit in dieser Geschäftsordnung Bezeichnungen, die für Frauen und Männer gelten, in der männlichen Form verwendet werden, gelten diese Bezeichnungen für Frauen in der weiblichen Sprachform.~~

§ 19~~8~~
Inkrafttreten

(1) Diese Geschäftsordnung tritt mit der Unterzeichnung in Kraft.

(2) Gleichzeitig tritt die Geschäftsordnung vom ~~1. Januar 1999~~ 15.Dezember 2009 außer Kraft.

Grevesmühlen, den ~~15. Dezember 2009~~ …

Der Stadtpräsident