

Auswirkungsanalyse

Erweiterung von Netto Marken-Discount in 18442 Steinhagen (OT Negast) am Penniner Damm 1

Auftraggeber:

Passat Grundstücksgesellschaft mbH
In der Buttergrube 9
99428 Weimar

Projektleitung:

Dipl.-oec. Mathias Vlcek

Gesamtleitung:

Dr. Ulrich Kollatz

BBE Handelsberatung GmbH

Futterstraße 14

99084 Erfurt

Telefon: +49 361 7780660

E-Mail: vlcek@bbe.de

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Berlin · Köln · Stuttgart · Leipzig · Erfurt

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangssituation / Projektdaten	3
2. Standortrahmendaten Steinhagen	6
2.1. Lage, Landesplanerische Einstufung, Soziodemographische Daten	6
2.2. Einzelhandelsstrukturen in Steinhagen	8
3. Mikrostandort	9
4. Markt-/ Wettbewerbsanalyse	12
4.1. Einzugsgebiet	12
4.2. Marktpotenzial	15
4.3. Angebot	16
5. Bewertung des Projektvorhabens	18
5.1. Rechtliche Beurteilungsgrundlagen	18
5.2. Wirkungsanalyse des Netto-Vorhabens	20
5.2.1. Umsatzprognose	20
5.2.2. Umsatzherkunft	23
5.2.3. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen des Netto-Vorhabens.....	25
5.2.3.1. Auswirkungen im Einzugsgebiet	25
5.2.3.2. Auswirkungen außerhalb des Einzugsgebiets	27
6. Zusammenfassung.....	31

1. Ausgangssituation / Projektdaten

Die Handelskette **Netto Marken-Discount** (im Folgenden „Netto“) betreibt in Steinhagen einen Lebensmittelmarkt. Die Filiale ist in dem einwohnerseitig größten Ortsteil Negast und hier in zentraler Lage innerhalb des Ortsgebiets adressiert. Der Netto-Markt ist der einzige Träger der Grundversorgung für Steinhagen.

Abbildung 1: Objektsituation des Netto-Marktes in Steinhagen (OT Negast)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Der Netto-Markt wurde im Jahr 2011 errichtet und entspricht hinsichtlich seiner Flächengröße mit rd. 773 m² nicht mehr den quantitativen Ansprüchen an einen marktüblichen Discounter bzw. den vertriebsseitigen Maßgaben des Betreibers. Das **flächenseitige Layout**¹ soll daher angehoben werden, die Verkaufsfläche von rd. 1.051 m² überschreitet die Schwelle zur Großflächigkeit.² Der Bäcker in der Vorkassenzone soll ebenfalls erweitert werden, nach der Installation eines Sitz- bzw. Gastronomiebereiches wird eine Fläche von rd. 49 m² genutzt. Der summierte Flächenaufwuchs beträgt demnach rd. 300 m².

Tabelle 1: Prüfungsrelevantes Flächenprogramm des Netto-Marktes in Steinhagen (OT Negast)

	IST-Verkaufsfläche	PLAN-Verkaufsfläche	Veränderung
	m ²	m ²	m ²
Netto Marken-Discount	773	1.051	+278
Bäcker	27	49	+22
Gesamt	800	1.100	+300

Quelle: Passat Grundstücksgesellschaft mbH

Mit der erweiterten Fläche des Marktes sollen die **Kundenattraktivität** und die **Einkaufsqualität** – z.B. übersichtlichere Produktpräsentation, niedrigere Regalhöhen, weniger überbaute Bereiche, größere Laufwege, breitere Gänge, größere Abstandsflächen – erhöht werden. Die Flächenvergrößerung bezieht sich auch auf die Stellflächen für Waren, da so größere Mengen je Artikel im Verkaufsraum bereitgestellt werden können. Dies ist speziell für Produkte mit einem langen Mindesthaltbarkeitsdatum (bspw. Konserven, Nahrungsmittel, Tee/Kaffee, Getränke, Drogeriewaren, Tiernahrung) relevant, so dass diese Artikel seltener angeliefert werden müssen und in Folge der Kostenaufwand für die Warenbestückung geringer ausfällt.

¹ Die Verkaufsfläche der Netto-Filiale setzt sich aus der eigentlichen Marktfläche, dem Windfang und der (externen) Leergutannahme zusammen.

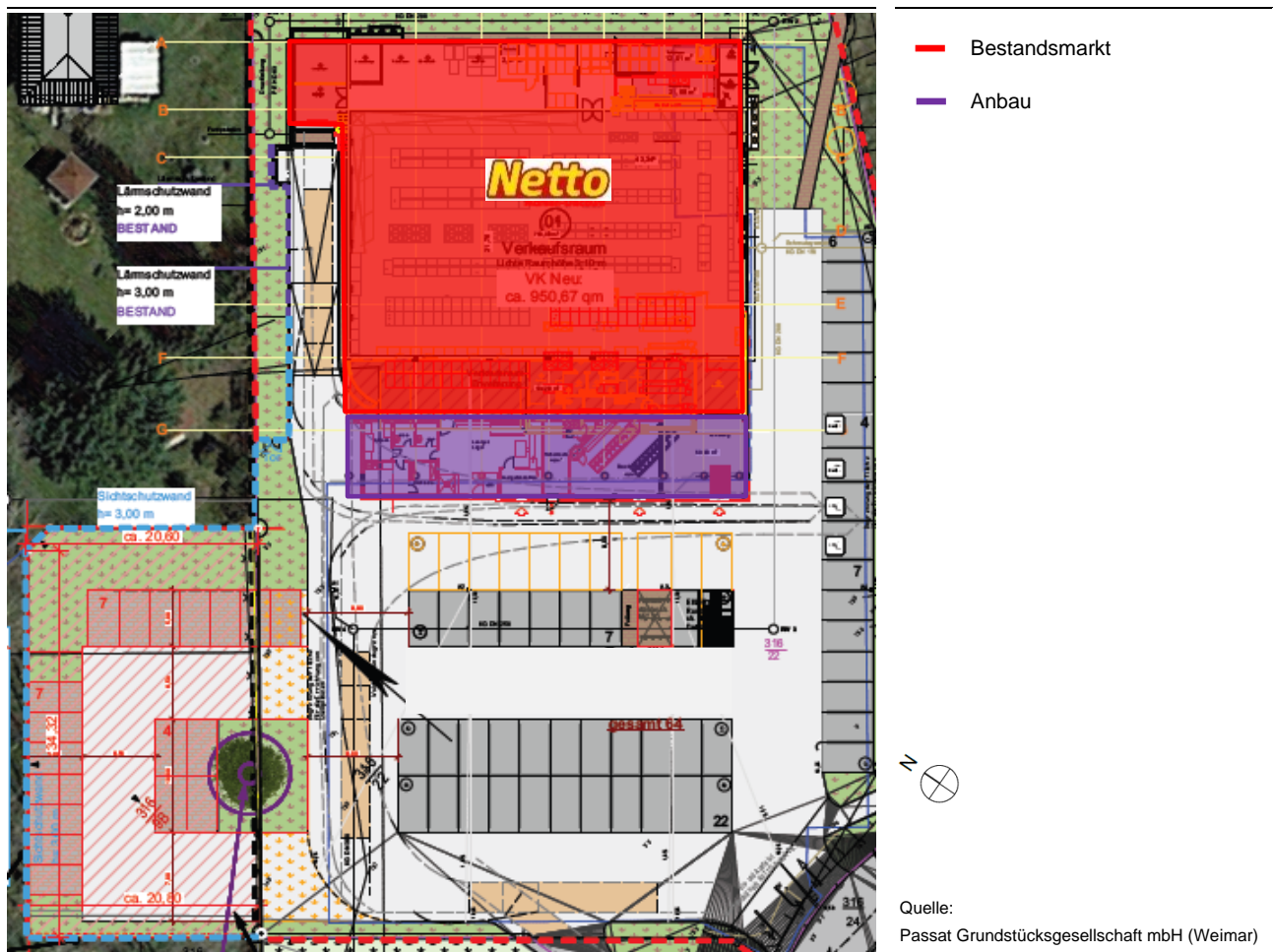
² Einzelhandelsbetriebe sind großflächig i.S.v. § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten. vgl. Urteil BVerwG [4 C 10.04] vom 24.11.2005.

Neben der Verbesserung der Präsentationsmöglichkeiten werden durch die erweiterte Fläche auch die **innerbetrieblichen Abläufe** optimiert. Dies führt zu Einsparungen bei Logistik-, Lager- und Personalkosten, da auf Grund der vergrößerten Fläche mehr Artikel in großen Gebinden bzw. ohne zeit- und arbeitsintensive Umladungen und Regalbestückungen auf Paletten oder auf Rollcontainern in den Markt gebracht werden können. Die dazu erforderlichen Gangbreiten führen zusammen mit den entsprechenden „Regalmetern“ pro Produkt auch bei gleichbleibenden Artikelzahlen zu höheren Anforderungen an die Verkaufsfläche.

Nach der Erweiterung wird seitens des Betreibers kein zur Fläche gleichlaufender bzw. proportionaler Umsatzzuwachs erwartet, da die Artikelanzahl in dem Netto-Markt nicht erhöht wird.³ Die Maßnahme zielt hauptsächlich auf eine Ertüchtigung des Marktes und eine **langfristige Standortsicherung** ab, um so die Wettbewerbsfähigkeit dieser Filiale in Steinhagen dauerhaft zu erhalten. Insgesamt reagiert das avisierte Vorhaben auf die aktuellen Markterfordernisse im Lebensmittelhandel.

Nachstehender objektbezogener **Lageplan** stellt den neu positionierten Netto-Markt im räumlichen Kontext dar. Der Baukörper der Handelsimmobilie bleibt in seiner Struktur erhalten und wird lediglich durch einen Anbau an der südlichen Marktseite in seinem Grundriss erweitert. Somit werden sich die Standortvoraussetzungen (u.a. Erreichbarkeit, Zufahrt, optische Fernwirkung, Werbesichtanbindung, Lage der Parkplätze) nicht wesentlich verändern.

Abbildung 2: Lageplan der neu aufgestellten Netto-Filiale in Steinhagen am Penniner Damm 1



³ Grundsätzlich verfügen bundesweit agierende Discounter über ein einheitliches Sortimentskonzept. Aus internen Organisations- und Strukturgründen ergibt sich aus Verkaufsflächenenerweiterungen keine Ausweitung des vorgehaltenen Sortiments.

Der Netto-Markt befindet sich im räumlichen Umgriff eines **Bebauungsplans**⁴. Gemäß den textlichen Festsetzungen zur Art der baulichen Nutzung sind in dem Plangebiet lediglich Betriebe zulässig, die der Nahversorgung dienen; die Verkaufsfläche wurde auf maximal 800 m² beschränkt.

Für die Schaffung der planungsrechtlichen Zulässigkeit des neu aufzustellenden Netto-Marktes ist die Änderung des rechtsgültigen Bebauungsplans notwendig; ein entsprechender **Aufstellungsbeschluss**⁵ für ein Änderungsverfahren wurde seitens der Gemeindevertretung am 12.12.2024 einstimmig gefasst.

Im Rahmen des Bebauungsplanverfahrens ist eine Analyse und Bewertung möglicher Auswirkungen des vorstehend angesprochenen Vorhabens notwendig. Es ist aufzuzeigen, inwieweit von dem großflächigem Einzelhandelsbetrieb Auswirkungen auf

- die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und
- die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche⁶

in Steinhagen oder in anderen Orten im Sinne von **§ 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO** anzunehmen sind.

Die Ergebnisse einer entsprechenden Untersuchung – im Mai/Juni 2025 durchgeführt – werden im Folgenden dargestellt und beschrieben. Das Gutachten soll als **Entscheidungsgrundlage für Gremien und Behörden** sowie als Abwägungsgrundlage für das Planungs- und Genehmigungsverfahren dienen.

4 vgl. Gemeinde Steinhagen, Bebauungsplan Nr. 14 „Einzelhandel im Ortsteil Negast“.

5 vgl. Gemeinde Steinhagen, Aufstellungsbeschluss zur 1. Änderung des Bebauungsplans Nr. 14 "Einzelhandel im Ortsteil Negast" der Gemeinde Steinhagen, Beschluss-Nr. 88-4/24 vom 12.12.2024.

6 Steinhagen besitzt kein kommunales Einzelhandels- oder Zentrenkonzept. Die Gemeinde befindet sich im Stadt-Umland-Raum Stralsund, hierfür wurde ein Regionales Einzelhandelskonzept aufgestellt. Gemäß diesem Konzept ist in Steinhagen kein zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen. Im Rahmen einer Vorortanalyse wird jedoch geprüft, inwieweit ein (faktischer) zentraler Versorgungsbereich ausgebildet ist.

2. Standortrahmendaten Steinhagen

2.1. Lage, Landesplanerische Einstufung, Soziodemographische Daten

Die Gemeinde Steinhagen (rd. 2.500 Ew.) ist in Bezug auf ihre **geographische Lage** im nordöstlichen Teil von Mecklenburg-Vorpommern und hier im Landkreis Vorpommern-Rügen verortet. Die Lage der Gemeinde ist durch die Nähe zu Stralsund geprägt, die Kreisstadt liegt nur rd. 10 Kilometer nördlich von Steinhagen.

Die **Siedlungsstruktur** von Steinhagen setzt sich aus drei Ortschaften zusammen. Der Ortsteil Negast ist mit über 1.900 Einwohnern der Siedlungsschwerpunkt; Steinhagen (rd. 500 Ew.) und Krummenhagen (rd. 100 Ew.) sind deutlich kleiner.

Die Gemeinde Steinhagen hat sich mit Pantelitz, Groß Kordshagen, Lüssow, Niepars, Jakobsdorf, Wendorf und Zarrendorf zur Erledigung ihrer Verwaltungsaufgaben gemäß § 127 Kommunalverfassung M-V zu einem Amt zusammengeschlossen. Das **Amt Niepars** verwaltet somit acht Gemeinden mit etwa 9.300 Einwohnern, der Verwaltungssitz ist in Niepars eingerichtet.

Steinhagen besitzt sowohl gemäß dem aktuell gültigen Regionalen Raumentwicklungsprogramm Vorpommern 2010 als auch dem ersten Entwurf 2024 zur Gesamtfortschreibung des Raumentwicklungsprogramms⁷ **keine zentralörtliche Einstufung**. Die Gemeinde befindet sich im Nahbereich des Oberzentrums Stralsund.

Die Stadt Stralsund bildet mit ihren Umlandgemeinden einen **Stadt-Umland-Raum**.⁸ Zu diesem Bereich ist auch die Gemeinde Steinhagen zu zählen, wobei speziell der Ortsteil Negast enge Verflechtungen zu Stralsund als Wohnbaustandort aufweist. Laut Landesraumentwicklungsprogramm sollen die Stadt-Umland-Räume unter Berücksichtigung ihrer jeweiligen Struktur als wirtschaftliche Kerne weiter gestärkt und entwickelt werden.

In Steinhagen leben rd. 2.500 Einwohner. Die **Bevölkerungszahl** ist in den letzten knapp zehn Jahren gleichgeblieben und hat sich von der rückläufigen Entwicklung im Landkreis Vorpommern-Rügen (-3,4 %) und dem Landestrend (-1,5 %) abgesetzt.

Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung von Steinhagen im Vergleich

	Einwohner		Veränderung	Einwohner		Veränderung
	12/2014	06/2024		2034		
	abs.	abs.	%	abs.	%	
Steinhagen	2.531	2.531	0,0			
Landkreis Vorpommern-Rügen	223.470	215.972	-3,4	216.658	+0,3	
Mecklenburg-Vorpommern	1.599.138	1.575.563	-1,5	1.559.316	-1,0	

Quelle: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern, Bevölkerung zum 31.12.2014/30.06.2024, jeweils aktueller Gebietsstand
Ministerium für Energie, Infrastruktur und Digitalisierung, 5. Bevölkerungsprognose Mecklenburg-Vorpommern bis 2040

Für einwohnerseitig kleinere Kommunen existiert keine kleinräumige **Bevölkerungsprognose**. Angesichts der Einwohnerentwicklung in der Vergangenheit und der zu erwartenden Bevölkerung im Landkreis Vorpommern-Rügen dürfte die Einwohnerzahl in Steinhagen in den nächsten Jahren annähernd gleichbleiben.

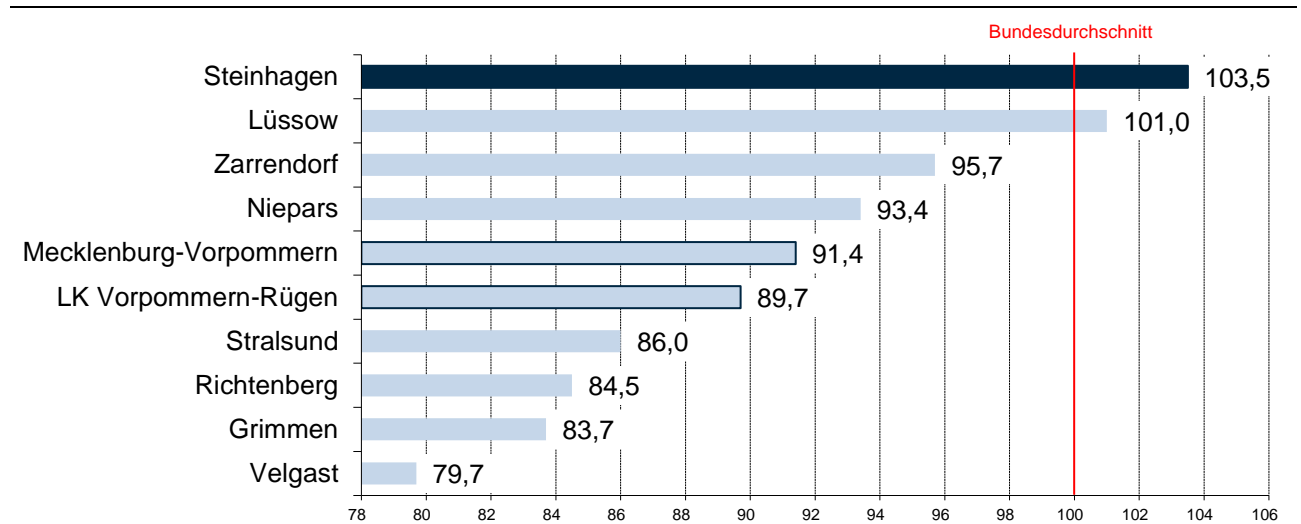
Das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau** stellt für den Handel einen wichtigen Faktor dar. Die Kennziffer wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt und gibt das Pro-Kopf-Einkommen in Relation zum Gesamteinkommen in Deutschland an, das nach Abzug einzelhandelsfremder Aufwendungen (z.B. Miete, Vorsorge, Versicherungen, Dienstleistungen) potenziell für Ausgaben im Handel verfügbar ist.

⁷ Das Regionale Raumentwicklungsprogramm Vorpommern 2010 wird derzeit fortgeschrieben. Aktuell liegt nach der 1. Beteiligungsstufe der Erste Entwurf 2024 zur Gesamtfortschreibung des Regionalen Raumentwicklungsprogramms Vorpommern vor.

⁸ vgl. Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern, Punkt 3.3.3.

Im nationalen Vergleich weist Steinhagen eine hohe einzelhandelsrelevante Kaufkraft auf, die mit 103,5 % über dem bundesdeutschen Referenzwert (100,0 %) rangiert. Folglich steht dem lokalen Einzelhandel in Steinhagen ein im Bundesvergleich höheres Ausgabevolumen zur Verfügung.

Abbildung 3: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern



Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2024

Der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex von Steinhagen fällt auch regionalen Vergleich überdurchschnittlich aus, da die lokale Kaufkraft sowohl über dem Mittelwert des Landkreises Vorpommern-Rügen (89,7 %) als auch über dem Landesdurchschnitt (91,4 %) liegt.

Die **Pendler** können ein zusätzliches Potenzial für den Einzelhandel darstellen, da auch Besorgungen auf dem Arbeitsweg und am Arbeitsort getätigt werden. Steinhagen weist mit einem Pendlersaldo von -641 Personen⁹ weniger Ein- als Auspendler auf, so dass auf Grund der negativen Arbeitsplatzzentralität keine zusätzlichen Kaufkraftpotenziale für die Gemeinde zu erwarten sind.

9 Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Gemeindedaten der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Wohn- und Arbeitsort 2024.

2.2. Einzelhandelsstrukturen in Steinhagen

In Steinhagen ist ein limitiertes **Einzelhandelsangebot** in Form von einem Netto-Markt (inkl. Bäcker), einem weiteren Bäcker und einem Fleischer sowie einer Apotheke vorzufinden. Alle Unternehmen sind im einwohnerstärksten Ortsteil Negast situiert. Die benannten Betriebe liegen in Negast räumlich verstreut, eine verdichtete Handelslage existiert nicht.

Tabelle 3: Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in Steinhagen

	Verkaufsfläche m ²	Betriebe abs.	Ø Betriebsgröße m ² /Betrieb	Verkaufsflächendichte m ² /Einwohner
Steinhagen	930	5	~190	0,37

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebung, Mai 2025 / Einwohner Steinhagen: 2.531 Personen

Die fünf Handelsbetriebe bespielen eine Verkaufsfläche von rd. 900 m², was unter Berücksichtigung der Einwohnerzahl von Steinhagen einer Verkaufsflächendichte von knapp 0,4 m² je Einwohner entspricht. Diese einwohnerbezogene Flächenausstattung rangiert unter dem bundesdeutschen Vergleichswert von rd. 1,5 m² je Einwohner und ist für eine kleinere Kommune bzw. einen nicht-zentralen Ort als üblich einzustufen. Unter Beachtung der Flächendichte ist für Steinhagen **keine gemeindeübergreifende Ausstrahlung** des örtlichen Einzelhandels erkennbar.

Der rudimentäre Handelsbesatz ist typisch für kleinere Gemeinden, da auf Grund der limitierten Mantelbevölkerung und der daraus folgenden Nachfrageplattform der Ansiedlung von Handelsbetrieben deutliche Grenzen gesetzt sind. Folglich ist die Ausbildung von umfänglichen Handelsstrukturen, wie in einer einwohnerseitig größeren Stadt, naturgemäß nicht möglich. In den einzelnen Ortsteilen – speziell in Negast – existiert in Ermangelung von tragfähigen Handelsstrukturen folglich **kein zentraler Versorgungsbereich**.¹⁰

Die vorstehende Einschätzung korrespondiert mit dem Regionalen Einzelhandels- und Zentrenkonzept für den Stadt-Umland-Raum Stralsund. In diesem Konzept ist in Steinhagen ebenfalls kein zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen.

In Negast (auch in Steinhagen bzw. in Krummenhagen) ist kein verdichteter Ortskern ausgeprägt. Die Siedlungsstruktur in Negast setzt sich fast ausschließlich aus Wohnbebauung zusammen, ein zentraler Platz oder eine Ortsmitte existieren nicht. Daher ist auch perspektivisch das **Ausbilden eines zentralen Versorgungsbereichs** auf Grund fehlender räumlicher Entwicklungsperspektiven unrealistisch.

Eine zukünftige Innenentwicklung erscheint auch unter Berücksichtigung der Nachfrageseite nur schwerlich möglich, da die **geringe Bevölkerungszahl** in Steinhagen – auch unter Einschluss umliegender Gemeinden – und das hieraus resultierende niedrige Marktpotenzial einen limitierenden Faktor darstellt. Die Nachfrageplattform reicht in vielen Branchen nicht aus, einen existenzsichernden Umsatz zu erwirtschaften. Folglich sind der Ansiedlung von Handelsbetrieben nachfrageseitig deutliche Grenzen gesetzt, so dass die prospektive Ausprägung eines zentralen Versorgungsbereiches faktisch nicht möglich ist.

¹⁰ Bei sog. zentralen Versorgungsbereichen handelt es sich um räumlich abgrenzbare Bereiche, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine bestimmte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Neben Handelsbetrieben sollte der zentrale Versorgungsbereich auch Dienstleistungsbetriebe und sonstige Nutzungen aufweisen, welche die Handelsfunktion ergänzen, so dass dieser Bereich einen funktionalen Mittelpunkt darstellt. Idealerweise sind zentrale Versorgungsbereiche – vor allem mit dem ÖPNV und für Fußgänger – verkehrsgünstig erreichbar. Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereichs setzt eine städtebaulich integrierte Lage voraus.

Eine bloße Agglomeration von Einzelhandelsnutzungen in einem räumlich abgegrenzten Bereich kann nicht zwangsläufig als zentraler Versorgungsbereich deklariert werden. Einem zentralen Versorgungsbereich muss die städtebauliche Funktion eines Zentrums zukommen, das die Versorgung des Gemeindegebiets oder eines Teilbereichs mit einem abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs und mit Dienstleistungen funktionsgerecht sicherstellen kann.

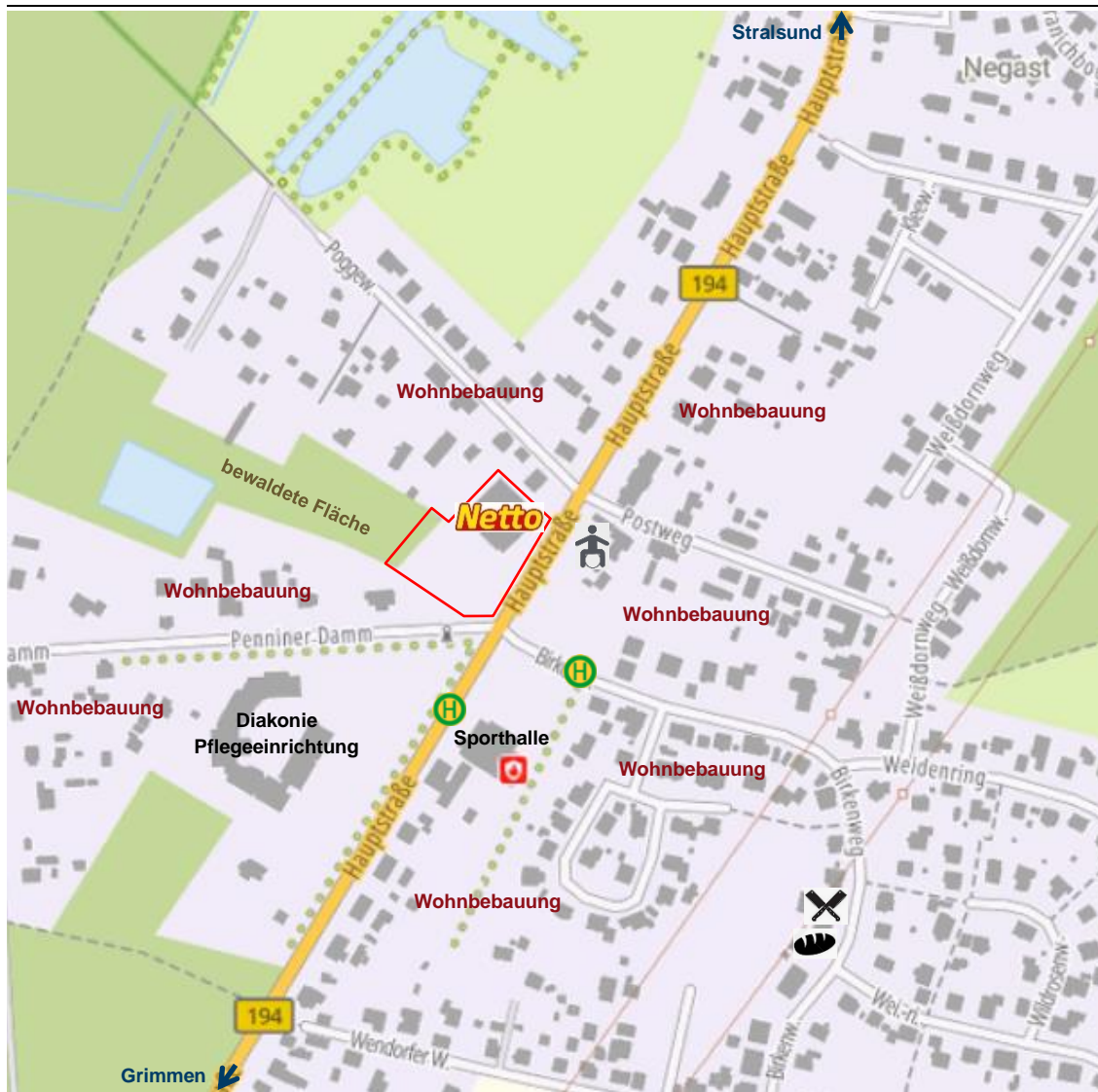
vgl. Urteil BVerwG [4 C 2.08] vom 17.12.2009 und Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007.

3. Mikrostandort

Der **Netto-Standort** ist in relativ zentraler Lage innerhalb von Negast verortet. Die Umfeldnutzung ist nördlich und nordöstlich des Marktes durch Wohnbebauung geprägt, in den Straßenzügen Poggeweg und Postweg zeigt sich eine Bebauung mit freistehenden, meist eingeschossigen Wohnhäusern. Direkt östlich des Netto-Standes befindet sich ein puristisch wirkendes Wohn- und Geschäftshaus, genutzt durch eine Physiotherapie; angrenzend eine Freifläche.

Südlich des Netto-Standes zeigt sich eine vergleichbare Baustruktur, da am Penniner Damm und im Birkenweg eine lockere Wohnbebauung vorherrscht. In diesem Bereich ist das Diakoniewerk Kloster Dobbertin (stationäre Pflegeeinrichtung) ansässig, darüber hinaus befindet sich hier eine Sporthalle. Direkt westlich der Netto-Filiale schließt sich ein bewaldeter Grünstreifen an.

Karte 1: Lage des Netto-Marktes im Ortsteil Negast und Umfeldnutzungen (Skizzierung)



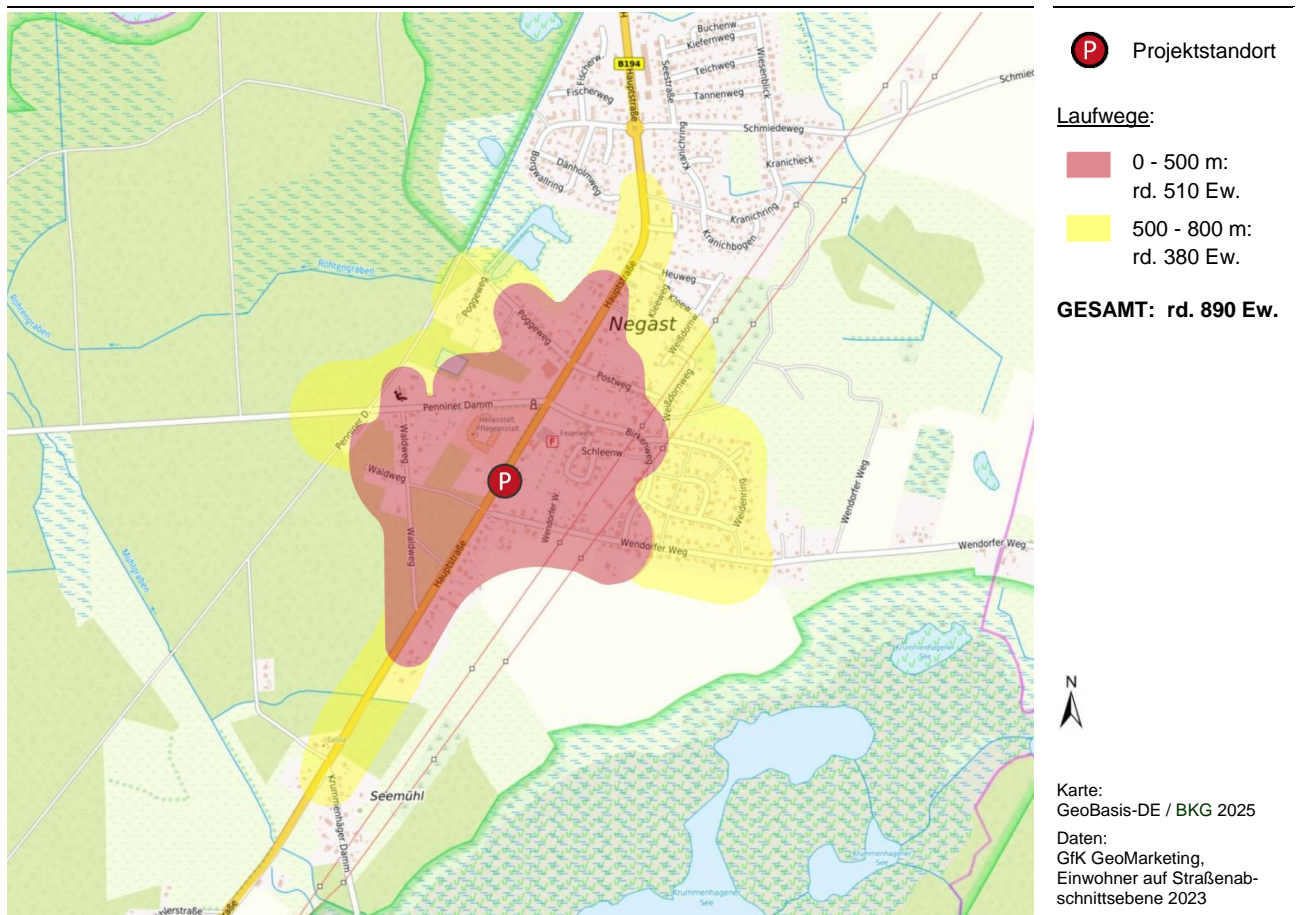
Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Netto-Marktes erfolgt über die Hauptstraße, als Bundesstraße (B194) ausgewiesen. Folglich ist der Marktstandort aus dem gesamten Gemeindegebiet verkehrlich gut erreichbar. Die Zufahrt auf die Parkplatzanlage erfolgt unmittelbar von der Hauptstraße über den Penniner Damm. Die verkehrliche Erschließung des Marktes ist somit gesichert.

Auf dem Parkplatzareal der Netto-Filiale sind derzeit 61 betriebseigene **Pkw-Abstellplätze** ausgewiesen. Nach der Markterweiterung entfallen 15 Stellplätze, wobei durch eine zusätzliche Parkplatzfläche wiederum 18 Stellplätze neu geschaffen werden (vgl. Abb. 2). Die Zahl von dann 64 Parkplätzen ist mit Blick auf die geplante Gesamtverkaufsfläche ausreichend.

Die **ÖPNV-Anbindung** der Netto-Filiale erfolgt über eine Bushaltestelle unmittelbar südlich des Marktstandortes. Der Haltepunkt („Negast Seniorenheim“) wird in einer regelmäßigen Taktung durch verschiedene Regionalbuslinien bedient. Darüber hinaus befindet sich im Birkenweg an der Zufahrt zur Sporthalle eine Rufbushaltestelle. Im Fazit verfügt der Netto-Standort über einen qualifizierten und ortsüblichen ÖPNV-Anschluss.

Die Netto-Filiale weist in ihrem **fußläufigen Nahbereich**¹¹ ein verhältnismäßig niedriges Bevölkerungspotenzial auf, da die umliegenden Baustrukturen nur durch eine lockere Wohnbebauung mit überwiegend eingeschossigen Wohnhäusern geprägt sind bzw. der gesamten Ortsteil Negast nur über eine limitierte Einwohnerzahl verfügt.

Karte 2: Fußläufiger Nahbereich der projektrelevanten Netto-Filiale



Im engeren fußläufigen Nahbereich (Laufwege bis 500 m) des Netto-Standorts leben etwa 500 Einwohner, im gesamten Nahbereich (Laufwege bis 800 m) wohnen rd. 900 Personen. Unter Berücksichtigung der Einwohnerzahl von Negast (rd. 1.940 Ew.) kann Netto bezüglich seiner sehr guten fußläufigen Hinwendung zu den umliegenden Wohnquartieren bereits für rd. 46 % der lokalen Einwohner eine fußläufige Grundversorgung anbieten.

¹¹ Als fußläufiger Einzugsbereich wird allgemein unabhängig von den jeweils standörtlichen Gegebenheiten bei Lebensmittelmärkten ein Laufweg von 500 Meter bis maximal 800 Meter angesetzt, was ca. 8 bis 12 Gehminuten entspricht. In ländlich geprägten Orten können bis 1.000 Meter unterstellt werden.

In Bezug auf seine **Einzelhandelsfunktion** stellt der Netto-Markt die Grundversorgung für Steinhagen sicher, was sich u.a. aus der Einstufung des Sortimentes ableitet. Netto führt Warengruppen mit einer hohen und wiederkehrenden Nachfragehäufigkeit, das Kernsortiment setzt sich aus dem kurzfristigen bzw. periodischen Bedarf (Lebensmittel, Drogeriewaren, Tiernahrung – sog. nahversorgungsrelevante Sortimente) zusammen und belegt den Großteil der Verkaufsfläche. Demzufolge unterliegt das Sortiment einer häufigen und permanenten Nachfrage („täglicher Bedarf“) und dient der Grundversorgung¹² der Bevölkerung.

Neben der Fristigkeit des Angebots ist die räumliche Dimension zu betrachten. Die Versorgungsfunktion des Netto-Marktes erstreckt sich im Nahbereich auf große Teile von Negast sowie in Summe auf die gesamte Gemeinde Steinhagen. Netto ist als einziger Lebensmittelmarkt der Träger der Grundversorgung für diese Kommune und kann für dessen Bewohner eine qualifizierte Nahversorgung anbieten. Somit ist dem Lebensmittelmarkt – trotz seiner Lage außerhalb der geographischen Ortsmitte von Negast – eine **verbraucher-nahe Grundversorgungsfunktion** zuzusprechen.¹³

Das **Regionale Einzelhandels- und Zentrenkonzept** für den Stadt-Umland-Raum Stralsund widerspiegelt die Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung in diesem Bereich. Dem Netto-Markt in Negast wird eine Nahversorgungsfunktion zugesprochen, speziell wird laug Konzept der südliche Teil von Negast von diesem Markt fußläufig versorgt.¹⁴

Das Regionale Einzelhandelskonzept formuliert als Entwicklungsziel für den Netto-Standort die

- *Sicherung und Stärkung dieser Nahversorgungslage durch Erhalt und ggf. Ausbau des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels und*
- *die Weiterentwicklung dieser Nahversorgungslage zum Nahversorgungszentrum für Steinhagen.*

Gemäß dem Konzept sollte das Angebot des Netto-Marktes durch *nahversorgungsrelevante Dienstleistungsbetriebe* (z.B. Bank, Friseur, Schneiderei, Postagentur, Reinigung) ergänzt werden.¹⁵

Im Ergebnis entspricht das Netto-Vorhaben den Zielen des Regionalen Einzelhandelskonzepts und ordnet sich sowohl räumlich als auch funktional in dessen Zielstellungen ein. Das Netto-Erweiterungsvorhaben ist im Sinne des Regionalen Einzelhandelskonzeptes zulässig.

In Auswertung der skizzierten Standortqualität und der Versorgungsfunktion ist die betrachtete Netto-Filiale in einer **städtebaulich integrierten Lage** verortet, da der Markt

- räumlich einem Siedlungsschwerpunkt zugeordnet ist und sich in relativ zentraler Lage innerhalb von Negast befindet,
- in einem funktionalen Zusammenhang zu einem Gebiet mit Wohnbebauung liegt bzw. von Wohnbebauung umschlossen ist,
- sich für die örtliche Wohnbevölkerung in fußläufig gut erreichbarer Lage befindet,
- eine direkte ÖPNV-Anbindung (Regionalbus) besitzt und
- sich in die örtliche Einzelhandelsstruktur als eine Nahversorgungslage eingliedert.

12 Unter Grundversorgung wird die verbrauchernahe Deckung des überwiegend kurzfristigen Bedarfs an Nahrungs- und Genussmitteln, Drogerieerzeugnissen u.ä. verstanden.

13 In diesem Zusammenhang ist auf ein Urteil des Verwaltungsgerichts Sigmaringen vom 18.05.2017 zu verweisen, in welchem die verbrauchernahe Versorgungsfunktion von Märkten in Kommunen im ländlichen Raum beleuchtet wurde. Die Tatsache, dass sich ein Lebensmittelmarkt in einer Ortsrandlage befindet, ändert nichts an seiner Nahversorgungsfunktion, denn:

„Es ist kleinen Ortschaften eigentümlich, dass die Ansiedlung eines modernen Einzelhandelsbetriebes mit den erforderlichen Flächen (auch nicht großflächigen) in der Ortsmitte häufig rein faktisch nicht gelingen kann.“

Weiterhin führt das VG Sigmaringen zur Nahversorgung in ländlich geprägten Gemeinden aus:

„Denn auch die Beurteilung von Verbrauchernähe kann nicht gänzlich losgelöst vom konkreten Einzelfall bewertet werden. Gerade in ländlichen Bereichen ist es seit Jahrzehnten üblich, dass vor allem kleinere Gemeindeteile keine eigene Nahversorgung mehr besitzen und die Einwohner mithin darauf angewiesen sind, in andere Gemeindeteile oder gar andere Gemeinden zu fahren, um die Grundversorgung sicherzustellen. „Verbrauchernähe“ ist im ländlichen Raum nicht zwingend identisch mit „fußläufig erreichbar.““

14 vgl. Regionales Einzelhandelskonzept für den Stadt-Umland-Raum Stralsund, Pkt. 4.3.5.

15 vgl. Regionales Einzelhandelskonzept für den Stadt-Umland-Raum Stralsund, Seite 152 + Pkt. 4.3.5.

4. Markt-/ Wettbewerbsanalyse

4.1. Einzugsgebiet

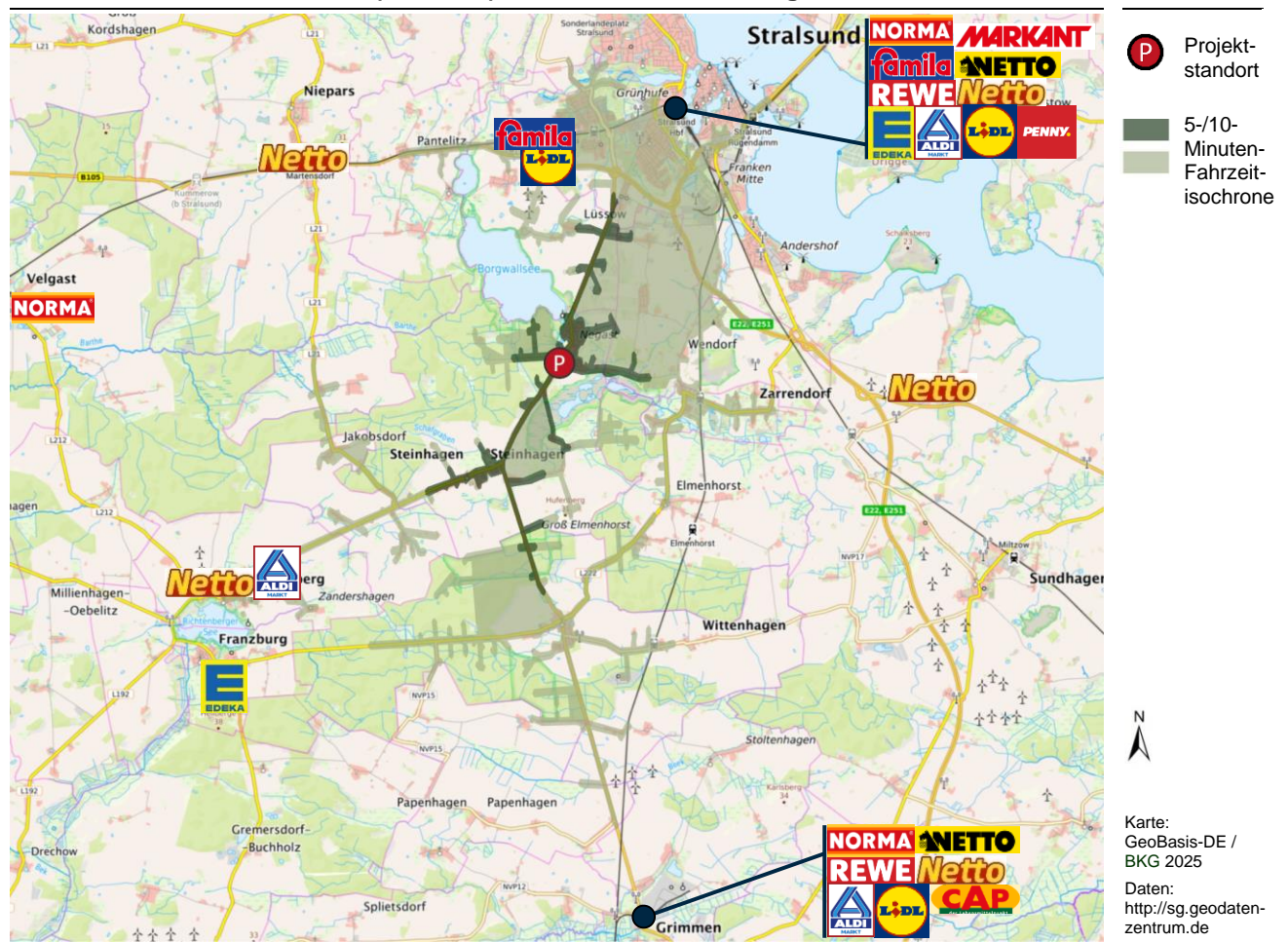
Als Einzugsgebiet wird ein räumlich abgegrenzter Bereich definiert, aus dem Konsumenten regelmäßig Versorgungsangebote eines Handelsbetriebs in Anspruch nehmen. In diesem Bereich ist jedoch von keiner ausschließlichen Einkaufsorientierung nur zu einem Handelsunternehmen auszugehen, da sich Verbraucher polyorientiert verhalten und zur Nachfragedeckung auch konkurrierende Einzelhandelslagen aufsuchen.

Zur **Abgrenzung des Einzugsgebiets** des Netto-Marktes sind folgende Kriterien eingeflossen:

- die Fristigkeit der Nachfrage nach Lebensmitteln und der hierfür in Kauf genommene Zeitaufwand,¹⁶
- die Zeit- und Wegedistanzen zum Erreichen des Netto-Standortes und die Verkehrsanbindung,
- die Standortqualität und die Strahlkraft des Netto-Marktes,
- bereits bestehende Kundenverflechtungen des Netto-Marktes und
- das konkurrierende Angebot an Lebensmittelmärkten im Umfeld von Steinhagen.

Von besonderer Bedeutung für die Abgrenzung des Einzugsgebiets ist neben der Erreichbarkeit vor allem die Angebotslage im Lebensmittelhandel im regionalen Umland von Steinhagen. Die aufgezeigten Anbieter stellen einen begrenzenden Faktor für das Einzugsgebiet des prüfungsrelevanten Netto-Marktes dar.

Karte 3: Lebensmittelmärkte (Auswahl) im Umfeld von Steinhagen und 5-/ 10-Minuten-Fahrzeitzone



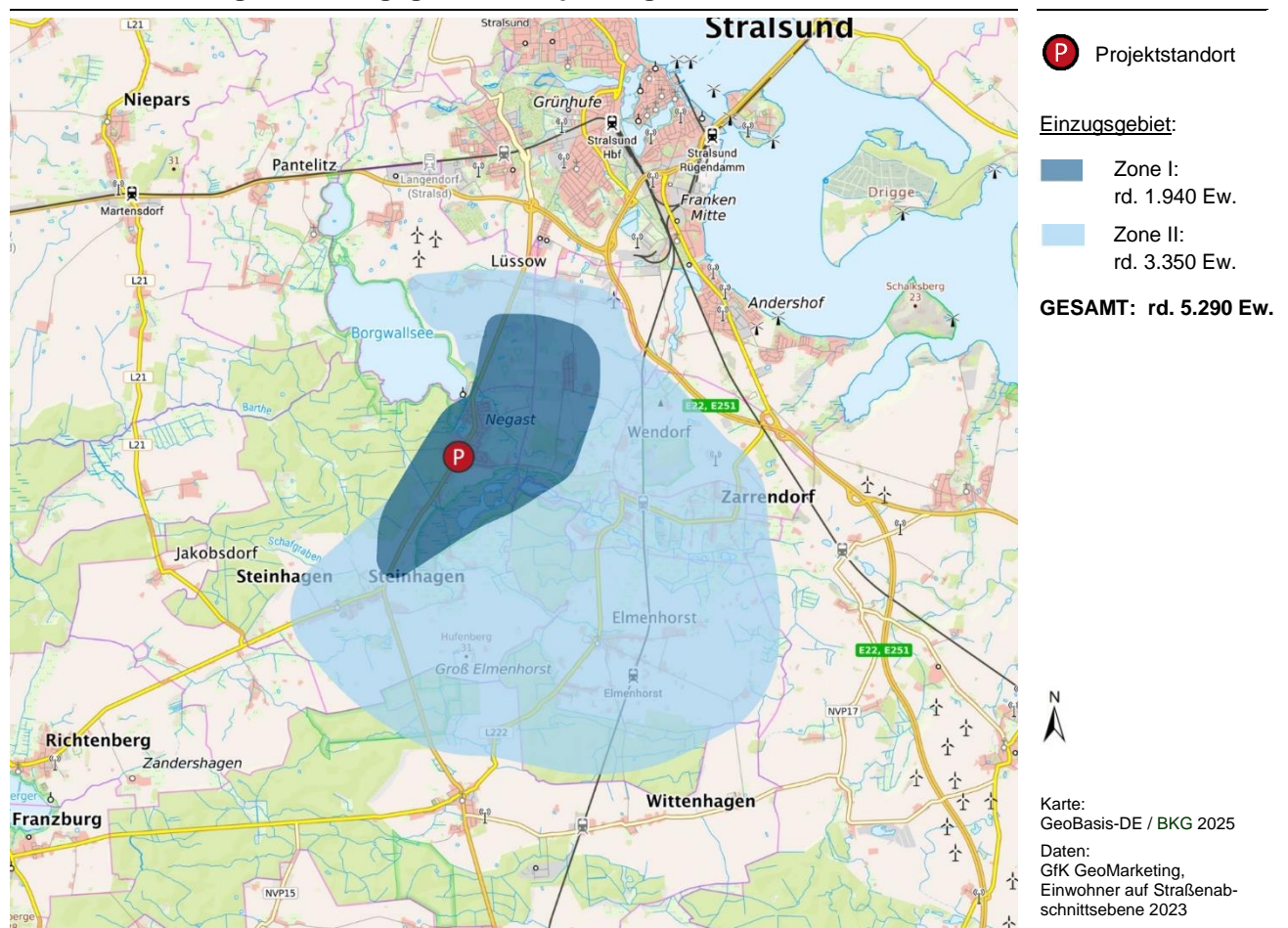
¹⁶ Verbraucher akzeptieren zum Lebensmittelkauf i.d.R. eine Entfernung zwischen Wohnung und Einkaufsort von 5 bis max. 10 Auto-Minuten.

Der Marktbereich der Negaster Netto-Filiale wird durch Lebensmittelmärkte in umliegenden Kommunen limitiert. Hierbei ist in Stralsund ein vollumfängliches Lebensmittelangebot mit einer überörtlichen Strahlkraft vorzufinden, wenngleich in Lüssow das autokundenorientierte Ostseecenter mit familia und Lidl die wichtigste Einkaufsadresse für Verbraucher aus Steinhagen darstellt. Darüber hinaus ist in Grimmen ein umfängliches Angebot ausgeprägt, ebenso versorgen kleinere Kommunen wie Martensdorf, Brandshagen oder Richtenberg die jeweils lokale Bevölkerung und auch umliegende Gemeinden und begrenzen so den Marktbereich der Negaster Netto-Filiale. In allen benannten Orten ist dabei je ein betriebsgleicher Netto-Markt ansässig.

Maßgeblich wird der Einzugsbereich auch durch die **Erreichbarkeit** begrenzt, da für Verbraucher die Attraktivität von Handelsbetrieben mit zunehmender Distanz und dem damit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand geringer wird. Die Zeit-Distanz-Empfindlichkeit wird wesentlich durch den Warenwert und die Häufigkeit der Nachfrage bestimmt. So weisen speziell Güter des täglichen Bedarfs angesichts des niedrigen Warenwerts und der hohen Nachfragefrequenz eine hohe Zeit-Distanz-Empfindlichkeit auf. In Folge nimmt die Nachfrage nach diesen Gütern bereits mit einer leicht ansteigenden Fahrzeitdistanz deutlich ab.

Unter besonderer Berücksichtigung der Zeit-/ Wegedistanzen zum Erreichen des Netto-Standortes sowie der skizzierten Angebotssituation wird das **Einzugsgebiet** des Negaster Netto-Marktes nach den zu erwartenden Intensitätsabstufungen hinsichtlich der Kundenbindung zonierte.

Karte 4: Zonierung des Einzugsgebiets des prüfungsrelevanten Netto-Marktes



Das Kerneinzugsgebiet (**Zone I**) des zu prüfenden Netto-Marktes konzentriert sich auf Negast. Der Marktstandort ist aus dem gesamten Ortsteil zügig erreichbar; aus dem zentralen und südlichen Gemeindegebiet zeigt sich zudem eine sehr gute fußläufige Erreichbarkeit. In dem skizzierten Marktbereich leben rd. 1.900 Personen.

Das erweiterte Einzugsgebiet (Zone II) umfasst Steinhagen und Krummenhagen sowie die Gemeinden bzw. Teile von Lüssow, Wendorf, Zarrendorf und Elmenhorst.¹⁷ Aus diesen Gebieten ist der Netto-Standort zeitnah anfahrbar, so dass die Bewohner bereits schon heute – auf Grund des Fehlens eines Lebensmittelangebots – u.a. zu dem Netto-Markt in Negast zum Einkauf tendieren. In dem Einzugsgebiet der Zone II wohnen knapp 3.400 Personen, dementsprechend kann Netto in Summe auf ein Konsumentenpotenzial von etwa 5.300 Personen zurückgreifen.

Grundlegend sind Einzugsgebiete nicht als statische Gebilde anzusehen, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil stammt. Mögliche diffuse Zuflüsse von außerhalb liegen in der Natur der Sache; der aufgezeigte Marktbereich der Netto-Filiale endet deshalb nicht punktgenau an der dargestellten Grenze. Für den Lebensmittelmarkt ist mit weiteren Erlösen zu rechnen, die aus **Streuumsätzen** (diffuse Umsätze ohne direkten Ortsbezug) resultieren.

Diese Erlöse ergeben sich von Zufallskunden oder durch aperiodisch einkaufende Verbraucher (z.B. bei Werbeaktionen oder aus dem Verkehr der vorbeilaufenden Bundesstraße). Die umliegenden Gebiete außerhalb des abgegrenzten Einzugsbereichs sind jedoch nicht zum festen Marktgebiet des Netto-Marktes zu zählen, da die Verflechtungsintensität deutlich nachlässt und bereits mit verstärkten Einflüssen von konkurrierenden Lebensmittelmärkten in umliegenden Kommunen (vgl. Karte 3) zu rechnen ist.

¹⁷ Auf die Nachfrageorientierung der Einwohner in umliegenden Orten von Steinhagen zum Netto-Standort in Negast weist bereits das Regionale Einzelhandelskonzept hin.
vgl. Regionales Einzelhandelskonzept für den Stadt-Umland-Raum Stralsund, Seite 133.

4.2. Marktpotenzial

Die Berechnung des Nachfragepotenzials in dem Einzugsgebiet erfolgt auf Grundlage der bundesdurchschnittlichen jährlichen **Pro-Kopf-Ausgaben** für das vorhabenrelevante Sortiment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Getränke/Tabakwaren).

Der Durchschnittswert der Verbrauchsausgaben wird mit der **sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffer** an die Verhältnisse im Einzugsgebiet angepasst. Die sortimentsspezifische Kaufkraft spiegelt die Nachfrage privater Haushalte für spezielle Sortimente wider. Sie weicht von der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ab, die zusammenfassend die Ausgaben über alle Sortimente im Einzelhandel darstellt (vgl. Abb. 3). Durch die sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffer werden die unterschiedlichen Elastizitäten innerhalb der einzelnen Handelsbranchen – im vorliegenden Fall für die Lebensmittelbranche – berücksichtigt.¹⁸

Die beiden vorstehenden Determinanten werden mit dem **Einwohnerpotenzial** in dem abgegrenzten Einzugsgebiet des Netto-Marktes multipliziert, so dass sich das einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen nach Lebensmitteln in dem zonierten Marktgebiet errechnet.

Tabelle 4: Marktpotenzial der projektrelevanten Branche Lebensmittel im Einzugsgebiet

	Einwohner	Verbrauchs- ausgaben p.a.	sortimentsspez. Kaufkraftindex ¹⁹	Marktpotenzial
	abs.	EUR p.P.	%	Mio. EUR p.a.
Zone I	1.940	2.999	102,3	5,95
Zone II	3.350	2.999	94,7	9,51
Summe	5.290			15,46

Quelle: Institut für Handelsforschung Köln, Marktvolumina 2024

MB-Research Nürnberg, Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern für die Branche Nahrungs- und Genussmittel für Steinhagen und die einzelnen Orte im Einzugsgebiet

Basierend auf dem Konsumentenpotenzial, den jährlichen Verbrauchsausgaben und unter Berücksichtigung des sortimentsspezifischen Kaufkraftniveaus errechnet sich in dem Marktbereich der Netto-Filiale eine jährliche **Nachfrageplattform nach Lebensmitteln** in Höhe von rd. 15,5 Mio. EUR.

¹⁸ Hinsichtlich der unterschiedlichen demographischen und einkommensseitigen Bestimmungswerte weichen die sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffern (vgl. Tab. 4) innerhalb der einzelnen Branchen ab und stimmen auch mit der durchschnittlichen Kaufkraft (vgl. Abb. 3) einer Kommune nicht überein.

¹⁹ Die sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffer der Zone II wurde auf Basis der mit der Einwohnerzahl gewichteten Kaufkraftwerte der einzelnen Orte im Einzugsgebiet gebildet.

4.3. Angebot

Im Mai 2025 wurden alle **Lebensmittelanbieter** im Rahmen einer Vor-Ort-Erhebung in dem zonierten Einzugsgebiet erfasst. Das Angebot beschränkt sich auf einen Lebensmittelmarkt, zwei Bäcker und einen Fleischer mit insgesamt rd. 900 m² Verkaufsfläche. Im Verhältnis zur Bevölkerungszahl in dem Einzugsgebiet errechnet sich eine einwohnerbezogene Flächendichte von 0,17 m² Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner, die im bundesweiten Vergleich (rd. 0,43 m²/Ew.) als sehr niedrig einzustufen ist.

Der Discounter Netto in Negast (vgl. Definition der Betriebstypen in Anlage1) ist der einzige größere Lebensmittelanbieter in dem Einzugsgebiet. Netto führt ein preisorientiertes und standardisiertes Warenssegment, der Angebotsschwerpunkt liegt auf Lebensmitteln und Drogeriewaren.

Der Bäcker in der Vorkassenzonen des Netto-Marktes komplettiert die Lebensmittelversorgung des Discounters im Frischebereich. Darüber hinaus sind in Negast ein weiterer Bäcker und auch ein Fleischer ansässig; beide Betriebe nutzen zusammen ein Ladenlokal und bieten auch Gastronomie an.

In den anderen Gemeinden des Einzugsgebiets sind keine Lebensmittelanbieter vorzufinden. Auf Grund der jeweils limitierten Bevölkerung in den einzelnen Kommunen und der daraus folgenden niedrigen Nachfrageplattform sind der Ansiedlung von Handelsbetrieben deutliche Grenzen gesetzt. Folglich ist die Ausbildung von Nahversorgungsstrukturen, wie in einem einwohnerseitig größeren Ort nicht möglich.²⁰

Nachstehend wird der **Angebotsbesatz** in dem untersuchten Einzugsgebiet mit dem generierten Umsatz²¹ dargestellt. Innerhalb des Einzugsgebiets ist kein zentraler Versorgungsbereich vorhanden, so dass keine Unterscheidung nach diesen schützenswerten Lagen und den sonstigen Standorten erfolgen kann.

Tabelle 5: Angebotsnetz des Lebensmitteleinzelhandels in dem untersuchten Einzugsgebiet

	Betriebe	Verkaufsfläche	VK-Dichte	Umsatz	Raumleistung ²²
	abs.	m ²	m ²	Mio. EUR	EUR/m ²
Einzugsgebiet	4	890	0,17	5,44	6.110

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Mai 2025 / Einwohner Einzugsgebiet: 5.290 Personen vgl. Tab.4

Die **Umsatz-Kaufkraft-Relation** (Kaufkraftbindungsquote) des Lebensmittelhandels drückt das Verhältnis zwischen den erzielten Umsätzen mit Lebensmitteln²³ und dem vorhandenen Nachfragevolumen (vgl. Tab. 4) aus. Durch die Gegenüberstellung können Aussagen abgeleitet werden, ob per Saldo Kaufkraftzuflüsse (>100 %) oder Kaufkraftabflüsse (<100 %) im Lebensmittelhandel aus dem Einzugsgebiet existieren.

Tabelle 6: Zentralität des Sortiments Lebensmittel in dem untersuchten Einzugsgebiet

	Marktpotenzial	Lebensmittelumsätze	Zentralität	Kaufkraftzu-/abfluss
	Mio. EUR	Mio. EUR	%	Mio. EUR
Einzugsgebiet	15,46	4,98	32	-10,48

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Auf Basis des sortimentsspezifischen Nachfragevolumens und der betriebs- bzw. ortstypischen Einzelhandelsumsätze mit Lebensmitteln – ohne Non-Food – errechnet sich für den Lebensmittelhandel in dem Ein-

²⁰ Ursprünglich war in der Gemeinde Elmenhorst noch ein Einkaufsmarkt mit knapp über 200 m² ansässig, der jedoch unter Berücksichtigung der limitierten Nachfragebasis in dieser Gemeinde bereits langfristig geschlossen ist.

²¹ Die Bewertung des Umsatzes (Brutto-Jahresumsatz) jedes einzelnen Lebensmittelanbieters erfolgt auf Grundlage der betreiberspezifischen Raumleistung, die mit der Verkaufsfläche multipliziert wird. Durch die Vor-Ort-Begehung jedes einzelnen Betriebes werden in der Umsatzbewertung ebenfalls qualitative Aspekte, die Leistungsfähigkeit, mikroräumliche und lageseitige Standortbedingungen berücksichtigt.

²² Die Raumleistung errechnet sich aus dem Verhältnis des Umsatzes und der Verkaufsfläche und kennzeichnet die Flächenauslastung eines Handelsbetriebes. Im Lebensmittelhandel sind deutliche Abweichungen innerhalb einzelner Betriebsformen zu beobachten (vgl. Anlage 3).

²³ Hier wird nur der Umsatz mit Lebensmitteln betrachtet, d.h. die Erlöse mit Non-Food-Waren (rd. 0,46 Mio. EUR) werden herausgerechnet. Aus diesem Grund stimmen die Gesamterlöse der Betriebe des Lebensmittelhandels (rd. 5,44 Mio. EUR, vgl. Tab. 5) mit deren abschließlichen Lebensmittelumsätzen (rd. 4,98 Mio. EUR, vgl. Tab. 6) nicht überein.

zugsgebiet eine Zentralität von 32 %. Demnach können die vier Lebensmittelanbieter nur anteilig die örtliche Kaufkraft binden, es zeigt sich ein **Kaufkraftabfluss von ca. 10,5 Mio. EUR** an Angebotsstandorte in der umliegenden Region. Der Kaufkraftabfluss erscheint plausibel und erklärt sich mit dem geringen flächenseitigen Angebot innerhalb des Einzugsgebiets von lediglich 0,17 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner.

5. Bewertung des Projektvorhabens

5.1. Rechtliche Beurteilungsgrundlagen

Die Liegenschaft des prüfungsrelevanten Netto-Marktes in Negast befindet sich im räumlichen Umgriff eines **Bebauungsplans**. In den textlichen Festsetzungen²⁴ zur Art der baulichen Nutzung wurde die Zulässigkeit für nahversorgungsrelevante Handelsbetriebe auf eine Verkaufsfläche von maximal 800 m² beschränkt.

Für die Schaffung der planungsrechtlichen Zulässigkeit des neu positionierten Netto-Marktes ist die Änderung des rechtsgültigen Bebauungsplans notwendig; ein entsprechender **Aufstellungsbeschluss**²⁵ für ein Änderungsverfahren wurde von der Gemeindevertretung Steinhagen in einer Sitzung am 12.12.2024 einstimmig gefasst.

Im Rahmen des Bebauungsplanverfahrens ist zu untersuchen, ob von dem Projektvorhaben nicht nur unwesentliche **Auswirkungen auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung** in den Orten des Einzugsgebiets ausgehen. Insbesondere ist zu prüfen, welche Auswirkungen

- auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung und
- auf die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in Steinhagen und umliegenden Orten

im Sinne von § 1 Abs. 6 Satz 4 BauGB i.V.m. § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO anzunehmen sind. Bei der Bewertung spielen vor allem die ökonomischen Auswirkungen (d.h. die Umsatzzumlenkungen) auf zentrale Versorgungsbereiche und bestehende Nahversorgungslagen eine wesentliche Rolle. Dadurch soll der Schutz des Einzelhandels an solchen Standorten sichergestellt werden, die funktionsgerecht in das städtebauliche Ordnungssystem eingebunden sind.

Ein fest definierter Schwellenwert für einen städtebaulich beachtlichen Kaufkraftabfluss, ab dessen Höhe mit schädlichen Auswirkungen zu rechnen wäre, ist gesetzlich nicht vorgegeben.²⁶ In der Planungs- und Rechtsprechungspraxis hat sich – abgeleitet aus der Zulässigkeit von Vorhaben nach § 34 Abs. 3 BauGB – als **quantitative Orientierungsgröße** etabliert, dass bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust i.d.R. ab 10 %, bei anderen Sortimenten ab 20 % zu Geschäftsaufgaben führen kann und als abwägungsrelevant angesehen wird.²⁷

Der benannte Richtwert ist allerdings schematisch und beachtet nicht die Situation im Einzelfall. Die städtebauliche Verträglichkeit von Einzelhandelsvorhaben ist auch aus den **individuellen lokalen Gegebenheiten** betroffener Bereiche und deren Stabilität abzuleiten. Daher müssen weitere Aspekte (u.a. Sortimentsausrichtung betroffener Betriebe, qualitative Aspekte, städtebauliche Gegebenheiten, Einzelhandelsstruktur, etwaige Vorschädigungen von Versorgungsbereichen) in die Bewertung mit einbezogen werden.²⁸

Beispielsweise sind bei einer bestehenden Vorschädigung, zum Beispiel bei Attraktivitätsmängeln (z.B. geringe städtebauliche Qualität, niedrige Aufenthaltsqualität des Stadtraums, geringe Einzelhandelsdichte, Ladenleerstände, unattraktives Angebot) oder bei Erreichbarkeitsdefiziten (z.B. schlechte Straßenanbindung,

24 vgl. Gemeinde Steinhagen, Bebauungsplan Nr. 14 „Einzelhandel im Ortsteil Negast“.

25 vgl. Gemeinde Steinhagen, Aufstellungsbeschluss zur 1. Änderung des Bebauungsplans Nr. 14 "Einzelhandel im Ortsteil Negast" der Gemeinde Steinhagen, Beschluss-Nr. 88-4/24 vom 12.12.2024.

26 Das OVG Nordrhein-Westfalen führt in einem Urteil zu dieser Thematik aus: „Auch in der obergerichtlichen Rechtsprechung wird die Frage, ob und gegebenenfalls bei welchen Prozentsätzen ein prognostizierter Kaufkraftabzug den Schluss auf negative städtebauliche Folgen für die davon betroffene Gemeinde zulässt, mit unterschiedlichen Ergebnissen diskutiert. Der Bandbreite der angenommenen Werte, die von mindestens 10 % bis hin zu etwa 30 % reicht, ist allerdings die Tendenz zu entnehmen, dass erst Umsatzverluste ab einer Größenordnung von mehr als 10 % als gewichtig angesehen werden.“
vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10A 1676/08] vom 30.09.2009.

27 Die Diskussion der obergerichtlichen Rechtsprechung, ab welchen „Schwellenwerten“ negative städtebauliche Folgen zu erwarten sind, reicht von einer Umsatzzumlenkung von 10 % (OVG Brandenburg [3 B 116/98] vom 16.12.1998, OVG NRW [7 A 2902/93] vom 05.09.1997, OVG Koblenz [8 A 11441/ 00] vom 25.04.2001), über 10 bis 20 % (OVG Koblenz [8 B 12650/98] vom 08.01.1999, BayVGH [26 N 99.2961] vom 07.06.2000) bis zu etwa 30 % (Thüringer OVG [1 N 1096/03] vom 20.12.2004).

28 vgl. Qualitätskriterien für Einzelhandelsgutachten der Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. (gif), Juli 2020, Seite 98/100.

geringes Stellplatzangebot, fehlende ÖPNV-Anbindung) Stabilitätsverluste zu erwarten. Der **Abwägungsschwellenwert von 10 %** ist somit ein wesentlicher Indikator für mögliche schädliche Auswirkungen, jedoch nicht als „Demarkationslinie“ zu sehen.²⁹

Tabelle 7: Orientierungswerte der Umsatzumverlagerungen bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben

	Sortiment	
	zentrenrelevant	nicht-zentrenrelevant
Abwägungsschwellenwert, Folgen auf den Wettbewerb sind wahrscheinlich	<10 %	<10 %
Nicht nur unwesentliche städtebauliche Folgen sind wahrscheinlich	10 – 20 %	>20 %
Nicht nur unwesentliche raumordnerische Folgen sind wahrscheinlich	>20 %	20 – 30 %
Unverträglichkeit	>20 %	>30 %

Quelle: eigene Darstellung nach: Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Langzeitstudie im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg (1998)³⁰

Mögliche Umsatzumlenkungen, die keine negativen Folgen haben, sind bezüglich der Beurteilung der **baurechtlichen Genehmigungsfähigkeit** hinzunehmen, da Genehmigungsverfahren kein Instrument zur Wettbewerbssteuerung darstellen sollen. Potenzielle Auswirkungen dürfen nicht unter dem Aspekt des Wettbewerbschutzes gesehen werden, zumal das Bauplanungsrecht nicht die Wahrung von Wettbewerbsinteressen im Blick hat, sondern sich in dieser Hinsicht neutral verhält. Selbst ein größerer Umsatzverlust in einzelnen Branchen gilt als unschädlich, solange der gesamte zentrale Versorgungsbereich nicht in eine kritische Lage versetzt wird.

Zentrale Versorgungsbereiche sind i.d.R. in städtebaulichen Konzepten definiert und sind nachvollziehbar³¹ an den eindeutigen Verhältnissen vor Ort zu identifizieren. Diese Bereiche können neben der besonders zu schützenden Innenstadt auch Stadtteil-, Quartiers- und Ortsteilzentren umfassen. Im vorliegenden Fall besitzt Steinhagen kein kommunales Einzelhandelskonzept, so dass in Ermangelung eines städtebaulichen Entwicklungskonzepts keine zentralen Versorgungsbereiche ausgewiesen sind.

Die Gemeinde befindet sich im Stadt-Umland-Raum Stralsund, hierfür wurde ein Regionales Einzelhandelskonzept aufgestellt. Gemäß diesem Konzept ist für Steinhagen kein zentraler Versorgungsbereich definiert, zumal auch im Rahmen einer Ortsbegehung (vgl. Pkt. 2.2) ein derartiger Bereich nicht identifiziert werden konnte. Folglich sind Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche auf Grund des Fehlens eines entsprechend schützenswerten Bereiches in Steinhagen auszuschließen.

Nach einer Begehung der Gemeinden im überörtlichen Einzugsgebiet kann hier ebenfalls kein zentraler Versorgungsbereich erkannt werden. In den verschiedenen Gemeindeteilen der einzelnen Orte im Einzugsgebiet ist kein Einzelhandel vorzufinden, so dass bezüglich des Fehlens von entsprechenden Handelsstrukturen keine zentralen Versorgungsbereiche ausgebildet sind.

29 Das OVG Nordrhein-Westfalen führt in einem Urteil zu dieser Thematik aus: „Ein bestimmter Schwellenwert für einen städtebaulich beachtlichen Kaufkraftabfluss ist gesetzlich nicht vorgegeben. Prozentual ermittelte – und prognostisch nur bedingt verlässlich greifbare – Umsatzumverteilungssätze lassen nicht lediglich einen einzigen logischen Schluss zu. In der Tendenz kann – faustformelartig – davon ausgegangen werden, dass erst Umsatzverluste ab einer Größenordnung von mehr als 10 % als gewichtig anzusehen sind. Allerdings bietet das 10 %-Kriterium nicht mehr als einen Anhalt. Es muss im Zusammenhang mit den sonstigen Einzelfallumständen gewertet werden.“ vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [2 D 63/11.NE] vom 09.11.2012.

30 Eine DSSW-Studie aus dem Jahr 2017 hat bestätigt, dass sich für die Bewertung des Beeinträchtigungsverbotess grundsätzlich die Orientierung an den Schwellenwerten der Umverteilungsquoten bewährt hat. vgl. DSSW-Studie, Langzeitwirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe (Kurzfassung), 2017.

31 vgl. Beschluss BVerwG [4 B 5.09] vom 12.02.2009.

5.2. Wirkungsanalyse des Netto-Vorhabens

5.2.1. Umsatzprognose

Für den flächenseitig erweiterten Netto-Markt wird nachstehend eine Umsatzherkunftsprognose auf Basis des potenziell erzielbaren Marktanteils im Einzugsgebiet (= **Marktanteilkonzept**³²) erstellt. Auf Grundlage

- der Lagequalität des Projektstandortes sowie der Größe, des Betriebstyps und der spezifischen Leistungsfähigkeit des Betreibers,
- der lokalen Nachfrageplattform und
- der Wettbewerbsintensität im regionalen Umfeld von Steinhagen

ist für den angefragten Lebensmittelmarkt mit einem jährlichen Zielumsatz zwischen 4,9 und 5,3 Mio. EUR zu kalkulieren. Die folgende Tabelle stellt die **Umsatzprognose** (vgl. Karte 4 i.V.m. Tab. 4) des Netto-Marktes in seinem Einzugsgebiet dar, wobei für die weiteren Berechnungen im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung mit dem maximal zu erwartenden Umsatz des Betriebes gerechnet wird.

Tabelle 8: Marktanteilsprognose der prüfungsrelevanten Netto-Filiale

Sortiment	Einzugsgebiet	Marktpotenzial	Ø Marktanteil ³³		Umsatz	
			min. / max.		min.	max.
		Mio. EUR	%		Mio. EUR p.a.	Mio. EUR p.a.
Food	Zone I	5,95	~33 / ~35		1,96	2,08
	Zone II	9,51	~21 / ~23		1,97	2,16
	<i>Zwischensumme</i>	<i>15,46</i>	<i>~25 / ~27</i>		<i>3,93</i>	<i>4,24</i>
	Streuumsätze				0,44	0,47
	<i>Zwischensumme</i>				<i>4,37</i>	<i>4,71</i>
Non-Food					0,54	0,58
Gesamt					4,91	5,29

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnung

Im Kerneinzugsgebiet des Discounters (Zone I) ist von einem Marktanteil von maximal rd. 35 % auszugehen; der hier generierte Lebensmittelumsatz wird bei rd. 2,1 Mio. EUR liegen. Eine höhere Marktdurchdringung ist nicht möglich, da sich Konsumenten nicht ausschließlich in einem Discounter bzw. in dem Netto-Markt versorgen, sondern auch andere Betriebe außerhalb des Einzugsgebiets zur Deckung ihrer Nachfrage nutzen.

Im Einzugsgebiet der Zone II ist von einer deutlich nachlassenden Marktdurchdringung auszugehen, da die Konsumenten aus diesem Bereich auch zu anderen Versorgungsstandorten tendieren. In dem skizzierten Marktbereich ist mit einem durchschnittlichen Marktanteil von rd. 23 % zu rechnen, dies entspricht einem zu erwartenden Jahresumsatz mit Lebensmitteln in Höhe von rd. 2,2 Mio. EUR.

32 „Bei der Marktanteilmethode werden für ein Planvorhaben Marktanteile geschätzt, die es in einzelnen Zonen seines Einzugsgebietes voraussichtlich erzielen kann, d.h. Anteile, die das Vorhaben voraussichtlich an der in diesen Zonen vorhandenen Kaufkraft an sich ziehen kann (auch als Kaufkraftbindungsquoten bezeichnet), woraus sich sein Umsatz ableiten lässt.“

„Für jede Zone wird abgeschätzt, welche Kaufkraftabschöpfung realistisch erscheint. Der sich so ergebende Umsatz für das Objekt wird mit Benchmarks zur Flächenproduktivität verglichen, wobei dies der Kontrolle und Plausibilisierung dient.“
vgl. Qualitätskriterien für Einzelhandelsgutachten der Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. (gif), Juli 2020, S. 143/145.

33 Die Marktanteile wurden jeweils separat für die einzelnen Orte im Einzugsgebiet der Zone II prognostiziert. Der in der Tabelle 8 ausgewiesene Marktanteil stellt somit einen aggregierten Wert dar. Alle Umsatzwerte verstehen sich inklusive Mehrwertsteuer.

Zuzüglich zu den vorstehenden Umsätzen ist mit Erlösen von knapp 0,5 Mio. EUR (rd. 10 %) aus diffusen Zuflüssen zu rechnen. Diese Streuumsätze³⁴ resultieren von Kunden außerhalb des Einzugsgebiets und sind auf Zufallskunden oder aperiodisch einkaufende Verbraucher (z.B. bei Werbeaktionen), auch aus dem Verkehr der vorbeilaufenden Bundesstraße zurückzuführen.

Neben den Umsätzen aus dem Kernsortiment Lebensmittel in Höhe von rd. 4,7 Mio. EUR werden von dem Discounter weitere Erlöse mit den Randsortimenten des Non-Food I und II (vgl. Anlage 2) generiert; die jährlichen Erträge werden bei rd. 0,6 Mio. EUR liegen.

Die Non-Food-Randsortimente nehmen bei Netto-Märkten ca. 11 % der Verkaufsfläche ein. Der Non-Food-Bereich setzt sich neben festen Non-Food I-Artikeln (Drogeriewaren, Tiernahrung, ca. 8 %) zu einem weiteren Teil aus Angeboten verschiedenster Sortimente des Non-Food II (ca. 3 %) zusammen. Damit belegen

- die *nahversorgungsrelevanten Sortimente* (Food und Non-Food I, d.h. Lebensmittel, Drogeriewaren, Tiernahrung) rd. 97 % der Verkaufsfläche und
- die *nicht-nahversorgungsrelevanten Sortimente* (Non-Food II) rd. 3 % der Verkaufsfläche.

Die Non-Food II-Artikel stellen eine Ergänzung des Hauptsortiments dar und sind flächen- und umsatzmäßig dem nahversorgungsrelevantem Kernsortiment deutlich untergeordnet. Da es sich um unterschiedliche und zudem wechselnde Warengruppen handelt, ist durch die geringe Größe der jeweiligen sortimentsbezogenen Verkaufsfläche keine konkrete Zuordnung der Flächen und der Umsätze zu einzelnen Sortimenten möglich.

Auf Basis der Umsatzprognose und der angestrebten Verkaufsfläche wird die **Raumleistung** berechnet und Vergleichswerten gegenübergestellt. Somit kann eine Plausibilitätsprüfung erfolgen, inwieweit die Umsatzprognose für den zu prüfenden Discounter belastbar ist und realitätsnahe Planzahlen vorliegen.

Tabelle 9: Prospektive Raumleistung des Netto-Marktes

Branche	Betriebstyp	Umsatzprognose	Verkaufsfläche	Raumleistung
		Mio. EUR	m ²	EUR/m ²
Lebensmittel	Discounter	5,29	1.051	5.030

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Die ausgewiesene Raumleistung des Netto-Marktes von rd. 5.000 EUR/m² bewegt sich im unteren Bereich bundesdurchschnittlicher Vergleichswerte, da Discounter i.d.R. eine Flächenleistung zwischen 4.500 bis 7.500 EUR/m² erzielen.³⁵ Ein höherer Umsatz ist für den Netto-Markt jedoch auf Grund

- des Wettbewerbsdrucks durch zahlreiche weitere Lebensmittelmärkte (vor allem Discounter) im regionalen Umfeld von Steinhagen, vor allem im naheliegenden Stralsund (vgl. Karte 3,
- eines nicht wesentlich zu steigenden Marktanteils³⁶ des Netto-Marktes und
- des begrenzten und auch zukünftig nicht ausdehnbaren Einzugsgebiets

nicht realisierbar. Somit handelt es sich bei der Umsatzprognose unter Berücksichtigung der ortsspezifischen Gegebenheiten um einen Maximalwert.

³⁴ Streuumsätze resultieren aus keinen dauerhaften Einkaufsbeziehungen und können hinsichtlich der Herkunft nicht genau lokalisiert werden.

³⁵ Quelle: BBE / IPH / IFH Köln, Struktur- und Marktdaten des Einzelhandel 2024, Seite 16 - vgl. Anlage 3.

³⁶ Eine vollständige bzw. selbst überwiegende Marktabdeckung durch nur ein Lebensmittelkonzept ist prinzipiell nicht möglich, da sich Konsumenten i.d.R. bei mehreren Betriebsformen (vgl. Anlage 1) versorgen. So wird beispielsweise der Einkauf von Frischeprodukten und qualitativ höherwertigen Lebensmitteln vorwiegend in Supermärkten, der preisorientierte Einkauf bei Discountern, der Einkauf von Bio-Waren in Bio-Märkten und der sog. Wochenendeinkauf oft in Verbrauchermärkten/SB-Warenhäusern getätigt.

Die Marktdurchdringung eines Discounters bzw. auch anderer Lebensmittelkonzepte ist nicht beliebig steigerungsfähig, somit ist eine wesentliche Erhöhung des Marktanteils der zu prüfenden Netto-Filiale – auch zukünftig – nicht realistisch und auch nicht umsetzbar.

Eine Erhöhung der Raumleistung ist zudem unrealistisch, da im (Lebensmittel-)Handel bei einer ansteigenden Verkaufsfläche die Raumleistung – wie auch in der Rechtsprechung anerkannt³⁷ – nicht proportional mitwächst, sondern tendenziell absinkt. Dies ist auch durch neue Konzepte der Lebensmittelfilialisten bedingt, die größere Gangbreiten, niedrigere Regalhöhen und großzügigere Laufwege bei gleichbleibender Artikelanzahl³⁸ anbieten; somit sinkt die Warendichte je Quadratmeter und in Folge auch die Raumleistung.³⁹

Die Handelskette Netto erzielt bundesweit über alle Märkte hinweg einen durchschnittlichen **Filialumsatz** von rd. 4,4 Mio. EUR je Markt.⁴⁰ Somit ist für die vorstehende Umsatzprognose von rd. 5,3 Mio. EUR bereits ein überdurchschnittlicher Umsatzwert zu reklamieren. Höhere Erlöse sind für den Markt aus handelsgutachterlicher Sicht unrealistisch.

Abschließend wird die Umsatzschätzung⁴¹ für den **Backshop** in der Vorkassenzone des Netto-Marktes vorgenommen. Für den Bäcker wird eine branchenübliche Flächenleistung⁴² von 6.000 EUR/m² angesetzt, es ist mit jährlichen Erlösen von rd. 0,3 Mio. EUR zu rechnen. Dieser Umsatz stellt einen Maximalwert dar, da von der Gesamtverkaufsfläche des Bäckers von ca. 49 m² (vgl. Tab. 1) noch eine Teilfläche für einen Sitzbereich bzw. für Laufflächen⁴³ – auf diesen Flächen werden keine Handelsumsätze getätigt – zu subtrahieren wäre.

Tabelle 10: Umsatzplanung des Backshops

Branche	Betriebstyp	Verkaufsfläche	Raumleistung	Umsatzprognose
		m ²	EUR/m ²	Mio. EUR
Lebensmittel	Bäcker	49	6.000	0,29

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

37 Eine in erster Linie zum Zwecke einer großzügigeren Warenpräsentation, verbesserten Kundenführung und Optimierung der internen Logistikabläufe angedachte Verkaufsflächenvergrößerung bedingt regelmäßig keine zum Flächenzuwachs proportionale Umsatzsteigerung. Mit einer vergrößerten Verkaufsfläche werden auch nicht nennenswerte Veränderungen der bestehenden Kunden- und Kaufkraftströme einhergehen.

vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [2 A 1510/12] vom 02.12.2013.

38 Grundsätzlich verfügen filialisierte Discounter über ein einheitliches Sortimentskonzept. Aus internen Organisations- und Strukturgründen ergibt sich aus Verkaufsflächenenerweiterungen keine Ausweitung des vorgehaltenen Sortiments.

39 Insbesondere kann bei einer höheren Verkaufsfläche wie im vorliegenden Fall – die Verkaufsfläche des geplanten Netto-Marktes liegt mit 1.051 m² um +29 % (+237 m²) über der üblichen bundesweiten Netto-Fläche (814 m²) – nicht von einer bundesweit vergleichbaren Raumleistung ausgegangen werden. Die niedrigere Raumleistung ist aus handelsgutachterlicher Sicht plausibel.

40 Quelle: Statista Hamburg 2025, Durchschnittliche Verkaufsfläche je Filiale ausgewählter Vertriebslinien im LEH 2023 / Bruttoumsatz pro Quadratmeter Verkaufsfläche führender Vertriebslinien im LEH 2023.

41 Die Umsatzprognose des Bäckers erfolgt auf Basis der Plan-Verkaufsfläche, die mit der branchenüblichen Raumleistung multipliziert wird.

42 Bäcker erreichen eine Flächenleistung zwischen 5.400 und 6.500 EUR/m² (ohne Verzehrflächen/Sitzflächen).
vgl. BBE Handelsberatung, Struktur- und Marktdaten des Einzelhandel 2024, Seite 16 – vgl. auch Anlage 3.

43 Die Sitz- und Laufbereiche sind mit zur Verkaufsfläche zu zählen, wenngleich auf diesen Flächen keine Handelsumsätze getätigt werden.

5.2.2. Umsatzherkunft

Für die Betrachtung der handelswirtschaftlichen Auswirkungen ist das Gesamtvorhaben in seiner durch die Erweiterung geänderten Gestalt zu prüfen. Im vorliegenden Fall ist jedoch zu berücksichtigen, dass der bestandskräftig genehmigte Netto-Markt bereits **Teil des Einzelhandelsangebots** innerhalb seines Marktgebietes ist; dementsprechend ist der mit Abstand überwiegende Teil der zu betrachtenden Netto-Fläche am Markt etabliert und hat sich sowohl in der handelswirtschaftlichen als auch städtebaulichen Realität niedergeschlagen. Folglich hat sich der Wettbewerb auf diesen Betrieb eingestellt, neue absatzwirtschaftliche Auswirkungen sind durch den bestehenden Markt auszuschließen.

Als Prüfmaßstab ist demzufolge nur der durch die Mehrverkaufsfläche induzierte **Zusatzumsatz** anzusetzen, so dass im Rahmen einer Delta-Betrachtung von dem prognostizierten Gesamtumsatz des Discounters (rd. 5,3 Mio. EUR) und des Bäckers (rd. 0,3 Mio. EUR) der Bestandsumsatz der Betriebe (rd. 4,9 Mio. EUR) subtrahiert wird. Diese Betrachtungsweise ist gemäß der einschlägigen Rechtsprechung⁴⁴ üblich.

Tabelle 11: Umsatzherkunft der neu aufgestellten Netto-Filiale

	Umsatzherkunft Mio. EUR
Umsatzprognose (vgl. Tab. 8/10)	5,58
davon aus:	
Umsatz Netto-Bestandsbetrieb (inkl. Bäcker)	4,90
Zusätzliche Streuumsätze	0,03
Umsatzumlenkung zu Lasten von konkurrierenden Betrieben	0,65
- davon Betriebe innerhalb des Einzugsgebietes	0,01
- davon Betriebe außerhalb des Einzugsgebietes	0,64

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Durch die erweiterte Fläche des Netto-Marktes werden nur marginale **zusätzliche Streuumsätze**⁴⁵ induziert. Die bereits generierten Erlöse von außerhalb des Einzugsgebiets resultieren von Zufallskunden und aperiodisch einkaufenden Verbrauchern, vor allem von sporadischen Einkäufen des passierenden Verkehrs.

Im vorliegenden Fall handelt es sich lediglich um die Erweiterung eines bestehenden Marktes und nicht um eine Neueröffnung, womit das Vorhaben kein neuartiges Angebot für Konsumenten inner- und auch außerhalb des Einzugsgebiets darstellt. Somit sind wesentlich erhöhte Streuumsätze auszuschließen, negative

44 Das BVerwG hat dazu u.a. in einem relevanten Urteil ausgeführt: „Dass das Oberverwaltungsgericht bei der Prognose, ob schädliche Auswirkungen in diesem Sinne zu erwarten sind, berücksichtigt hat, dass die Klägerin am Erweiterungsstandort bereits ein genehmigtes Lebensmitteldiscountgeschäft mit einer Verkaufsfläche von 699,11 m² betreibt, dass es also nicht die Auswirkungen der Neuansiedlung eines Supermarkts mit einer Verkaufsfläche von 900,08 m², sondern der Erweiterung eines Geschäfts mit 699,11 m² um 200,97 m², das dadurch großflächig wird, ermittelt hat, steht zu der dargelegten Rechtsprechung nicht in Widerspruch. Bei der Prognose der Auswirkungen ist [...] von der gegebenen städtebaulichen Situation auszugehen. Diese wird nicht nur von den anderen vorhandenen Einzelhandelsbetrieben, sondern auch durch den Betrieb, dessen Erweiterung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt.“
vgl. Beschluss BVerwG [4 B 3.09] vom 12.02.2009.

In einem Urteil schreibt das OVG Nordrhein-Westfalen, dass „...im Rahmen der Prognoseentscheidung über schädlichen Auswirkungen im konkreten Einzelfall jedoch zu berücksichtigen [ist], dass die Klägerin bereits am Erweiterungsstandort ein genehmigtes Lebensmitteldiscountgeschäft mit einer Verkaufsfläche von 727,97 m² seit 1995 betreibt und sich der Markt hierauf eingestellt hat. In die Prognose ist somit nicht die Neuansiedlung eines Supermarkts mit einer Verkaufsfläche von 899,40 m² einzustellen, sondern die Erweiterung eines Geschäftes mit 727,97 m² um 171,43 m², das dadurch großflächig wird.“
vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10 A 1417/07] vom 06.11.2008.

Das OVG Nordrhein-Westfalen führt in einem Urteil zur Erweiterung eines Shopping-Centers aus: „Das Gutachten prognostiziert zu Recht nur die durch die geplante [...] Erweiterung bewirkten Umsatzumverteilungen. Dieser Ansatz ist nachvollziehbar und plausibel.“
vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10 D 148/04.NE] vom 06.06.2005.

45 Bei dem ausgewiesenen Wert handelt es sich um eine Erhöhung der Streuumsätze, da derzeit dem Netto-Markt bereits Erlöse von außerhalb des Einzugsgebiets zufließen.

Auswirkungen auf Lebensmittelanbieter außerhalb des Einzugsgebiets sind auf Grund der geringen Höhe der zusätzlichen Streuumsätze des Netto-Marktes nicht möglich.

Für die Betrachtung der städtebaulichen Auswirkungen sind die durch das Vorhaben induzierten **Umsatzumlenkungseffekte** relevant. Dabei geht der im Realisierungsfall am Standort zu beziffernde Mehrumsatz zwangsläufig Wettbewerbern an anderer Stelle verloren, da durch die Realisierung nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen den Wettbewerbern umgelenkt wird. Die Auswirkungen dieser Umsatzumverlagerungen von rd. 0,6 Mio. EUR werden unter dem folgenden Punkt diskutiert.

Die Ermittlung der **lagespezifischen Umsatzabgabe** erfolgt unter Anwendung eines Gravitationsmodells⁴⁶, in das folgende relevante Berechnungsparameter einfließen:

- die bestehenden sortimentsspezifischen Verkaufsflächen im Untersuchungsraum,
- die Raumleistung bzw. der erzielte Umsatz eines jeden Betriebes,
- die Betriebstypenzugehörigkeit der einzelnen Anbieter,
- die Raumdistanzen bzw. räumlichen Widerstände zwischen den relevanten Handelsbetrieben und dem Projektstandort,
- die Bewertung der Attraktivität und der Leistungsfähigkeit betroffener Handelsbetriebe und
- der Prognoseumsatz von Netto.

Das eingesetzte Gravitationsmodell⁴⁷ liefert eine Berechnung der standortspezifischen Auswirkungen, welche dann in einem zweiten Schritt unter Berücksichtigung der konkreten Standortgegebenheiten der betroffenen Betriebe bewertet werden. Auf Basis der absatzwirtschaftlichen Untersuchung erfolgt eine Einschätzung von möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen des Netto-Vorhabens.

⁴⁶ Das Gravitationsmodell liefert Wahrscheinlichkeitsaussagen über mögliche Kaufkraftumverteilungen, die durch das Vorhaben ausgelöst werden. Dabei sind die dargestellten Quellen der Umsatzherkunft („Aus welchem Gebiet kommen die künftigen Kunden her“ – vgl. Karte 4 i.V.m. Tab. 8) mit den ausgelösten Umsatzumverteilungen („Wo haben die Kunden bislang eingekauft, welcher Handelsbetrieb bzw. welche Lage wird Umsatz verlieren“ – vgl. Tab. 12/13) nicht identisch.

⁴⁷ Für die Prognose der von dem Projektvorhaben ausgehenden absatzwirtschaftlichen Wirkungen wurde ein Gravitationsmodell eingesetzt, das auf dem Modell von D.L. HUFF ("Defining and Estimating a Trading Area") basiert. Das HUFF-Modell ist ein ökonometrisches Interaktions- und Prognosemodell zur Herleitung von Kaufkraftströmen bzw. des Einkaufsverhaltens der Konsumenten. Es werden die Attraktivität und Leistungsfähigkeit der betroffenen Einkaufsstätten ebenso wie deren Standortqualität, die Intensität der Wettbewerbsbeziehung mit Blick auf eine Betriebstypengleichheit oder die Zeitdistanzen zwischen dem Projektstandort und betroffenen Betrieben berücksichtigt. Das Modell wurde auf Grundlage der lokalen Einzelhandels- und Umsatzstrukturen in dem betrachteten Untersuchungsgebiet kalibriert, um eine Prognose der Umsatzumverlagerungen bei einer Umsetzung des Netto-Vorhabens vornehmen zu können.

5.2.3. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen des Netto-Vorhabens

5.2.3.1. Auswirkungen im Einzugsgebiet

Innerhalb des Einzugsgebiets ist kein vergleichbarer Lebensmittelmarkt ansässig; die Wettbewerbsadressaten des Netto-Marktes liegen außerhalb dieses Bereiches. Für die beiden Lebensmittelanbieter in Negast, d.h. einen Bäcker und einen Fleischer, ergeben sich daher sehr **geringe Umsatzverluste** von lediglich ca. 0,01 Mio. EUR (vgl. Tab. 11).

Tabelle 12: Prognostizierte Umsatzumlenkungen des erweiterten Netto-Marktes im Einzugsgebiet

	Bestandsumsatz	Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Einzugsgebiet	0,54 *	0,01	n.n.

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen / n.n. = nicht nachweisbar, Umsatzumlenkungen unter 0,10 Mio. EUR

* Anmerkung: Bei dem Bestandsumsatz (vgl. Tab. 5) wurde der von Netto getätigte Umsatz (rd. 4,9 Mio. EUR, inkl. Bäcker - vgl. Tab. 11) subtrahiert, da der Markt naturgemäß nicht von den Umsatzumlenkungen der eigenen Erweiterung betroffen sein kann.

Diese Umsatzrückgänge liegen unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze⁴⁸ von 0,10 Mio. EUR, erst ab diesem Schwellenwert zeigen sich tatsächlich messbare Umsatzumverlagerungen. Die Erlösrückgänge werden somit im Rahmen einer üblichen jahreszeitlichen Umsatzschwankung im Lebensmittelhandel liegen und können nicht zu Ertragseinbrüchen der beiden betroffenen **Ladenhandwerker** führen.

In Negast ist – außerhalb des Netto-Marktes – lediglich ein Angebot in Form von einem Bäcker und einem Fleischer vorhanden. Beide Betriebe sind in einem gemeinsamen Ladenlokal im Birkenweg untergebracht, unweit des Netto-Marktes (vgl. Karte 1). Neben dem Verkauf wird auch ein gut besuchtes Kleinrestaurant betrieben, in Summe können beide Nahrungsmittelhandwerker von Synergien und Kopplungen profitieren.

Der benannte Bäcker führt kein der Netto-Filiale vergleichbares Lebensmittelangebot. Netto bietet bei Backwaren ausschließlich preisgünstige SB-Waren aus seiner Bake-off-Station (Prebake-Station)⁴⁹ an und unterscheidet sich konzeptionell von einem „klassischen“ Bäcker. Der bestehende Betrieb wird somit absatzwirtschaftlich von dem Netto-Vorhaben nicht tangiert, da dieser Anbieter durch seine spezielle Ausrichtung auf Frische, individuellen Geschmack und Service keinen direkten Wettbewerber zu dem Discounter darstellt.

Bei der Erweiterung des Netto-Marktes ist kein weiterer Bäcker geplant, so dass keine neuartige Konkurrenzlage zu dem bestehenden Betrieb aufgebaut wird. Für diesen Anbieter sind nur minimale Umsatzverluste zu prognostizieren, die aus der Attraktivierung des Bäckers in der Vorkassenzonen des Netto-Marktes resultieren. Auf Grund der geringen Umsatzumlenkung ist eine Absiedlung des Bäckers auszuschließen.

Ebenso wird auch der Fleischer im Birkenweg von der Netto-Erweiterung absatzwirtschaftlich nicht messbar betroffen. Die unterschiedliche konzeptionelle Ausrichtung wird in der Angebotsdarstellung deutlich, da der örtliche Fleischer qualitativ höherwertige und frei portionierbare Frischewaren – aus regionaler Produktion – in Form einer Bedienungstheke führt und auch einen Imbiss anbietet; im Gegensatz dazu verkauft Netto nur verpackte Fleisch- und Wurstwaren in einem discounterorientierten Segment.

Im Ergebnis ist eine Absiedlung der beiden Ladenhandwerker⁵⁰ in Negast infolge der Netto-Erweiterung auszuschließen, zumal im Rahmen der Erweiterung des Discounters kein Bäcker oder Fleischer neu angesiedelt wird; folglich entsteht für andere Ladenhandwerker keine neuartige Konkurrenz.

48 Umsatzumlenkungseffekte von unter 0,10 Mio. EUR sind auf einzelne Betriebe mit den Mitteln der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachweisbar bzw. lassen sich mit einer modellbasierenden Wahrscheinlichkeitsrechnung nicht mehr hinreichend genau ermitteln. Unterhalb dieses Wertes sind i.d.R. keine städtebaulich negativen Auswirkungen zu erwarten. vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10 A 1676/08] vom 30.09.2009.

49 Sogenannte Prebake-Produkte werden in Großbäckereien im Industriemaßstab hergestellt, teilgebacken und tiefgekühlt als Teiglinge an den Handel ausgeliefert und erst dort zu Ende gebacken. Bäckereien stellen dagegen ihre Produkte i.d.R. in Handarbeit her.

50 Auf Grund der unterschiedlichen Positionierung ist keine Absiedlung von Ladenhandwerkern zu erwarten. Dies zeigt sich auch in der Tatsache, dass zwischen einem Discounter und diesen Betrieben keine direkte Konkurrenzsituation besteht, sondern ein Bäcker oder Fleischer das discounterorientierte Sortiment eines solchen Marktes ergänzt und sich auch oft gezielt in dessen räumlicher Nähe ansiedelt.

In Negast ist **kein zentraler Versorgungsbereich** im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO ausgebildet. In dem gesamten Ortsgebiet ist keine verdichtete Handelslage vorzufinden, in welcher neben Handels- auch komplementäre Betriebe in einem größeren Standortverbund ansässig wären (vgl. Pkt. 2.2). Folglich ist durch das Netto-Erweiterungsvorhaben die Schädigung eines zentralen Versorgungsbereiches naturgemäß nicht möglich. Diese Aussage trifft auch auf die beiden Ortsteile Steinhagen und Krummenhagen zu, hier ist überhaupt kein Einzelhandel vorzufinden.

Für Negast ist auch perspektivisch die **Entwicklung eines zentralen Versorgungsbereichs** unrealistisch. Einerseits ist auf die fehlenden Angebotsstrukturen im Bestand zu verweisen, auf der anderen Seite sind in keine Entwicklungsflächen für Handelsbetriebe – speziell keine größeren Leerstandsflächen – vorzufinden. Eine zukünftige Innenentwicklung mit Handel ist jedoch vor allem unter Berücksichtigung der Nachfrageseite unrealistisch, da die geringe Mantelbevölkerung in Negast bzw. in der Gesamtgemeinde und das hieraus resultierende niedrige Marktpotenzial einen limitierenden Faktor für den Einzelhandel darstellt. Demzufolge sind der Ansiedlung von Handelsbetrieben speziell mit innenstadtrelevanten Sortimenten deutliche Grenzen gesetzt, so dass sich marktfähige Einzelhandelsstrukturen und somit ebenfalls ein zentraler Versorgungsbereich nicht ausprägen kann.

Die vorstehenden Ausführungen treffen auch auf die Ortsteile der einzelnen **Gemeinden im überörtlichen Einzugsgebiet** zu. In den jeweiligen Ortsteilen von Lüssow, Wendorf, Zarrendorf und Elmenhorst – die im Einzugsgebiet des Netto-Marktes liegen – sind keine Lebensmittelanbieter ansässig, so dass eine Schädigung naturgemäß nicht möglich ist.

Fazit: Nach der Netto-Erweiterung sind Auswirkungen im Einzugsgebiet auszuschließen, da weder in Steinhagen noch in den Orten des Einzugsgebietes vergleichbare Lebensmittelanbieter ansässig sind; Netto ist der einzige größere Lebensmittelversorger in diesem Gebiet. Die Schädigung eines zentralen Versorgungsbereiches im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO ist auf Grund des Nichtvorhandenseins solcher schützenswerten Bereiche nicht möglich.

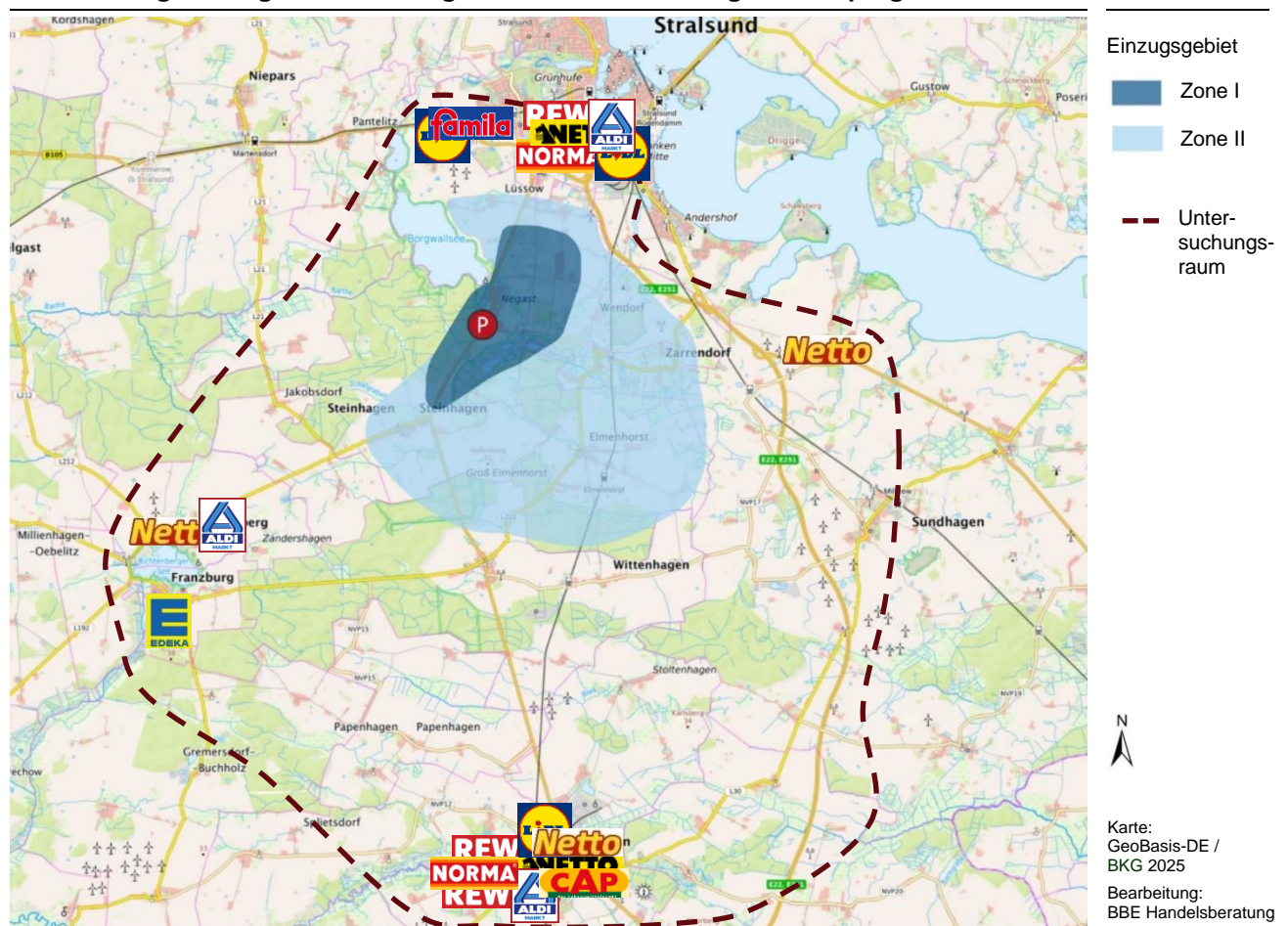
5.2.3.2. Auswirkungen außerhalb des Einzugsgebiets

Das Marktgebiet des aufgezeigten Netto-Marktes erstreckt sich über den zonierte Einzugsbereich, welcher die Gemeinde Steinhagen und umliegende Kommunen umfasst (vgl. Karte 4). Eine **Ausweitung des Einzugsgebiets** scheidet aus, da zahlreiche Lebensmittelmärkte – vor allem auch angebotsgleiche Netto-Märkte – in umliegenden Orten (vgl. Karte 3) über ein attraktives und vor allem auch ein betriebstypen-gleiches Angebot verfügen, so dass Kunden- und Kaufkraftabflüsse aus diesen Kommunen und aus deren Umfeld nach Steinhagen unrealistisch sind.⁵¹

Derzeit decken Kunden aus dem Einzugsgebiet auch außerhalb dieses Bereiches ihre Nachfrage nach Lebensmitteln, so dass verschiedene **Kundenverflechtungen zu Lebensmittelanbietern** in umliegenden Orten bestehen; dies betrifft insbesondere Verbraucher in den Randbereichen des Einzugsgebietes. Die abfließende Kaufkraft aus dem Einzugsgebiet ist auf ca. 10,5 Mio. EUR (vgl. Tab. 6) zu quantifizieren, der lokale Lebensmittelhandel kann derzeit lediglich rd. 32 % der Lebensmittelkaufkraft vor Ort binden.

Der Kaufkraftabfluss erfolgt vor allem zu attraktiven Lebensmittelanbietern im näheren Umfeld von Steinhagen, die eine **qualifizierte und ansprechende Einkaufsalternative** für die Bewohner innerhalb des betrachteten Einzugsgebietes darstellen. Hierbei kommen Märkte vor allem im naheliegenden Ostseecenter in Lüssow, im südwestlichen Stralsunder Kernstadtgebiet sowie in Brandshagen, Grimmen und Richtenberg/Franzburg in Frage.

Karte 5: Abgrenzung Untersuchungsraum und Skizzierung strukturprägender Lebensmittelmärkte



⁵¹ Ferner wird für Verbraucher die Attraktivität von Handelsbetrieben mit zunehmender Zeitdistanz und dem hiermit verbundenen steigenden Zeit-/Kostenaufwand geringer, zumal die Waren des täglichen Bedarfs hinsichtlich des niedrigen Warenwerts und der hohen Nachfragehäufigkeit eine hohe Zeit-Distanz-Empfindlichkeit aufweisen. Der Einkauf dieser Waren erfolgt durch Verbraucher überwiegend wohnortnah, so dass Kunden aus umliegenden Orten kaum den Netto-Markt in Negast zum regelmäßigen Lebensmitteleinkauf aufsuchen werden.

Im Rahmen der avisierten Attraktivierung des Netto-Marktes ist mit der **Rückholung von abfließender Kaufkraft** zu rechnen. Die Kunden und die Umsätze, die zukünftig verstärkt in Steinhagen gebunden werden, gehen folglich Betrieben außerhalb des Einzugsgebietes verloren. Daher werden die größeren Lebensmittelmärkte in umliegenden Orten betrachtet, die eine qualifizierte Einkaufsalternative für die Bewohner innerhalb des skizzierten Einzugsgebietes darstellen. Andere Lebensmittelanbieter (Ladenhandwerker, SB-Märkte, Lebensmittelgeschäfte o.ä.) werden nicht berücksichtigt, da ansonsten auch auf Grund der erweiterten Angebotsbasis eine „Verwässerung“ der berechneten Umsatzumlenkungsquoten zu erwarten wäre.

Die Lebensmittelanbieter außerhalb des Einzugsgebiets werden in Summe einen annualisierten Umsatzverlust von rd. 0,6 Mio. EUR (vgl. Tab. 11) zu verkraften haben. Auf Basis der Erlöse der betroffenen Lebensmittelmärkte errechnet sich eine durchschnittliche Umsatzumlenkungsquote von unter 1 %, so dass von einer äußerst geringfügigen bzw. **nicht-spürbaren Intensivierung des Wettbewerbs** auszugehen ist. Der Wert der Umsatzumverlagerung liegt dabei mit einem deutlichen Sicherheitspuffer unter dem Abwägungsschwellenwert der Unverträglichkeit von rd. 10 % (vgl. Tab. 7); dementsprechend sind keine Abschmelzungstendenzen von Bestandsbetrieben abzuleiten.

Tabelle 13: Prognostizierte Umsatzumlenkungen in Orten außerhalb des Einzugsgebiets

	Bestandsumsatz	Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Lüssow (familia, Lidl)	26,45	0,25	0,9
Stralsund (REWE, Aldi, Lidl, NETTO, Norma)	29,46	0,16	0,5
Brandshagen (Netto MD)	4,59	0,03	n.n.
Grimmen (2x REWE, Aldi, Lidl, NETTO, Netto MD, Norma, CAP)	43,19	0,16	0,4
Richtenberg/Franzburg (Netto MD, Aldi / Edeka)	13,76	0,04	n.n.
Gesamt	117,45	0,64	0,5

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen, Erhebung der einzelnen Lebensmittelmärkte im Mai 2025 / n.n. = nicht nachweisbar

Die verstärkte Kaufkraftbindung des Netto-Marktes in Steinhagen wird vor allem zu Lasten der beiden Lebensmittelmärkte familia und Lidl im Ostseecenter in **Lüssow** gehen. Beide Betriebe sind lediglich etwa acht Kilometer vom Netto-Standort entfernt, wobei das Ostseecenter mit seinem umfänglichen Handelsbesatz auch auf die Gemeinde Steinhagen ausstrahlt. Unter Berücksichtigung der Leistungsfähigkeit von familia mit rd. 4.300 m² Verkaufsfläche (inkl. Getränkemarkt) und von Lidl mit knapp über 1.000 m² Verkaufsfläche ist ein Rückzug dieser Betriebe infolge der Netto-Erweiterung auszuschließen.

Mit Blick auf die Umsatzrückholung ist die Lagequalität des Ostseecenters zu beachten. Bei dem Fachmarktcenter handelt es sich um einen peripheren und autokundenorientierten Standort „vor den Toren“ Stralsunds. Folglich geht mit der Kunden- und auch Umsatzrückholung ein Abbau von dezentraler Versorgung und eine verstärkte wohnortnahe Kaufkraftbindung vor Ort in Steinhagen einher. Die Kaufkraftrückholung ist daher versorgungsstrukturell als „wünschenswert“ einzuschätzen.

Neben den Lebensmittelanbietern im Ostseecenter stellen auch die Lebensmittelmärkte in der **südwestlichen Stralsunder Kernstadt**⁵² eine Einkaufsalternative für die Konsumenten des betrachteten Einzugsgebietes dar. Der Lebensmitteleinkauf dürfte hier vor allem durch Pendler bedingt sein, da Stralsund als zentraler Arbeitsplatzstandort für die Region einen hohen Einpendlersaldo⁵³ aufweist. Folglich dürften auf dem

52 Hierbei wurde lediglich dieses Stadtgebiet betrachtet, dass sich in einer kurzen Distanz zu dem skizzierten Einzugsgebiet des Netto-Marktes befindet. Der untersuchte Bereich umfasst im Wesentlichen die Tribseer Siedlung und hier den Bereich zwischen der Rostocker Chaussee und dem östlich verlaufenden Bahngleiskörper.

53 Stralsund weist deutlich mehr Ein- als Auspendler auf, der Pendlersaldo beträgt + 4.451 Personen.

Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Gemeindedaten der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Wohn- und Arbeitsort 2024.

Arbeitsweg auch Lebensmitteleinkäufe getätigt werden, wobei auf Grund der erhöhten Attraktivität des Netto-Marktes in Negast die Nachfrage zukünftig verstärkt in diesem Markt gebündelt wird.

Die jeweiligen einzelbetrieblichen Umsatzverluste der fünf Märkte in der Tribseer Siedlung (vgl. Tab. 13) werden mit durchschnittlich rd. 0,03 Mio. EUR deutlich unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze von 0,10 Mio. EUR⁵⁴ liegen, erst ab diesem Schwellenwert zeigen sich tatsächlich messbare Umsatzumverlagerungen. Die Erlösrückgänge werden somit im Rahmen einer üblichen jahreszeitlichen Umsatzschwankung im Lebensmittelhandel liegen und können nicht zu Ertragseinbrüchen der benannten Märkte führen. Folglich werden die Umsatzrückgänge auf Grund der geringen Höhe für die jeweiligen Märkte nicht spürbar sein, eine Absiedlung dieser Betriebe ist auszuschließen.

Für die betriebsgleiche Netto-Filiale in **Brandshagen** und die drei Lebensmittelmärkte in **Richtenberg** und **Franzburg** sind äußerst geringe Umsatzabflüsse zu erwarten. Auf Grund der erhöhten Attraktivität des Netto-Marktes werden nur vereinzelte Kunden in den jeweiligen Randbereichen des Einzugsgebietes zukünftig verstärkt den Negaster Netto-Markt zum Lebensmitteleinkauf aufsuchen. Eine Absiedlung dieser Märkte und ein Abbau von verbrauchernaher Versorgung ist in den benannten Orten auszuschließen.

Die Umsatzrückgänge für die Lebensmittelmärkte in **Grimmen** werden nur marginal sein. Der Wert der summierten Umsatzabgabe beläuft sich auf knapp 0,20 Mio. EUR (vgl. Tab. 13), so dass sich bei acht Lebensmittelmärkten ein durchschnittlicher Umsatzrückgang von 0,02 Mio. EUR je Markt errechnet. Dieser einzelbetriebliche Umsatzverlust rangiert deutlich unter der vorstehend zitierten Nachweisbarkeitsgrenze von 0,10 Mio. EUR, so dass ein Rückzug von Lebensmittelmärkten aus Grimmen infolge der Netto-Erweiterung auszuschließen ist.

Die vorstehend ausgewiesenen Kunden- und auch Umsatzrückholungen sind prinzipiell als „legitim“ einzustufen, da die wirtschaftliche Auslastung sowohl der neu geplanten Lebensmittelverkaufsfläche als auch der bestehenden Lebensmittelanbieter vollständig durch die Nachfrage in dem Einzugsgebiet abgedeckt ist. Dies verdeutlicht die **prospektive Zentralität**, die sich in Anbetracht der zusätzlich zu erwartenden Lebensmittelerlöse von rd. 0,6 Mio. EUR⁵⁵ von derzeit 32 % (vgl. Tab. 6) auf dann 36 % erhöhen wird. Somit ist selbst nach der Inbetriebnahme des erweiterten Netto-Marktes keine vollständige Bindung der Lebensmittelnachfrage vor Ort möglich, eine Überbuchung der Lebensmittelkaufkraft in dem Einzugsgebiet ist nicht zu erkennen.

Tabelle 14: Zentralität des Sortiments Lebensmittel im Einzugsgebiet (IST - PLAN)

	Marktpotenzial	realisierte Lebensmittelumsätze	Zentralität	Kaufkraftzu-/ -abfluss
	Mio. EUR	Mio. EUR	%	Mio. EUR
Einzugsgebiet – IST	15,46	4,98	32	-10,48
Einzugsgebiet – PLAN		5,56	36	-9,90

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Auf Basis der Nachfrage nach Lebensmitteln (rd. 15,5 Mio. EUR) und der zu erwartenden Lebensmittelumsätze (rd. 5,6 Mio. EUR) sind zum wirtschaftlichen Betrieb der Lebensmittelflächen in dem Einzugsgebiet **keine zusätzlichen Kundenzuflüsse** von außerhalb dieses Bereiches notwendig. Rein rechnerisch gesehen strahlt der Lebensmittelhandel in dem Einzugsgebiet ausschließlich auf diesen Bereich aus bzw. kann von dem lokalen Konsumentenpotenzial vollständig „leben“.

54 Umsatzumlenkungseffekte von unter 0,10 Mio. EUR sind auf einzelne Betriebe mit den Mitteln der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachweisbar bzw. lassen sich mit einer modellbasierenden Wahrscheinlichkeitsrechnung nicht mehr hinreichend genau ermitteln. Unterhalb dieses Wertes sind i.d.R. keine städtebaulich negativen Auswirkungen zu erwarten. vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10 A 1676/08] vom 30.09.2009.

55 Zuzüglich zu den aktuell generierten Lebensmittelumsätzen in dem Einzugsgebiet (rd. 4,98 Mio. EUR, vgl. Tab. 6) addieren sich die „zurückgeholten“ Lebensmittelumsätze des erweiterten Netto-Marktes (rd. 0,64 Mio. EUR, vgl. Tab. 11; abzgl. Non-Food-Umsätze des Netto-Marktes von rd. 0,06 Mio. EUR = rd. 0,58 Mio. EUR); diese Erlöse stammen aus der Kaufkraftrückholung.

Nach der Umsetzung des Netto-Vorhabens ist weiterhin ein „**offenes**“ **Nachfragepotenzial** vorhanden, das von dem lokalen Lebensmittelhandel nicht gebunden werden kann und an umliegende Standorte in der Region abfließt. Dennoch geht mit der Attraktivierung des Netto-Marktes eine – wenn auch überschaubare – Stärkung der Eigenversorgungsquote innerhalb des Einzugsgebiets auf rd. 36 % einher.

Fazit: Durch die Neupositionierung des Netto-Marktes und der daraus resultierenden verstärkten Kaufkraftbindung vor Ort in Steinhagen werden Umsatzrückholeffekte ausgelöst; diese haben auf Grund der breiten räumlichen Streuung über verschiedene Lebensmittelmärkte in umliegenden Orten und der geringen Höhe keinerlei schädliche Auswirkungen.

Die Höhe der Umsatzrückholung deutet nicht auf überdimensionierte Werte hin, die beispielsweise auf eine über das Einzugsgebiet hinausgehende Versorgungsfunktion von Steinhagen oder auf eine im Verhältnis zur Einwohnerzahl standortunangepassten Verkaufsfläche hinweisen.

6. Zusammenfassung

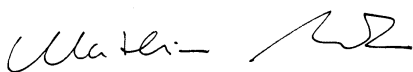
Abschließend werden die wichtigsten Aspekte der vorliegenden Untersuchung zusammengefasst.

- Die Handelskette **Netto Marken-Discount** betreibt in Steinhagen und hier im Ortsteil Negast einen Lebensmittelmarkt, dessen Verkaufsfläche mit rd. 773 m² unterhalb der Marktzutrittsgröße des Betreibers rangiert. Perspektivisch ist eine Flächenerweiterung auf rd. 1.051 m² angedacht, der Bäcker in der Vorkassenzone wird von rd. 27 m² auf dann rd. 49 m² erweitert.
- Der Baukörper der Handelsimmobilie bleibt bei der Flächenerweiterung in seiner Struktur erhalten, die zusätzliche Verkaufsfläche durch einen Anbau an der südlichen Marktseite realisiert. Somit ändern sich die **umsatzrelevanten Standortfaktoren** des Betriebes wie die Erreichbarkeit, Zufahrt, optische Fernwirkung, Werbesichtanbindung, Lage der Parkplätze oder die ansprechbare Bevölkerung bei dem Vorhaben nicht.
- Der **gestiegene Flächenbedarf** von Netto resultiert – wie bei anderen Lebensmittelmärkten – aus Gründen der Prozessoptimierung und der Attraktivitätssteigerung und reagiert auf die aktuellen Markterfordernisse des Lebensmittelhandels. Mit der erweiterten Fläche sollen auch die innerbetrieblichen Abläufe (u.a. Vereinfachung der Warenbestückung, Vergrößerung der Präsentationsflächen) optimiert werden.
- Die größere Verkaufsfläche führt nicht in gleichem Umfang zu Mehrumsätzen, sondern regelmäßig zu einer abnehmenden Flächenleistung, da die Artikelzahl bei Food und Non-Food nach der Erweiterung nicht steigen wird. Mit der Neupositionierung von Netto werden tragfähige Angebotsstrukturen geschaffen, das Vorhaben ist als bestands- und **zukunftssichernde Maßnahme** für diese Filiale zu werten. Mit der Ertüchtigung des Marktes wird die Eigenversorgung von Steinhagen – Netto ist der einzige Lebensmittelmarkt und Träger der Grundversorgung in der Gemeinde – gesichert.
- Der **städtebaulich integrierte Standort** des Netto-Marktes ist als wohnortnah einzustufen und stellt räumliche und funktionale Bezüge zu den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen her. Im Nahbereich (800 m-Laufweg) des Marktstandortes leben rd. 900 Einwohner, somit kann Netto für etwa 46 % der Bewohner des Ortsteils Negast eine fußläufige Grundversorgung anbieten.
- Dem Netto-Markt wird im **Regionalen Einzelhandels- und Zentrenkonzept** für den Stadt-Umland-Raum Stralsund eine Nahversorgungsfunktion zugesprochen. Das Konzept formuliert als Entwicklungsziel die Sicherung und Stärkung dieser Nahversorgungslage durch Erhalt und ggf. Ausbau des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels und die Weiterentwicklung zum Nahversorgungszentrum für Steinhagen. Folglich entspricht das Netto-Vorhaben den Maßgaben des Regionalen Einzelhandelskonzepts und ordnet sich räumlich und funktional in dessen Zielstellungen ein.
- Der **betriebliche Einzugsbereich** von Netto erstreckt sich auch nach der geplanten Erweiterung über Steinhagen und umliegende Gemeinden bzw. Gemeindeteile von Lüssow, Wendorf, Zarrendorf und Elmenhorst. Netto kann ein Einwohnerpotenzial von rd. 5.300 Personen ansprechen, die über ein jährliches Ausgabevolumen für Lebensmittel in Höhe von ca. 15,5 Mio. EUR verfügen.
- In dem Einzugsgebiet sind lediglich der prüfungsrelevante Netto-Markt, zwei Bäcker und ein Fleischer ansässig, die Flächendichte fällt mit 0,17 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner gering aus. Die **Umsatz-Kaufkraft-Relation** des Lebensmittelhandels weist in dem betrachteten Marktbereich mit rd. 32 % auf einen Kaufkraftabfluss an umliegende Standorte hin, dieser beträgt rd. 10,5 Mio. EUR.
- Der projektierte Discounter wird in seiner Konfiguration von rd. 1.051 m² Verkaufsfläche im Segment Lebensmittel in seinem Einzugsgebiet einen **Marktanteil** von maximal rd. 27 % erzielen. Der jährliche Umsatz der Netto-Filiale wird bei rd. 5,3 Mio. EUR liegen, mit einer Flächenleistung von rd. 5.000 EUR/m² wird für die Marktgröße ein standortangepasster bzw. ortsüblicher Wert erreicht.

- In Ermangelung eines Angebots an weiteren Lebensmittelmärkten innerhalb des Einzugsgebiets zeigen sich diesem Bereich nach der Netto-Erweiterung keinerlei Auswirkungen. Die Schädigung eines zentralen Versorgungsbereiches ist auf Grund des Nichtvorhandenseins eines solchen schutzwürdigen Bereichs in Steinhagen und auch umliegenden Gemeinden nicht möglich. Infolgedessen sind **negative städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen auszuschließen**.
- Mit der Umsetzung des Projektvorhabens werden Konsumenten auf Grund des verbesserten Angebots verstärkt ihre Nachfrage vor Ort in dem attraktivierten Netto-Markt tätigen, so dass mit einer **Rückholung von abfließender Kaufkraft** zu rechnen ist. Die Umsätze, die Lebensmittelmärkten außerhalb des Einzugsgebietes verloren gehen, werden bezüglich ihrer sehr geringen Höhe von durchschnittlich 0,5 % nicht zu einer Absiedlung von Märkten in umliegenden Orten führen.
- Für die Bewertung des Netto-Vorhabens ist entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzumverlagerungseffekte zentrale Versorgungsbereiche oder verbrauchernahe Versorgungsstandorte im Sinne des **§ 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO** in ihrer Funktionalität tangiert werden.
 - Eine negative Beeinträchtigung eines zentralen Versorgungsbereiches ist nicht möglich, da in Steinhagen und in den Gemeinden im überörtlichen Einzugsgebiet kein derartiger Bereich vorzufinden ist.
 - In dem Einzugsgebiet sind lediglich noch ein Bäcker und ein Fleischer ansässig, eine vorhaben ausgelöste Absiedlung dieser Betriebe ist auszuschließen. Folglich geht mit dem Erweiterungsvorhaben kein Abbau von verbrauchernahe Versorgung einher, zumal Netto selbst der alleinige Träger der Grundversorgung für Steinhagen und umliegende Gemeinden ist.
 - Durch die Rückholung von abfließender Kaufkraft nach Steinhagen sind in umliegenden Orten der Region auf Grund der sehr geringen Umsatzrückholungsbeträge keine Auswirkungen messbar. Eine Schädigung von zentralen Versorgungsbereichen oder der verbrauchernahen Versorgung im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO ist auszuschließen.

Vorstehendes Gutachten dient als Beurteilungsgrundlage für den Planungs- und Genehmigungsprozess des Vorhabens sowie als Abwägungsgrundlage in dem Bebauungsplanverfahren.

BBE Handelsberatung GmbH



i.V. Dipl.-oec. Mathias Vlcek

Erfurt, 24. Juni 2025

Anlage 1: Definitionen verschiedener Vertriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel (LEH)

Convenience- oder Nachbarschaftsladen

- kleinflächiger Einzelhandelsbetrieb mit einer Verkaufsfläche von 100 bis 400 m²
- eng begrenztes Sortiment an Waren des täglichen Bedarfs zu einem eher hohen Preisniveau
- häufig gekennzeichnet durch ergänzende Dienstleistungen (bspw. Lotto-Toto, Reinigung, Postservice)
- Lage i.d.R. an einem wohnungsnahen oder frequenzintensiven Standort
- Öffnungszeiten bis zu 24 Stunden möglich

Lebensmittel-SB-Markt („Kleiner Supermarkt“)

- „Kleiner Supermarkt“ meist zwischen 400 bis 800 m² Verkaufsfläche mit einem eingeschränkten Sortiment
- in kleinen Orten oder in verdichteten Wohnquartieren von Großstädten anzutreffen, in denen aus betriebswirtschaftlichen Gründen kein Supermarkt oder Discounter rentabel ist

Beispiele: nah & gut, nahkauf, Um's Eck, nah & frisch, Markttreff, Ihr Kaufmann, CAP

Lebensmittel-Discountmarkt

- meist Betriebsgrößen zwischen 700 und 1.200 m² Verkaufsfläche
- ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl, ab 1.000 Artikel bei Hard-Discountern (z.B. Aldi, Norma), ca. 1.500 bis 2.500 Artikel bei Soft- bzw. Markendiscountern (z.B. Lidl) und ca. 4.000 Artikel bei Supermarkt-Discounter-Hybriden (z.B. Netto Marken-Discount)
- Non-Food-Umsatzanteil je nach Betreiberkonzept ca. 10 bis 15 % (Non-Food I + II)
- Schwerpunkt ist ein Trockensortiment (ergänzt um Getränke), seit geraumer Zeit kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments (Obst, Gemüse, Fleisch, Backwaren)
- ohne Bedienungsabteilungen (Ausnahme: einige Filialen von Netto Marken-Discount) und weiteren Dienstleistungen, preisaggressiv, werbeintensiv

Beispiele: Aldi, Lidl, Penny, Netto Marken-Discount, Norma, Netto (Salling Group, Dansk Supermarked), NP-Discount, Diska

Supermarkt

- Betriebsgrößen meist zwischen 1.200 bis 2.000 m², aktuelle Konzepte ab 1.800 m² Verkaufsfläche
- Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, i.d.R. mit Bedientheken
- Non-Food-Umsatzanteil je nach Betreiberkonzept ca. 5 bis 10 % (Non-Food I + II)
- Standorte in verkehrsgünstigen Lagen mit Wohngebietsorientierung sowie in Einkaufszentren
- als „City-Supermarkt“ in gut hochfrequentierten und verdichteten Stadtteillagen von Großstädten auf geringeren Verkaufsflächen von 400 bis 800 m²
- hohe Kompetenz im Frische-Bereich

Beispiele: REWE (nahkauf), Edeka, tegut, Combi

Verbrauchermarkt („Großer Supermarkt“)

- Verkaufsfläche von 2.500 bis 5.000 m²
- breites und tiefes Lebensmittelvollsortiment, mit zunehmender Fläche stark ansteigender Flächenanteil an Non-Food-Abteilungen (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz- und mittelfristigen Bedarfs), Non-Food-Umsatzanteil ca. 20 bis 40 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 25 bis 50 %
- autokundenorientierter Standort bzw. in Einkaufszentren
- ab ca. 5.000 m² Übergang zum Betriebstyp SB-Warenhaus

Beispiele: E-Center/Herkules, Kaufland, REWE-Center, Famila, HIT

SB-Warenhaus

- Verkaufsfläche über 5.000 m²
- neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung (Umsatzanteil i.d.R. über 50 %) umfangreiche Non-Food-Abteilungen, Non-Food-Umsatzanteil ca. 35 bis 50 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 50 bis 60 %
- ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst
- hohe Werbeaktivität, Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik
- autokundenorientierter, häufig peripherer Standort
- häufig als Mittelpunkt einer größeren Fachmarktagglomeration

Beispiele: Globus, Marktkauf

Anlage 2: Differenzierung Non-Food-Sortimente

Non-Food I

Wasch-/ Putz- und Reinigungsmittel, Schuh-/ Kleiderpflege, Hygieneartikel, Hygienepapiere, Säuglingspflege, Watte, Verbandstoffe, Haar-/ Haut-/ Mund- und Körperpflege, Sonnen- und Insektenschutz, Kosmetika, Fußpflegemittel, Tiernahrung, Tierpflegeartikel u.ä.

Non-Food II

Textilien, Heimtextilien, Kurzwaren, Schuhe, Lederwaren, Koffer, Schirme, Haushaltswaren, Bilderrahmen, Galanteriewaren, Camping-/ Garten- und Sportartikel, Unterhaltungselektronik, Elektrogeräte und -artikel, Elektrogroßgeräte, Schmuck, Foto, Uhren, Brillen, Spielwaren, Papier-/ Büro- und Schreibwaren, Bücher, Zeitungen, Zeitschriften, EDV, Kommunikation, Do-it-Yourself-Artikel (Baumarktartikel), Eisenkurzwaren, Farben, Lacke, Autozubehör, Fahrradzubehör, Blumen, Pflanzen, Samen, Düngemittel, Insektizide, Sonstiges wie Möbel und Sanitärbedarf u.ä.

Quelle: EHI Retail Institute Köln, 2006

Anlage 3: Bundesdurchschnittliche Raumleistungen im Lebensmittelhandel nach Betriebstypen

Raumleistung (brutto) in € / m ² p.a.			
	Min.	Durchschnitt	Max.
SB-Warenhaus			
nur Food-Abteilung	6.000	6.700	7.500
nur Non-Food-Abteilung	2.000	2.500	3.000
Verbrauchermarkt			
nur Food-Abteilung	5.000	5.600	6.100
nur Non-Food-Abteilung	1.500	2.000	2.500
Großer Supermarkt (ab 2.500 m ² Verkaufsfläche)	4.200	4.800	5.400
Supermarkt (bis 2.500 m ² Verkaufsfläche)	4.200	4.600	5.200
Discounter	4.500	6.000	7.500
SB-Markt	4.300	4.800	5.300
City-Supermarkt	4.500	5.000	5.500
Getränkemarkt	1.600	1.800	2.000
Metzgerei*	8.500	9.200	10.000
Bäckerei*	5.400	6.000	6.500

* ohne Verzehrflächen

Quelle: BBE / IPH / IFH Köln, Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2024

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Prüfungsrelevantes Flächenprogramm des Netto-Marktes in Steinhagen (OT Negast).....	3
Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung von Steinhagen im Vergleich	6
Tabelle 3: Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in Steinhagen	8
Tabelle 4: Marktpotenzial der projektrelevanten Branche Lebensmittel im Einzugsgebiet.....	15
Tabelle 5: Angebotsnetz des Lebensmitteleinzelhandels in dem untersuchten Einzugsgebiet.....	16
Tabelle 6: Zentralität des Sortiments Lebensmittel in dem untersuchten Einzugsgebiet	16
Tabelle 7: Orientierungswerte der Umsatzumverlagerungen bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben	19
Tabelle 8: Marktanteilsprognose der prüfungsrelevanten Netto-Filiale.....	20
Tabelle 9: Prospektive Raumleistung des Netto-Marktes	21
Tabelle 10: Umsatzplanung des Backshops	22
Tabelle 11: Umsatzherkunft der neu aufgestellten Netto-Filiale	23
Tabelle 12: Prognostizierte Umsatzumlenkungen des erweiterten Netto-Marktes im Einzugsgebiet.....	25
Tabelle 13: Prognostizierte Umsatzumlenkungen in Orten außerhalb des Einzugsgebiets	28
Tabelle 14: Zentralität des Sortiments Lebensmittel im Einzugsgebiet (IST - PLAN).....	29

Kartenverzeichnis

Karte 1: Lage des Netto-Marktes im Ortsteil Negast und Umfeldnutzungen (Skizzierung)	9
Karte 2: Fußläufiger Nahbereich der projektrelevanten Netto-Filiale	10
Karte 3: Lebensmittelmärkte (Auswahl) im Umfeld von Steinhagen und 5-/ 10-Minuten-Fahrzeitzone	12
Karte 4: Zonierung des Einzugsgebiets des prüfungsrelevanten Netto-Marktes.....	13
Karte 5: Abgrenzung Untersuchungsraum und Skizzierung strukturprägender Lebensmittelmärkte	27

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Objektsituation des Netto-Marktes in Steinhagen (OT Negast)	3
Abbildung 2: Lageplan der neu aufgestellten Netto-Filiale in Steinhagen am Penniner Damm 1	4
Abbildung 3: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern	7

Anlageverzeichnis

Anlage 1: Definitionen verschiedener Vertriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel (LEH).....	33
Anlage 2: Differenzierung Non-Food-Sortimente	35
Anlage 3: Bundesdurchschnittliche Raumleistungen im Lebensmittelhandel nach Betriebstypen	36