



Auswirkungsanalyse zur geplanten Ansiedlung von Netto Marken-Discount an der Doberaner Straße in Satow-Hanstorf

AUFTRAGGEBER: Netto Marken-Discount Stiftung & Co. KG

PROJEKTLEITUNG: Dipl.-Geogr. Raimund Ellrott
Sven-Eric Wunsch, B.Sc. Geogr.

Hamburg, den 08.10.2024

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist das Dokument nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Im vorliegenden Dokument verzichten wir aus Gründen der besseren Lesbarkeit darauf, immer die männliche und weibliche Schriftform zu verwenden. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.

Quelle Titelbild: eigene Aufnahme GMA 2024



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg / Dresden / Hamburg / Köln / München

Niederlassung Hamburg
Poststraße 25
20354 Hamburg

Geschäftsführerin: Birgitt Wachs

Tel 040 / 30997778-0 / Fax 040 / 30997778-9
info@gma.biz / www.gma.biz

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	4
1. Ausgangslage und Aufgabenstellung	4
2. Rechtliche und planerische Rahmenbedingungen	5
2.1 Bauleitplanung – Baunutzungsverordnung	5
2.2 Vorgaben der Landesplanung	6
2.3 Vorgaben der Regionalplanung	8
3. Ausgewählte Marktdaten zum Lebensmitteleinzelhandel	8
II. Konzentrationsgebot	13
1. Makrostandort Satow	13
2. Bewertung des Konzentrationsgebotes	14
III. Integrationsgebot	15
1. Mikrostandort Hanstorf	15
2. Bewertung des Integrationsgebotes	18
IV. Kongruenzgebot	19
1. Einzugsgebiet des Planstandortes und Bevölkerungspotenzial	19
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	22
3. Umsatzprognose für den geplanten Netto-Discounter	22
4. Projektrelevante Wettbewerbssituation	24
4.1 Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum	24
4.2 Bekannte Wettbewerbsplanungen	28
5. Prognose und Bewertung der Umsatzumverteilung	28
5.1 Methodik	28
5.2 Umsatzumverteilungen	29
5.3 Bewertung städtebaulicher Auswirkungen	30
6. Bewertung des Kongruenzgebotes	32
7. Überprüfung der Regelvermutung – Prüfung möglicher Auswirkungen i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO	33
V. Bewertung der Vereinbarkeit mit dem Nahversorgungskonzept der Gemeinde Satow	34

I. Grundlagen

1. Ausgangslage und Aufgabenstellung

Im August 2024 erhielt die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Hamburg, den Auftrag zur Erarbeitung einer Auswirkungsanalyse zur geplanten Neuansiedlung eines Marktes für Netto Marken-Discount im Satower Ortsteil Hanstorf an der Doberaner Straße.

Hanstorf verfügt bereits seit kurz nach der Wende über keine eigenständige Nahversorgung mehr. Der Planstandort befindet sich am südlichen Ortseingang und wird derzeit vorwiegend landwirtschaftlich genutzt. Die Netto-Filiale soll in einem Neubau auf höchstens 800 m² Verkaufsfläche untergebracht werden, ggf. ergänzt durch eine Bäckereifiliale mit Cafébetrieb.¹

Derzeit befindet sich der Standort in weiten Teilen im unbeplanten Außenbereich; für die Ansiedlung von Netto Marken-Discount an der Doberaner Straße ist die Aufstellung des Bebauungsplans „Hanstorf Süd – Handel und Wohnen“ gem. § 2 BauGB vorgesehen. Neben der Ansiedlung eines Nahversorgers unter Ausweisung eines Sondergebiets „Einzelhandel Nahversorger (EH NV)“ soll so auch eine noch nicht weiter festgelegte Anzahl neuer Wohneinheiten in einem allgemeinen Wohngebiet (WA) für die wachsende Bevölkerung von Hanstorf entstehen. Trotz der Konzipierung des Vorhabens von Netto Marken-Discount als Nahversorger unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit von 800 m² VK wird gem. Aufstellungsbeschluss zum Bebauungsplan eine Auswirkungsanalyse vorausgesetzt, bei der auch die naheliegenden kleineren Dörfer wie z. B. Gorow, Clausdorf, Hastorf oder Konow berücksichtigt werden, die ebenfalls über keine eigenständige Nahversorgung verfügen und für die der entstehende Markt die nächstgelegene Einkaufsmöglichkeit darstellen wird.

Das Vorhaben ist daher auf **Grundlage des § 11 Abs. 3 BauNVO** zu bewerten. Entsprechend sind bei der Untersuchung insbesondere Auswirkungen auf die Funktion und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Versorgung in Satow bzw. im Einzugsgebiet und Untersuchungsraum auf mögliche Störungen des zentralörtlichen Versorgungssystems zu untersuchen. Weiterhin sind bei der Prüfung auch die **Ziele der Raumordnung und Landesplanung** in Mecklenburg-Vorpommern zu berücksichtigen. Anhand der raumordnerischen Anforderungen (Konzentrationsgebot, Integrationsgebot, Kongruenzgebot) gliedert sich die nachfolgende Untersuchung (vgl. Kapitel II - IV).

Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangslage sind im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse **folgende Punkte** zu bearbeiten:

-  Darstellung der relevanten Rechtsvorschriften und allgemeinen Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel
-  Beschreibung des Makrostandortes Satow
-  Städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes Doberaner Straße im Ortsteil Hanstorf
-  Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebiets und Berechnung des sortimentsspezifischen Kaufkraftpotenzials

¹ Über die Ansiedlung der Bäckereifiliale sowie die finale Größe der Verkaufs- und Gastronomieflächen wurde noch nicht abschließend entschieden.

- Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation in Satow und Darstellung der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet bzw. im Untersuchungsraum
- Darstellung und Bewertung wettbewerblicher und städtebaulicher Auswirkungen des Vorhabens nach § 11 Abs. 3 BauNVO
- Bewertung des Vorhabens gem. den Zielen der Raumordnung.

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde im **August 2024 eine Erhebung des projektrelevanten Einzelhandels** im Untersuchungsraum durchgeführt. Zudem erfolgten eine Begehung relevanter Einzelhandelslagen im Untersuchungsraum sowie des Planstandortes. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik und EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

2. Rechtliche und planerische Rahmenbedingungen

Die enge **Verflechtung von Einzelhandels- und Gemeindeentwicklung** und der dynamische Strukturwandel im Handel werden durch **zahlreiche Rechtsvorschriften und Vorgaben der Bauleitplanung** flankiert. Zur Beurteilung des vorliegenden Projekts sind insbesondere folgende wesentliche Vorschriften zu beachten:

- Baunutzungsverordnung (BauNVO)
- Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern 2016 (LEP M-V 2016).

2.1 Bauleitplanung – Baunutzungsverordnung

Nach **§ 11 Abs. 3 BauNVO** und der dazu ergangenen Rechtsprechung ist für Neuansiedlungen bzw. Erweiterungen auch nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können, ab aber nicht ausschließlich ca. 1.200 m² Geschossfläche bzw. ca. 800 m² Verkaufsfläche² in der Regel die **Festsetzung eines Kern- oder entsprechenden Sondergebietes** erforderlich. **Im Vordergrund stehen dabei mögliche Auswirkungen auf die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche.**

Für die Beurteilung der **Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben** ist **§ 11 Abs. 3 BauNVO** zu beachten. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung aus:³

- „1. *Einkaufszentren,*
2. *großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,*
3. *sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,*

² Gemäß aktueller Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichtes beginnt die Großflächigkeit eines Einzelhandelsbetriebes bei 800 m² Verkaufsfläche (vgl. u. a. BVerwG 4 C 3.05 und 4 C 10.04 vom 24.11.2005).

³ Baunutzungsverordnung (BauNVO), in der Fassung der Bekanntmachung vom 23.01.1990 (BGBl. I S. 132); zuletzt geändert durch Gesetz vom 03.07.2023 (BGBl. I S. 176) m.W.v. 07.07.2023.

sind außer in Kerngebieten nur in für die festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

Ob ein **Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt** einzustufen ist, hat i. d. R. in einer zweistufigen Prüfung getrennt voneinander zu erfolgen:

- Handelt es sich bei dem Vorhaben um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb bzw. wird die Großflächigkeit des Vorhabens erfüllt, was i. d. R. bei einer Überschreitung der Verkaufsfläche von 800 m² der Fall sein wird.⁴
- Die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen müssen zu erwarten sein, was regelmäßig ab einer Geschossfläche von 1.200 m² anzunehmen ist (= Regelvermutung).

Die **Regelvermutung** wäre jedoch gem. § 11 Abs. 3, Satz 4 BauNVO widerlegbar. Der Nachweis kann im Zuge einer Einzelfallprüfung erbracht werden, wenn im konkreten Einzelfall keine Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 3 BauNVO zu erwarten sind. Mit Bezug auf die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen sind dabei insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihre Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebes zu berücksichtigen. **Zwar ist der geplante Nahversorger unterhalb des Schwellenwerts zur Großflächigkeit angesiedelt, dennoch sollen auch in dieser Einzelfallprüfung die gleichen Maßgaben der BauNVO in Ansatz gebracht werden.**

2.2 Vorgaben der Landesplanung

Die Landesregierung Mecklenburg-Vorpommern hat im Mai 2016 das Landesraumentwicklungsprogramm (**LEP M-V 2016**) erlassen. Die Verordnung geht in Abschnitt 4.3.2 ausführlich auf Ziele für die Ansiedlung, Erweiterung und Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen ein.

- „(1) *Einzelhandelsgroßprojekte und Einzelhandelsagglomerationen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO sind nur in Zentralen Orten zulässig. (Z)*
- (2) *Einzelhandelsgroßprojekte nach (1) sind nur zulässig, wenn die Größe, die Art und die Zweckbestimmung des Vorhabens der Versorgungsfunktion des*

⁴ Vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04. In diesem Urteil hat das BVerwG die Grenze der Großflächigkeit von 700 auf 800 m² erhöht. Großflächig im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 1, Nr. 2 BauNVO sind demnach diejenigen Betriebe, die eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten. Zur Verkaufsfläche zählen, der Kassenvorraum (einschließlich eines Bereichs zum Einpacken der Waren und zur Entsorgung von Verpackungsmaterialien) und ein evtl. vorhandener Windfang. Ebenfalls der Verkaufsfläche zuzurechnen sind die Bedienbereiche (z. B. Fleisch- / Wursttheke).

Zentralen Orten entsprechen, den Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes nicht wesentlich überschreiten und die Funktionen der Zentralen Versorgungsbereiche des Zentralen Ortes und seines Einzugsbereiches nicht wesentlich beeinträchtigt werden. (Z)

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

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

- *eine integrierte Lage in den Zentralen Versorgungsbereichen aus städtebaulichen Gründen nicht umsetzbar ist,*
- *das Vorhaben zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung beiträgt und*
- *die Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden.*

Zentrenrelevante Kernsortimente sind

- *die Sortimente gemäß Abbildung 21 sowie*
- *weitere Sortimente, die von einer Gemeinde als zentrenrelevant festgelegt werden (ortspezifische Sortimentsliste).*

Die Zentralen Versorgungsbereiche sind durch die Kommunen im Rahmen ihrer Nahversorgungs- und Zentrenkonzepte zu ermitteln und planerisch zu sichern.

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

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

- (5) *Zukunftsfähige Zentren- und Nahversorgungsstrukturen der Zentralen Orte sind auf der Grundlage von Einzelhandelskonzepten zu entwickeln. Dabei sind auch die Nahversorgungsstrukturen im Nahbereich der Zentralen Orte zu berücksichtigen. In den kommunalen Einzelhandelskonzepten sind die Zentralen Versorgungsbereiche festzulegen. (Z)*
- (6) *Ausnahme: können Einzelhandelsgroßprojekte in Umlandgemeinden der Gemeinde-Umland-Räume angesiedelt werden.*

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

Eine städtebaulich integrierte Lage wird im Rahmen des LEP M-V 2016 (Begründung zu 4.3.2) wie folgt definiert:

„Städtebaulich integriert ist ein Einzelhandelsstandort dann, wenn der Standort in einem baulich verdichteten Siedlungszusammenhang mit wesentlichen Wohnanteilen liegt, aus der eine fußläufige Erreichbarkeit des Standortes gegeben ist,

ohne dass städtebauliche Barrieren z. B. Verkehrsstrassen oder Bahngleise den Standort von der Wohnbebauung trennen. Der Standort sollte darüber hinaus mit einem den örtlichen Gegebenheiten angemessenen öffentlichen Personenverkehr erreichbar und Teil eines planerischen Gesamtkonzepts sein. Bei allen raumbedeutsamen Planungen ist die Erreichbarkeit zu Fuß oder mit dem Fahrrad zu berücksichtigen.“

Abbildung 1: Zentrenrelevante Kernsortimente (im LEP M-V: Abbildung 21)

- Bekleidung, Wäsche
- Bücher, Papier / Bürobedarf / Schreibwaren
- Schuhe, Lederwaren
- Elektrogeräte, (ohne Elektrogroßgeräte, Lampen / Leuchten) Geräte der Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Foto und optische Erzeugnisse
- medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel
- Uhren, Schmuck
- Parfümeriewaren
- Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik
- Spielwaren
- Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (ohne Sportgroßgeräte) und
- Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)
- Gesundheits- und Körperpflegeartikel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)

2.3 Vorgaben der Regionalplanung

Die Verordnung über das **Regionale Raumentwicklungsprogramm Mittleres Mecklenburg / Rostock (RREP)** ist seit dem 22. August 2011 rechtskräftig. Das RREP weist den Gemeindehauptort Satow als Grundzentrum aus und hebt darüber hinaus die Siedlungsachse Rostock – Satow bezüglich künftiger Ansiedlungsvorhaben in den Umlandgemeinden mit Blick auf die Suburbanisierung der Hansestadt Rostock sowie des Stadt-Umland-Raums explizit hervor.⁵

„Die zentralörtlichen Funktionen erstrecken sich auf den Gemeindehauptort, der den Namen des Grundzentrums trägt.“ (RREP 2021, Satz 3.2.2, Z (1))

Das RREP wird seit 2022 fortgeschrieben, im Januar 2024 lag der **erste Entwurf** vor. Grundzentren sind demzufolge zukünftig „die Städte Bützow, Gnoien, Krakow am See, Kröpelin, Kühlungsborn, Laage, Neubukow, Rerik, Schwaan und Tessin sowie die Orte Dummerstorf, Graal-Müritz, Sanitz und Satow.“

3. Ausgewählte Marktdaten zum Lebensmitteleinzelhandel

Im Einzelhandel wird zwischen verschiedenen **Betriebstypen** unterschieden. Die Ausdifferenzierung ist dabei für den Lebensmitteleinzelhandel verfeinert worden. Als Kriterien für die Differenzierung nach Betriebstypen wird dabei neben der Verkaufsfläche v. a. die Sortimentsstruktur und hier insbesondere der Anteil an sog. Nonfood-Waren herangezogen.

Als **Verkaufsfläche** eines Handelsbetriebes wird in diesem Bericht die Fläche definiert, auf welcher der Verkauf abgewickelt wird und die dem Kunden zugänglich ist. Hierzu gehören zum einen die tatsächlich mit Waren belegten Flächen (= Nettoverkaufsfläche) im Inneren und im

⁵ Die amtsfreie Gemeinde Satow ist nicht Teil des Stadt-Umland-Raums Rostock (SUR).

Außenbereich des Gebäudes, zum anderen die hierfür erforderlichen Verkehrs- und Funktionsflächen, also Gangflächen, Thekenbereiche, Kassenzone, Kassenvorzone (inkl. Bereiche zum Einpacken der Ware und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials), Einkaufswagenzone, Leergutautomaten und Windfang.⁶ Ausgenommen sind Läger, Sozialräume, Kunden-WC und Parkierungsflächen, soweit diese als solche genutzt werden.

Bezüglich der **Sortimente** ist zwischen dem Kernsortiment (bei Lebensmittelmärkten Nahrungs- und Genussmittel) und ergänzenden Randsortimenten (= „Nonfood“) zu unterscheiden. Nahrungs- und Genussmittel (= „Food“) umfassen Lebensmittel, also Frischwaren in Bedienung und Selbstbedienung, Tiefkühlkost und Trockensortiment, Getränke, Brot- und Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren sowie Tabakwaren. Als „Nonfood“ sind Waren definiert, die nicht zum Verzehr bestimmt sind. Nach der GS1-Warengruppenklassifizierung wird zwischen Nonfood I (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung) und Nonfood II (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.) unterschieden.⁷

Die Definitionen für **Betriebstypen** liegen seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Zur Einordnung und Charakteristik der in Deutschland vorhandenen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels werden die Betriebsformen nachfolgend kurz definiert:⁸

Supermarkt:

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel⁹ führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II aufweist.

Großer Supermarkt:

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood-I- und Nonfood-II-Artikel¹⁰ führt.

SB-Warenhaus:

Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood-II-Angebot führt.

Discounter:

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood-I-Sortimente sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt.

LEH-Fachgeschäft:

Ein LEH-Fachgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft, das auf eine Warengruppe spezialisiert ist und ein tiefes Sortiment führt. Dazu zählen u. a. Spezialitäten-Fachgeschäfte, Getränkeabholmärkte, Obst- und Gemüse-, Süßwarenläden sowie

⁶ vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04, Rd. Nr. 26.

⁷ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2021, Seite 366.

⁸ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2021, Seite 364.

⁹ Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

¹⁰ Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

handwerklich orientierte Einzelhandelsgeschäfte wie Feinkostgeschäfte, Bäckereien und Fleischereien.

Convenience Store:

Ein Convenience Store ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche unter 400 m², das ein begrenztes Sortiment aus den Warenbereichen Tabakwaren, Süßwaren, Getränke, Presseartikel sowie frische Snacks und Fertiggerichte bietet. Ein Convenience Store zeichnet sich durch seine bequeme Erreichbarkeit und übliche Sonntagsöffnung aus. Zu den Convenience Stores gehören Kioske und Tankstellenshops.

Kleines Lebensmittelgeschäft:

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood-I-Sortiment anbietet.

Cash & Carry:

Ein Cash & Carry-Betrieb ist ein Großhandelsbetrieb, der Einzelhändlern und gewerblichen Kunden ein breites Sortiment an Nahrungs- / Genussmitteln und Gebrauchsartikeln anbietet. Der Begriff Cash & Carry weist darauf hin, dass der Kunde die Ware sofort bezahlt und abtransportiert.

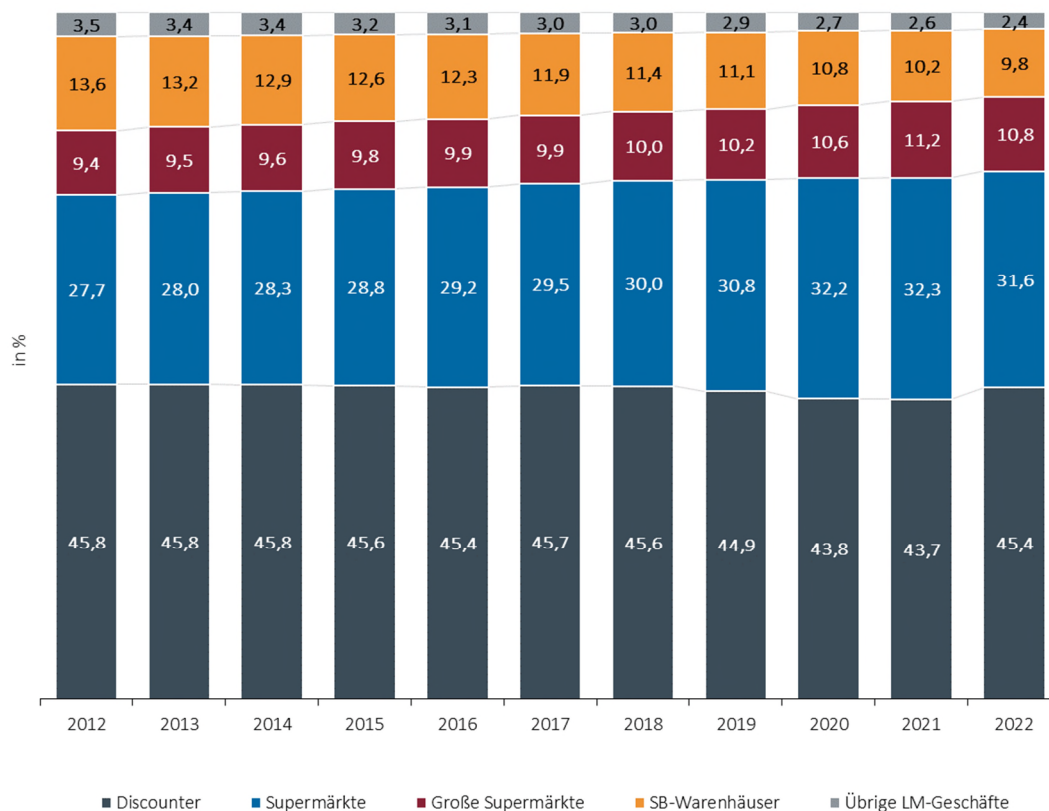
Die Betriebstypen unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer **Sortimentsstruktur**, was v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich wird. Während ein Supermarkt in der Größenordnung von 1.500 – 2.000 m² Verkaufsfläche zwischen 15.000 – 25.000 Artikel offeriert, ist bei Lebensmitteldiscountern heutzutage von ca. 2.500 – 4.500 Artikeln im Stammsortiment auszugehen. Gerade im Frischebereich profilieren sich Supermärkte als Vollsortimenter durch umfangreiche Angebote bei Obst und Gemüse sowie Bedientheken für Fleisch- und Wurstprodukte, zum Teil auch bei Käse / Feinkost und Fisch gegenüber den Discountern. Darüber hinaus wird ein deutlich breiteres und tieferes Angebot bei MoPro-Artikeln und dem Lebensmitteltrockensortiment geführt, ebenso bei Getränken (Einweg- und Mehrwegartikel) und Randsortimenten bei Drogeriewaren, Tiernahrung, Schreibwaren u. v. m.

Dem Lebensmitteleinzelhandel kommt eine **besondere Bedeutung** für die Versorgung der Bevölkerung mit Waren des täglichen Bedarfs zu. Die Dynamik in der Branche ist nach wie vor ungebrochen. So optimieren derzeit nahezu alle wesentlichen Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels ihre Standortnetze. Hiermit verbunden ist häufig auch eine Flächenausweitung der einzelnen Betriebe bzw. Standorte, da aufgrund der steigenden Anforderung an die Warenpräsentation, an die interne Logistik sowie des demographischen Wandels die Flächeninanspruchnahme zunimmt.

Die einzelnen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels weisen eine unterschiedliche **Entwicklung** auf. Während Supermärkte und große Supermärkte ihre Marktposition ausbauen konnten, waren die Marktanteile der SB-Warenhäuser und kleinen Lebensmittelgeschäfte rückläufig. Auch der Marktanteil von Lebensmitteldiscountern ist seit 2019 leicht zurückgegangen.

Gemessen am **Gesamtumsatz** im deutschen Lebensmitteleinzelhandel nehmen Discounter mit rd. 45 % noch immer den größten Marktanteil ein. Auf Supermärkte und Große Supermärkte entfallen ebenfalls fast 42 %, auf SB-Warenhäuser immerhin ca. 11 %. Damit hat sich der Discounter vor dem Supermarkt als wesentlicher Träger der Lebensmittelversorgung in Deutschland etabliert.

Abbildung 2: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2012 – 2022



Quelle: EHI Retail Institute: EHI handelsdaten aktuell 2023, GMA-Darstellung 2024

Bei den Discountern schien der langanhaltende **Wachstumstrend** zuletzt gebrochen, seit 2012 hat die Zahl der Discounter tendenziell abgenommen, während sich die Zahl der Supermärkte noch leicht erhöht hat.¹¹

Strukturveränderungen werden sich durch den **Onlinehandel** ergeben. Im Lebensmittel- und Drogeriewarenbereich (Fast Moving Consumer Goods; FMCG) zeigt sich aktuell, dass die (kosten-)intensiven Bemühungen der (Online-)Händler zum Aufbau ihrer Marktanteile bislang nur geringen Erfolg haben. Die während der Corona-Pandemie aufgekommenen **Schnelllieferdienste** wie Gorillas / Getir oder Flink, die in deutschen Großstädten Lieferungen innerhalb von 10 Minuten anbieten, sind bereits wieder auf dem Rückzug bzw. spielen keine große Rolle mehr.¹² Im ländlichen Raum bzw. einwohnerschwächeren Räumen hingegen, wo der Online-lebensmittelhandel einen tatsächlichen Mehrwert im Sinne einer Versorgungssicherheit darstellen könnte, wurde bislang noch kein nachhaltig rentables Geschäftsmodell entwickelt.

Aktuell¹³ erreicht der **Onlinevertriebskanal** über den gesamten Lebensmittel- und Drogeriewarenhandel einen Umsatzanteil von ca. 2,4 %. Dennoch haben sich alle relevanten Händler dem Thema angenommen.¹⁴

¹¹ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2023, S. 77.

¹² Getir verlässt den deutschen Markt in 2024, einziger verbleibender Anbieter ist Flink.

¹³ Quelle: HDE Online-Monitor 2023.

¹⁴ Insbesondere in Städten trifft die onlineaffine Kundschaft in der Regel auf ein sehr engmaschig gewobenes Netz an Nahversorgern. Unter gewöhnlichen Marktbedingungen würde der Onlinehandel mit Lebensmit-

Lebensmitteldiscounter heben sich im Vergleich zu Lebensmittelvollsortimentern insbesondere durch ein vergleichsweise schmales Sortiment mit einem hohen Anteil an Eigenmarken und durch eine konsequente Niedrigpreisstrategie ab. Als weitere Besonderheit sind wechselnde Randsortimente, sog. „Aktionswaren“, zu nennen, deren Artikel nicht kontinuierlich geführt werden. Bei der Aktionsware handelt es sich überwiegend um Angebote außerhalb des Lebensmittelbereichs. Hier kommen ganz unterschiedliche Artikel zum Verkauf, wobei ein gewisser Schwerpunkt bei Bekleidung, Haushaltswaren und Elektrowaren liegt. Letztlich ist die Artikelzusammensetzung jedoch äußerst heterogen. **Das Vorhaben ist als Lebensmitteldiscounter einzuordnen.**

Der Anbieter **Netto Marken-Discount** offeriert eine für Discounter sehr breite Produktpalette (u. a. Mehrweggetränke, Frischeabteilung) und einen hohen Anteil an Handelsmarken. Das Netto-Angebot wird zumeist durch eine Bäckereifiliale ergänzt. Als sog. Soft-Discounter führt Netto bis zu 5.000 Standardartikel, liegt damit hinsichtlich der Artikelzahl an der Spitze der Discounter und weist bereits Merkmale eines Supermarktes auf. Die durchschnittliche Größe der knapp 4.300 Netto-Filialen liegt bei rd. 811 m² Verkaufsfläche, der Durchschnittsumsatz bei ca. 4,1 Mio. € je Filiale.¹⁵

Die **Sortimente eines Netto-Marktes** sind wie folgt zu bewerten:

- / Das **Hauptsortiment** (Lebensmittel, Getränke) ist als Sortiment des täglichen kurzfristigen Bedarfs als nahversorgungsrelevant zu bewerten. Üblicherweise sind rd. 87 % der Verkaufsflächen in Netto-Märkten mit Nahrungs- und Genussmitteln belegt; hierzu zählen auch gelegentliche Aktionswaren mit Lebensmitteln und Getränken.
- / Die Artikel der Kategorie **Nonfood I** (Drogeriewaren, Kosmetikartikel, Putzmittel) sind ebenfalls zum größten Teil als nahversorgungsrelevant eingestuft. Diese gehören also gleichfalls zum Kernbereich der verbrauchernahen Versorgung. In Netto-Märkten belegen Drogeriewaren etwa 5 – 10 % der Verkaufsflächen.
- / Der übrige Teil des Nonfood I-Bereichs (Tiernahrung) sowie die **Nonfood II**-Sortimente (vorwiegend Zeitschriften, Blumen, Schreib- und Haushaltswaren) belegen bei Netto-Märkten nur einen geringen Teil der Verkaufsflächen (ca. 5 – 10 % der Gesamtverkaufsfläche). Aktionswaren mit Nonfood nehmen bei Netto einen deutlich geringeren Umfang ein als bei anderen Lebensmitteldiscountern. Insgesamt handelt es sich bei diesen Nonfood II-Angeboten um ein dem Hauptsortiment deutlich untergeordnetes Randsortiment.

Festzuhalten ist also, dass bei **Netto deutlich mehr als 90 % der Verkaufsflächen mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten** belegt sind. Damit ist der Anbieter schon wegen seiner Sortimentsstruktur wesentlich für die Grundversorgung.

teln insgesamt auf absehbare Zeit für den täglichen Einkauf keine nennenswerte Rolle spielen. Neu zu bewerten ist jedoch sein Einfluss im Kontext von „click & collect“ sowie Lieferdiensten in krisenbedingten Ausnahmesituationen (z. B. Corona-Pandemie und damit verbundene Ausgangsbeschränkungen).

¹⁵ Quelle: Hahn Retail Real Estate Report 2023 / 2024.

II. Konzentrationsgebot

1. Makrostandort Satow

Die **amtsfreie Gemeinde Satow** liegt im Nordwesten des Landkreises Rostock westlich der namensgebenden Hansestadt und ist seitens der Landes- und Regionalplanung als **Grundzentrum** eingestuft.¹⁶ Demnach hat die Gemeinde im Wesentlichen die eigenkommunale Grundversorgung der Bevölkerung im Sinne der Daseinsvorsorge zu sichern.

Die Gemeinde Satow ist **siedlungsstrukturell** in sechs Ortsteile gegliedert. Neben dem Kernort besteht die Gemeinde aus den teils deutlich räumlich abgesetzten Ortsteilen Bölkow, Hanstorf, Heiligenhagen, Radegast und Reinshagen, die ihrerseits teilweise aus weiteren Ortschaften bestehen. Die zentralörtlichen Funktionen erstrecken sich gemäß RREP 2011 auf den Gemeindehauptort, der den Namen des Grundzentrums trägt.

Derzeit leben **ca. 6.146 Einwohner** in der Gemeinde Satow.¹⁷ Die Bevölkerungsentwicklung verlief in den vergangenen 5 Jahren insgesamt deutlich positiv, so nahm die Bevölkerungszahl zwischen 2018 und 2023 um ca. 379 Einwohner (+ rd. 6,6 %) zu.¹⁸ Seit der Wende konnte Satow durch mehrere Eingemeindungen die Einwohnerzahl fast verdoppeln. Die Gemeinde ist derzeit ca. 119,94 km² groß, woraus sich eine sehr geringe Einwohnerdichte von 51 EW / km² ergibt.

Die regionale **verkehrliche Erreichbarkeit** von Satow-Hanstorf ist durch die Lage an diversen Landes- und Kreisstraßen als zufriedenstellend zu bewerten, der Anschluss an die Bundesstraße B 103 (Rostock – Kyritz) erfolgt bei Kritzmow. Der Anschluss an die teilweise die Gemeinde durchlaufende Bundesautobahn BAB 20 erfolgt an der unmittelbar südlich des Gemeindegebiets Anschlussstelle Kröpelin auf Höhe von Ziesendorf. Innerhalb des öffentlichen Personennahverkehrs verkehren mehrere Buslinien im Verkehrsverbund Warnow, ein Anschluss an das regionale Schienennetz der Deutschen Bahn besteht nicht (ein Anschluss ist erst über den Bahnhof Bad Doberan oder den Haltepunkt Parkentin möglich).

In 2023 waren in Satow ca. 1.038 sozialversicherungspflichtig **Beschäftigte am Arbeitsort** registriert. Den insgesamt 598 Einpendlern standen ca. 2.087 Auspendler entgegen; der resultierende negative Pendlersaldo von -1.489 Beschäftigten verdeutlicht die Signifikanz der Gemeinde Satow als Wohnort.¹⁹ Die Arbeitslosenquote in der Region betrug im Juli 2024 rd. 5,9 % und rangierte somit deutlich unterhalb der Arbeitslosenquote der Hansestadt Rostock mit rd. 7,5 %.²⁰

Als **Einzelhandelsstandort** verfügt die Gemeinde Satow über ein Nahversorgungskonzept von 2021. Dieses legt innerhalb des Kernorts den zentralen Versorgungsbereich des Ortszentrums Satow entlang der Fritz-Reuter-Straße zwischen der Einmündung zur Straße-des-Friedens und der Ernst-Moritz-Arndt-Straße sowie der Parkstraße fest. Insgesamt konzentriert sich der Einzelhandel und auch die Nahversorgung auf den Kernort der Gemeinde Satow. Hier befinden

¹⁶ Vgl. Landesentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern 2016 (LEP-MV).

¹⁷ Quelle: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern, Stand 31.12.2023.

¹⁸ Quelle: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern, Stand 31.12.2018: rd. 5.767 Einwohner.

¹⁹ Quelle: Agentur für Arbeit, Gemeindedaten der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten nach Wohn- und Arbeitsort, Stichtag 30. Juni 2023.

²⁰ Bezugsebene Landkreis Mecklenburgische Seenplatte; Quelle: Agentur für Arbeit, Arbeitslosenquote – Zeitreihe (Monats- und Jahreszahlen).

sich auch die wesentlichen strukturprägenden Wettbewerber²¹ im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel. Diese sind aktuell im Wesentlichen:

- /// Aldi, Fleckebyer Straße
- /// REWE inkl. Getränkemarkt, Fritz-Reuter-Straße
- /// Netto (dansk), Fritz-Reuter-Straße

Aldi und REWE planen dem Vernehmen nach derweil die Umsiedlung in ein gemeinsames Nahversorgungszentrum unweit des bestehenden zentralen Versorgungsbereichs im Kernort auf einer vormals landwirtschaftlich genutzten Fläche. Mit einer Eröffnung kann in der zweiten Jahreshälfte 2025 gerechnet werden. Für die freiwerdenden Flächen des REWE-Marktes im Zentrum des Kernorts ist wohl die Nachnutzung durch eine Pflegeeinrichtung geplant, so dass eine einzelhändlerische Nachnutzung des Standorts insbesondere durch einen noch nicht vorhandenen Wettbewerber als unwahrscheinlich anzusehen ist.

2. Bewertung des Konzentrationsgebotes

Zunächst ist in einem ersten Schritt zu bewerten, ob in Hanstorf unter landes- und regionalplanerischen Gesichtspunkten die Ansiedlung bzw. Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe²² zulässig ist (Konzentrationsgebot). Das LEP M-V 2016 führt dazu aus:²³

Konzentrationsgebot:

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

In der Gemeinde Satow ist gem. RREP 2011 nur der namensgebende Hauptort als Grundzentrum ausgewiesen, der Ortsteil Hanstorf ist nicht Teil des Zentralen Ortes. Auch der 1. Entwurf der Fortschreibung des RREP vom Januar 2024 legt lediglich im Ort Satow ein Grundzentrum fest. **Das Konzentrationsgebot wird somit nicht erfüllt.** Daher sind in Hanstorf nur nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe (unter 800 m² VK) zulässig.

²¹ > 400 m² VK

²² Trotz einer Verkaufsfläche unterhalb der Großflächigkeit sollen soweit möglich die Maßstäbe für großflächigen Einzelhandel i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO Anwendung finden.

²³ Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern 2016; Kapitel 4.3.2.

III. Integrationsgebot

Für die Prüfung des Integrationsgebotes ist die detaillierte Darstellung und Bewertung des Projektstandortes unter Berücksichtigung verschiedener Kriterien wie verkehrliche Erreichbarkeit, städtebauliches Gefüge, Lage zu den Wohngebieten etc. vorzunehmen.

1. Mikrostandort Hanstorf

Der **Ort Hanstorf** liegt rd. 9 km nordöstlich des Hauptorts und wird durch den Verlauf der Doberaner Straße geprägt.

Hanstorf blickt retrospektiv auf eine **wechselhafte Geschichte** zurück. In der vormals eigenständigen Gemeinde verdoppelte sich ab 1944 die Einwohnerzahl durch den Zuzug von Flüchtlingen, ab 1945 wurde das Dorf durch die Rote Armee umstrukturiert. Bis 1947 entstanden 43 Neubauernstellen, kurz darauf entstand auch eine Neubausiedlung. In den 1950ern wurde das Dorf elektrifiziert und es entstanden Landwirtschaftliche Produktionsgenossenschaften (LPG) nach sowjetischem Vorbild vom Typ I (gemeinsame Feldnutzung) und Typ III (Viehhaltung). 1966 erfolgte ein erster Zusammenschluss mit den Dörfern Gorow und Hastorf. Ein erster ÖPNV-Anschluss wurde 1974 geschaffen. Im Jahr 1978 eröffnete der erste Konsum, der nach der Wende ab 1991 zunächst privat weitergeführt wurde, in der Folge jedoch nicht wirtschaftlich weiterbetrieben werden konnte. 1992 bildete sich das Amt Satow, 1994 wurde das Dorf abermals durch den Bau des Wohnparks erweitert, 1999 folgte der Ausbau am Blieskower Weg. Der Zusammenschluss als amtsfreie Großgemeinde Satow in der heutigen Form erfolgte 2003.

Der **Standort** zur Neuansiedlung des Netto-Marktes befindet sich im Süden des Siedlungsgebiets an der Doberaner Straße. Bei dem Planstandort handelt es sich um ein unbebautes Grundstück, das gem. aktueller Satzung im Außenbereich liegt. Durch die Aufstellung des Bebauungsplans „Hanstorf Süd – Handel und Wohnen“ entsteht durch die gleichzeitige Entwicklung einer noch nicht abschließend festgelegten Anzahl von Wohnungen westlich der Doberaner Straße zukünftig ein städtebaulich integrierter Nahversorgungsstandort zur wohnortnahen Versorgung der Hanstorfer Bevölkerung.

Das **unmittelbare Standortumfeld** ist durch landwirtschaftliche Flächen und Wohnnutzungen geprägt. Der Planstandort liegt im Kreuzungsbereich der Doberaner Straße und der L 13 in Richtung Bad Doberan. Weiterer Einzelhandel ist in Hanstorf bis auf einen Verkaufsautomaten nicht vorhanden. Westlich des Standortes schließt die Hanstorfer Landbau in der Nachfolge einer der LPG an, nordwestlich des Standortes befindet sich das Pfarramt; die Dorfkirche und das Gemeindezentrum sowie die Freiwillige Feuerwehr liegen nördlich des Standortes.

Aus dem gesamten umliegenden Siedlungsbereich des Dorfes besteht eine gute **fußläufige Verbindung** an den Standort durch straßenbegleitende Gehwege, Radwege sind derweil nicht vorhanden. Für den Netto-Markt ist somit eine Nahversorgungsfunktion im Sinne einer unmittelbar fußläufigen Erreichbarkeit zu konstatieren. Der Standort an der Hauptverkehrsstraße Doberaner Straße / L 13 ist aus dem **motorisierten Individualverkehr** ebenfalls sehr gut zu erreichen, somit ist auch die Erreichbarkeit aus ebenfalls unterversorgten Nachbardörfern wie Gorow, Clausdorf, Hastorf oder Konow gewährleistet, für die der geplante Netto-Markt eine deutlich nähere Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs darstellen wird als der rd. 9 km von Hanstorf entfernte Kernort Satow oder das fast ebenso weit entfernte Bad Doberan.

Die **ÖPNV-Anbindung** ist durch die ca. 180 m entfernte Bushaltestelle „Hanstorf“ gewährleistet, die Abfahrtszeiten der regionalen Linien 107, 109 und 125 orientieren sich jedoch mit wenigen Abfahrten morgens, mittags und nachmittags eindeutig an den Schulzeiten und am Berufsverkehr. Insgesamt ist im Rahmen der ortsüblichen Verhältnisse im ländlichen Raum eine Erreichbarkeit des Standortes für nicht motorisierte Bevölkerungsgruppen grundsätzlich gewährleistet, durch die Ausrichtung auf den Berufsverkehr werden jedoch kaum Kunden aus anderen Gemeindeteilen bzw. dem Umland den Netto-Markt mit dem ÖPNV anfahren.



Planstandort, Zufahrt, Regenrückhaltebecken



Umliegendes Wohngebiet



Doberaner Straße, Blickrichtung Norden



Doberaner Straße, Blickrichtung Süden



Bushaltestelle Hanstorf

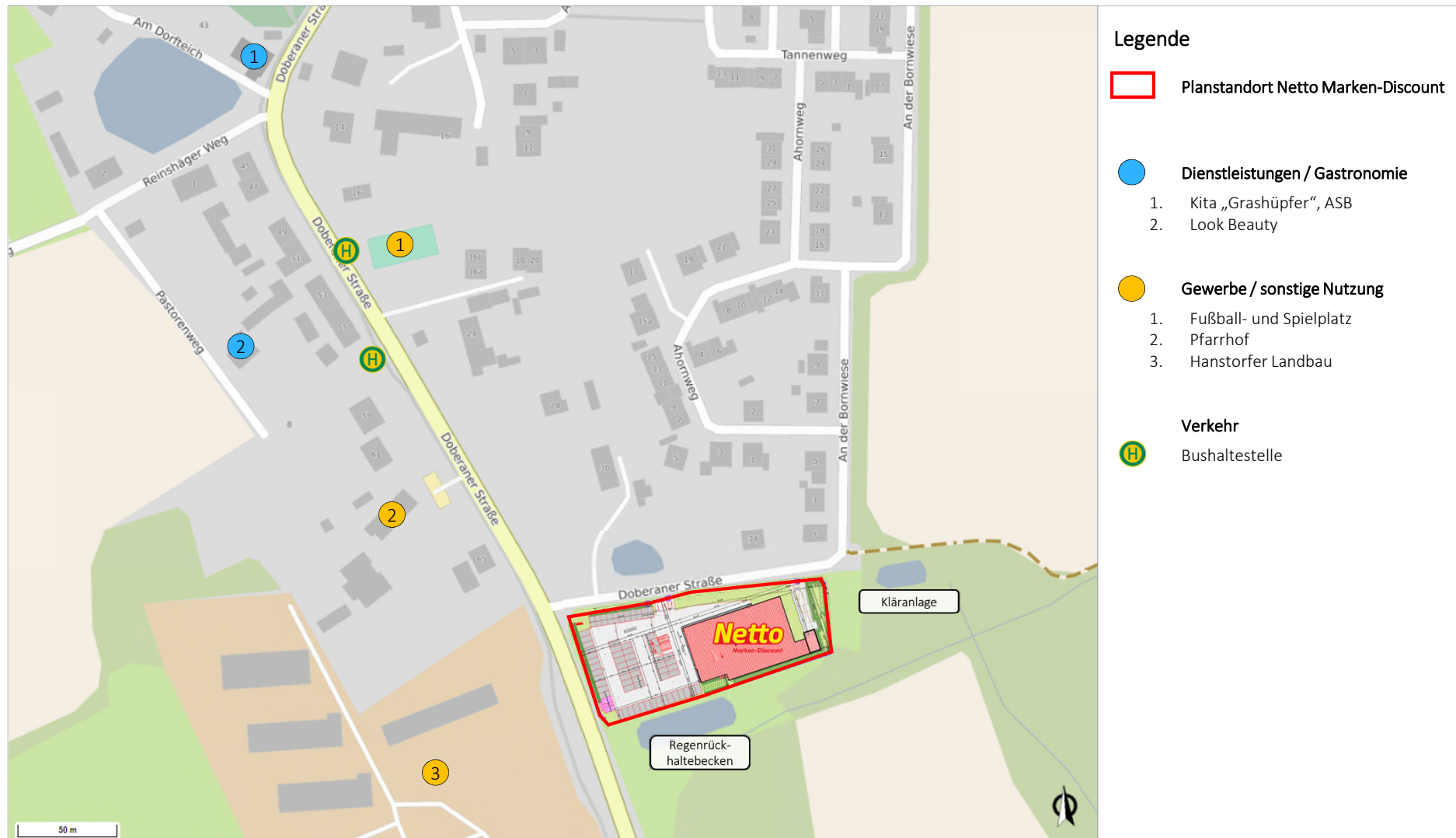


Kläranlage

GMA-Aufnahmen 2024

Zusammenfassend betrachtet dient der Planstandort von Netto Marken-Discount der Nahversorgung für den Ortsteil Hanstorf und für die umliegenden Dörfer, da die nächstgelegenen Einkaufsmöglichkeiten ca. 8 – 9 km entfernt gelegen sind und keine weitere Nahversorgung vorhanden ist.

Karte 1: Mikrostandort Doberaner Straße und Umfeldnutzungen



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2024

2. Bewertung des Integrationsgebotes

Das **Integrationsgebot** wird gemäß LEP M-V 2016 wie folgt ausgeführt:

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

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

- eine integrierte Lage in den Zentralen Versorgungsbereichen aus städtebaulichen Gründen nicht umsetzbar ist,*
 - das Vorhaben zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung beiträgt und*
 - die Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden.*
- Zentrenrelevante Kernsortimente sind*
- die Sortimente gemäß Abbildung 21 sowie*
 - weitere Sortimente, die von einer Gemeinde als zentrenrelevant festgelegt werden (ortspezifische Sortimentsliste).“*

Städtebaulich integriert i. S. d. LEP 2016 ist ein Einzelhandelsstandort dann, „wenn der Standort in einem baulich verdichteten Siedlungszusammenhang mit wesentlichen Wohnanteilen liegt, aus der eine fußläufige Erreichbarkeit des Standortes gegeben ist, ohne dass städtebauliche Barrieren z. B. Verkehrsstrassen oder Bahngleise den Standort von der Wohnbebauung trennen. Der Standort sollte darüber hinaus mit einem den örtlichen Gegebenheiten angemessenen öffentlichen Personenverkehr erreichbar und Teil eines planerischen Gesamtkonzepts sein. Bei allen raumbedeutsamen Planungen ist die Erreichbarkeit zu Fuß oder mit dem Fahrrad zu berücksichtigen.“

Der geplante Netto-Markt dient aufgrund der Konzeptionierung, Flächendimensionierung sowie der Lage im Gemeindegebiet und in Relation zu den nächstgelegenen Nahversorgungsstandorten im Umland eindeutig der **verbrauchernahen Grundversorgung** des vom Kernort abgesetzten Ortsteils Hanstorf und der umliegenden Dörfer wie Gorow, Clausdorf, Hastorf oder Konow als nächstgelegene Einkaufsalternative; eine Ansiedlung im Kernort Satow würde somit die Nahversorgungssituation für das fast 9 km entfernte Hanstorf nicht verbessern. Durch die parallele Planung von Wohneinheiten im direkten Standortumfeld und der Aufstellung eines entsprechenden Bebauungsplans für den Standortbereich wird zukünftig eine (teil-)integrierte Lage entstehen. Der Planstandort ist aufgrund seiner Lage im Rahmen der ortsüblichen Gegebenheiten im ländlichen Raum gut aus dem gesamten Ortsgebiet von Hanstorf zu erreichen und eine Erreichbarkeit des Standortes für nicht motorisierte Bevölkerungsgruppen ist prinzipiell gewährleistet.

Die Ausnahmeregelung des Integrationsgebots wird eingehalten.

IV. Kongruenzgebot

1. Einzugsgebiet des Planstandortes und Bevölkerungspotenzial

Der **Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes** für den geplanten Netto-Lebensmittelmarkt kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung des Vorhabens zu. So bildet das ermittelte Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials sowie des Vorhabenumsatzes bzw. der Umsatzherkunft.

Als **Einzugsgebiet** wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Planstandort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus weiterhin nach Zonen untergliedern und strukturieren, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierung an den Planstandort zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen. Durch die Zonierung des Einzugsgebiets wird diesem Umstand Rechnung getragen.

Zur Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes des geplanten Netto-Marktes mit künftig maximal ca. 800 m² VK zzgl. Bäckerei werden in vorliegender Untersuchung **folgende Kriterien** herangezogen:

- /// **Projektkonzeption** (Sortimentsstruktur, Verkaufsflächendimensionierung, Leistungsfähigkeit, Bekanntheit des Betreibers usw.) und der daraus zu erwartenden Wirkungen auf die Einkaufsorientierung der Bevölkerung
- /// **Anziehungskraft** des Makrostandorts Satow-Hanstorf (Arbeitsort, Infrastrukturausstattung, verkehrliche Anbindung)
- /// **Erreichbarkeit des Standortes** für potenzielle Kunden unter Berücksichtigung verkehrlicher, topografischer und siedlungsstruktureller Bedingungen
- /// **projektrelevante Wettbewerbssituation** (v. a. Lage und Erreichbarkeit anderer leistungstarker Lebensmittelmärkte)
- /// **Filialnetz** des Betreibers
- /// **Zeit- / Distanzwerte** des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte)²⁴
- /// **Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen** in der Region.

Unter Einbezug der sonstigen o. g. Parameter lässt sich das Einzugsgebiet für den bestehenden sowie auch perspektivisch für den geplanten **Netto-Markt in Satow-Hanstorf am Standort Doberaner Straße** das Einzugsgebiet wie in Karte 2 abgrenzen.

²⁴ Die GMA hat in Deutschland bereits viele hundert Verbraucherbefragungen durchgeführt, so dass zum Verbraucherverhalten aussagefähige Erkenntnisse vorliegen.

Innerhalb dieses **Einzugsgebietes** sind **folgende Einwohnerzahlen** zu konstatieren:

Zone	Bereich	Einwohner
Zone I	Kerneinzugsgebiet	ca. 1.700
Zone II	Erweitertes Einzugsgebiet	ca. 5.000
Einzugsgebiet insgesamt		ca. 6.700

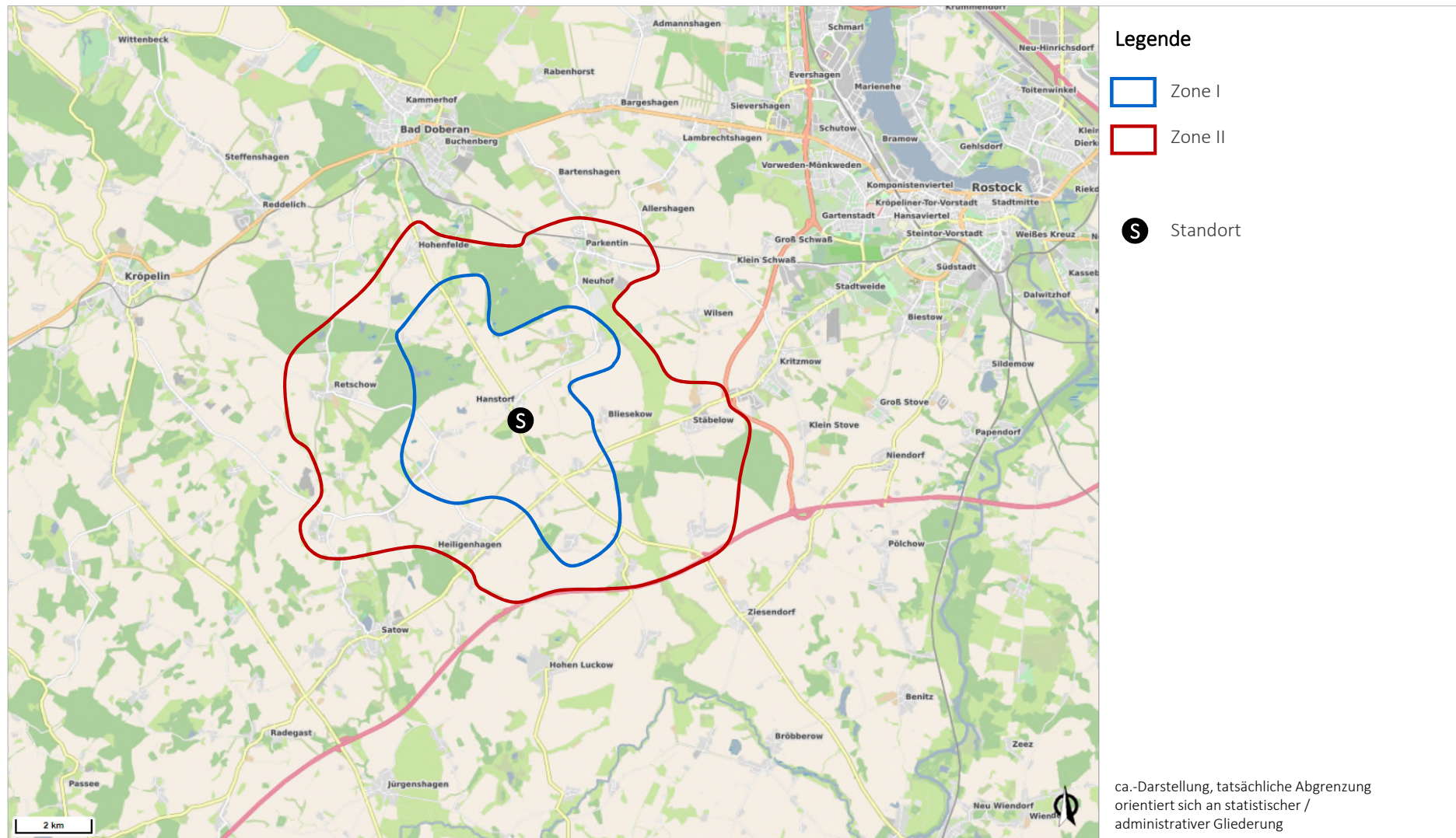
Quelle: Berechnung der Einwohnerzahlen auf Ortsteil-/ Straßenabschnittsebene nach panadress geomarkets,
GMA-Berechnungen 2024.

Das **Kerneinzugsgebiet (Zone I)** für den geplanten Netto-Markt umfasst das Wohngebiet den Satower Ortsteil Hanstorf sowie die umliegenden Dörfer und Siedlungsteile, die genau wie Hanstorf vom Kernort abgesetzt liegen.

Das **erweiterte Einzugsgebiet (Zone II)** umfasst neben weiteren Ortsteilen und Siedlungsbereichen von Satow auch angrenzende Siedlungsgebiete von Bartenshagen-Parkentin, Retschow, Stäbelow, Ziesendorf und Hohenfelde.

Außerdem ist davon auszugehen, dass das Vorhaben aufgrund der Lage an einer Hauptverkehrsstraße zwischen Satow und Bad Doberan einen gewissen Anteil seines Umsatzes mit Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes (z. B. Touristen, Pendler) sowie den Arbeitskräften aus den der Landbau Hanstorf erwirtschaftet. Umsätze mit solchen Kunden werden in den nachfolgenden Berechnungen als sog. Streuumsätze einbezogen.

Karte 2: Einzugsgebiet des geplanten Netto-Marktes an der Doberaner Straße



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2024

2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen beträgt die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft aktuell einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung

ca. € 6.864.²⁵

Bezogen auf das konkrete Vorhaben von Netto an der Doberaner Straße, dessen Sortimentschwerpunkt im Lebensmittelbereich liegt, betragen die Pro-Kopf-Ausgaben

ca. 2.930 €.²⁶

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau²⁷ zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffern von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Satow bei 98,5 und damit auf einem knapp durchschnittlichen Niveau (Bundesdurchschnitt = 100,0). Für das Einzugsgebiet beläuft sich das **Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel** somit auf ca. **18,3 Mio. €**. Davon entfallen auf

 Zone I: ca. 4,2 Mio. €

 Zone II: ca. 14,2 Mio. €

Zusätzlich werden bei Lebensmitteldiscountern Anteile des Umsatzes mit **Randsortimenten** aus dem Nonfood I und Nonfood II-Bereich generiert. Diese liegen bei Netto Marken-Discount in der avisierten Größe bei ca. 13 %.

3. Umsatzprognose für den geplanten Netto-Discounter

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des geplanten Netto-Discounters wird das **Marktanteilkonzept** verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden in den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes.²⁸ Somit beschreibt das Modell, in welchem Ausmaß das Planvorhaben in der Lage ist, einen Teil des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich an sich zu binden.

Der erzielbare Umsatz ist dabei neben der Höhe des Kaufkraftniveaus und damit des relevanten Kaufkraftvolumens im Einzugsgebiet v. a. auch von der Wettbewerbsdichte abhängig. Eine weitere Grundlage bilden die durchschnittlichen Marktanteile der unterschiedlichen Betriebs-typen (vgl. Kapitel I.3.), die vor dem Hintergrund der lokalen und **regionalen Rahmenbedingungen** (Kaufkraft, Standortbedingungen, Angebotssituation etc.) zu gewichten sind.

²⁵ Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

²⁶ Ohne Randsortimente (Nonfood I und II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung.

²⁷ Quelle: MB Research. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet. Zu berücksichtigen ist, dass ein über- bzw. unterdurchschnittlicher Kaufkraftkoeffizient v. a. bei Luxusgütern zum Tragen kommt, bei den Ausgaben für Ausgaben des täglichen Bedarfs (Grundversorgung) hingegen weniger stark ins Gewicht fällt.

²⁸ In die Ermittlung der Marktanteile fließen zahlreiche Faktoren ein. U. a. sind dies die Rahmenbedingungen am Vorhabenstandort, die verkehrliche Erreichbarkeit, die Wettbewerbssituation im selben Marktsegment sowie Kopplungs- und Agglomerationseffekte.

Neben der Berechnung der zu erwartenden Gesamtumsatzleistung lässt sich anhand des Marktanteilkonzepts ebenfalls die perspektivische **Umsatzherkunft** des geplanten Netto-Marktes ableiten. Diese ergibt sich aus der Relation zwischen den in den jeweiligen Zonen des Einzugsgebiets generierten Umsätzen und dem Gesamtumsatz des geplanten Marktes. Hingegen lässt das Marktanteilkonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen zu. So gibt das Marktanteilkonzept keine Auskunft darüber, wo die durch den geplanten Markt generierten Umsätze bisher gebunden sind und wie sich diese nach dessen Markteintritt neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzumverteilungen für das Vorhaben wird in Kapitel IV.5 ausführlich behandelt.

Folgende **Umsatzprognose** lässt sich vor diesem Hintergrund für den geplanten Netto-Markt mit rd. 800 m² VK anhand des Marktanteilkonzeptes ableiten:²⁹

Tabelle 1: Umsatzerwartung anhand des Marktanteilkonzeptes

Zonen	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz-Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	4,2	37 – 38 %	1,6	0,2 – 0,3	1,8	50 %
Zone II	14,2	8 – 9 %	1,3	0,2	1,4 – 1,5	40 %
Einzugsgebiet	18,4	15 – 16 %	2,8 – 2,9	0,4	3,3	90 %
Streuumsätze			0,3	< 0,1	0,3 – 0,4	10 %
Insgesamt			3,1	0,5	3,6	100 %

GMA-Berechnungen 2024 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich).

Somit lässt sich für den geplanten Netto-Markt anhand des **Marktanteilkonzeptes** aus Gutachtersicht eine **Gesamtumsatzleistung von ca. 3,6 Mio. €** ermitteln. Hiervon entfallen ca. 3,1 Mio. € auf den Foodbereich und ca. 0,5 Mio. € auf den Nonfoodbereich (Nonfood I und II). Mit einem Marktanteil von rd. 38 % in Zone I kommt dem Standort eine bedeutende Grund- und Nahversorgungsfunktion für den Ortsteil Hanstorf und umliegenden Wohnlagen und Dörfer zu. Im erweiterten Einzugsgebiet (Zone II) wird aufgrund der ausgeprägten Wettbewerbssituation in Satow, Kritzmow, Bad Doberan und dem weiter entfernten Kröpelin und Lambrechtshagen ein deutlich geringerer Marktanteil erzielt. Durch die Lage an einer stark befahrenen Verkehrsachse, den Arbeitsplätzen der Landbau Hanstorf und den touristischen Potenzialen (Hansestadt Rostock, Mecklenburger Seenplatte, Ostsee) sind Streukundenanteile von ca. 10 % zu erwarten.

Zur **Bewertung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit** des Vorhabens lassen sich die Filialleistungen heranziehen. Je nach Betreiber, Sortiment, Verkaufsfläche und Standorteigenschaften variieren diese z. T. sehr stark und spiegeln dadurch die spezifischen örtlichen Verhältnisse wieder. Gemäß Hahn Retail Real Estate Report 2023 / 2024 liegt die durchschnittliche Filialumsatzleistung von Netto bei ca. 4,0 – 4,1 Mio. €. Damit läge der **Netto-Markt in der Doberaner Straße** auf einem **unterdurchschnittlichen Niveau**. Dabei ist anzumerken, dass der Standort im ländlichen Raum mit maximal ca. 800 m² Verkaufsfläche **unter dem Verkaufsflächendurchschnitt** von Netto-Märkten (Ø VK ca. 811 m²) liegen wird.

Die durchschnittliche Flächenproduktivität für Netto-Märkte in Deutschland wird mit ca. 4.990 € / m² angegeben. Die **geplante Filiale** an der Doberaner Straße wird auf einer Verkaufsfläche

²⁹ Rechengang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

von unter 800 m² wird nach gutachterlicher Schätzung ein Umsatz von ca. 3,6 Mio. € erwirtschaftet (ca. 4.534 €/m² VK),³⁰ womit der Markt in Hanstorf eine **unterdurchschnittliche Flächenleistung** erreicht.

Höhere Umsatzleistungen sind aufgrund des **begrenzten Einwohner- und Kaufkraftpotenzials** im Einzugsgebiet, dem dünn besiedelten Umland, der demografischen Entwicklung sowie den bestehenden Wettbewerbsstrukturen auch in der Mittel- bis Langfristperspektive nicht zu erwarten. Die prognostizierte Umsatzleistung stellt somit eine worst-case Betrachtung im Sinne möglicher Auswirkungen des Erweiterungsvorhabens dar.

4. Projektrelevante Wettbewerbssituation

Um bewerten zu können, ob die **Funktion der zentralen Versorgungsbereiche** des Zentralen Ortes und seines Einzugsbereiches wesentlich beeinträchtigt wird, ist zunächst die Angebots- und Wettbewerbssituation in Satow bzw. im Untersuchungsraum darzustellen und zu bewerten. Ausgehend davon lassen sich die durch das Vorhaben zu erwartenden prüfungsrelevanten städtebaulichen Auswirkungen ermitteln.

Die Einzelhandelssituation im Einzugsgebiet und im Untersuchungsraum wurde von der GMA im August 2024 durch eine **Erhebung der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe** untersucht. Als Wettbewerber für Netto Marken-Discount gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die in einem Lebensmittelmarkt geführt werden. Allerdings ist aufgrund der Flächengröße bzw. des Betriebstyps und des spezifischen Einkaufsverhaltens der Bevölkerung davon auszugehen, dass insbesondere betriebstypengleiche oder -ähnliche Betriebe (u. a. Lebensmitteldiscounter, Supermärkte, SB-Warenhäuser / große Supermärkte) als Hauptwettbewerber zu identifizieren sind.

4.1 Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum

Innerhalb des **Einzugsgebiets** ist **kein wesentlicher Wettbewerb** vorhanden. In Hanstorf ist lediglich ein Verkaufsautomat unweit des Planstandortes vorhanden, der zur kurzfristigen Versorgung der umliegenden Ferienwohnungen gedacht sein dürfte. Auch Stäbelow³¹ verfügt nur über ein rudimentäres Nahversorgungsangebot, welches durch einen Hofladen sowie eine Filiale Fleischereifiliale abgebildet wird.

Das nächstgelegene Nahversorgungsangebot für die Einwohner des Ortsteils Hanstorf ist im Kernort der Gemeinde **Satow** in rd. 9 km Entfernung zu finden. Im zentralen Versorgungsbereich „**Ortszentrum Satow**“³² befindet sich an der Fritz-Reuter-Straße der gepflegte Markt von **REWE**, inklusive einem hauseigenen **Getränkemarkt** auf einer Verkaufsfläche mit eigenem Eingang. Ebenfalls an der Fritz-Reuter-Straße und unweit des REWE-Marktes liegt eine Filiale von **Netto (dansk)** in für die Kette typischer Bauweise; das Angebot wird ergänzt durch eine Bäckerei im Vorkassenbereich, an der Zufahrt zum Parkplatz befindet sich ferner eine Fleischerei mit eigener Gastronomie. Am westlichen Ortsrand ist darüber hinaus auf eine Filiale von **Aldi Nord**

³⁰ Die gutachterliche Umsatzschätzung ist durch die Firma Netto im Wesentlichen bestätigt worden.

³¹ Stäbelow ist bereits dem Stadt-Umland-Raum (SUR) Rostock zuzurechnen, dessen Einzelhandelskonzept sich zum Zeitpunkt der Berichtslegung in der fortgeschrittenen Fortschreibung befindet.

³² Vgl. Nahversorgungskonzept für die Gemeinde Satow 2021, S. 23.

an der Hauptstraße hinzuweisen, die in einem kleineren Fachmarktzentrum liegt. Die vormalig durch eine Bäckerei und Fleischerei belegten Flächen seitlich des Eingangs wurden teilweise durch einen Imbiss nachbelegt. An der Fleckebyer Straße ist eine **Getränkeland**-Filiale direkt an den Großhandel von Splendid Drinks angedockt, und auch die **Satower Mosterei** bietet einen kleinen Direktverkauf ab Werk an. Der regionalen Presse ist zu entnehmen, dass REWE und Aldi Nord zusammen ein neues Nahversorgungszentrum in Satow planen (vgl. Kapitel IV.4.2).³³ Unter Berücksichtigung der aktuellen Wettbewerbsstrukturen in Satow zum Zeitpunkt der Erhebung dürfte auf einer projektrelevanten Verkaufsfläche von derzeit ca. 3.600 – 3.700 m² ein lebensmittelrelevanter Umsatz von 14,9 – 15,0 Mio. € erwirtschaftet werden.³⁴ Dies dürfte bei Eröffnung der Märkte von REWE und Aldi Nord noch flächen- wie umsatzseitig einmal deutlich zunehmen.

Im rd. 8 km entfernten zentralen Versorgungsbereich des **Nahversorgungszentrums Kritzmow** Am Karauschensoll stellen derzeit **Norma** und **Netto (dansk)** den strukturprägenden Lebensmittelanbieter dar, wobei beide Märkte durch eine Bäckerei im Vorkassen- oder Eingangsbereich ergänzt werden. Zusätzlich wird das Segment der Nahrungs- und Genussmittel durch einen **Getränkemarkt** im *Kritzmow Park* flankiert. Auch hier ist ein weiterer Lebensmittelvollsortimenter auf Verkaufsfläche ca. 1.800 m² geplant, ein mögliches Eröffnungsjahr ist allerdings noch nicht absehbar. Auf einer projektrelevanten Verkaufsfläche von aktuell ca. 1.900 – 2.000 m² dürfte derzeit ein lebensmittelrelevanter Umsatz von ca. 7 – 8 Mio. € erwirtschaftet werden.

In **Bad Doberan**, das rd. 8 km entfernt ist, wurden vor allem die südlichen Einkaufslagen der Stadt berücksichtigt, da auf Grund der zunehmenden Distanz zum Planstandort und der Lage der näher gelegenen Wettbewerber eine Wechselwirkung mit den weiteren Märkten in Bad Doberan nicht anzunehmen ist. Die Sonderstandorte an der Nienhäger Chaussee (Netto Marken-Discount, Norma, REWE, Penny) sowie an der B 105 (EDEKA, Aldi) wurden aufgrund der Entfernung nicht weiter betrachtet. Somit sind v. a. die Märkte im **Hauptzentrum Innenstadt** i. S. eines zentralen Versorgungsbereichs von **Netto (dansk)** sowie dem an der Verbindungsstraße situierten **Lidl** an der Rostocker Straße als **Ergänzungsbereich** von Bedeutung. Ergänzt wird das Angebot in der Bad Doberaner Innenstadt durch Betriebe des Lebensmittelhandwerks und Spezialitätenanbieter, ferner ist auf den **Kaufmanns Laden** am Markt hinzuweisen, der im Gewand eines klassisch gestalteten Gemischtwarenladens vor allem regionale Nahrungs- und Genussmittel und Naturkosmetik anbietet. Außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs wird ebenfalls der in städtebaulich integrierter Lage im Südosten des Siedlungsgebiets befindliche **Netto City** an der Ehm-Welk-Straße von gewissen wettbewerblichen Effekten betroffen sein. Gleichzeitig stellt der Markt den nächstgelegenen hauseigenen Wettbewerb für den geplanten Netto Marken-Discount in Hanstorf dar. In deutlich untergeordnetem Maß wird auch die unweit von Netto City gelegene temporäre Filiale des **Lidl-Outletstores** vom Wettbewerb betroffen sein, die einen Standort in der Nachfolge eines Getränkemarkts nachbelegt hat. Diese Filiale öffnet mehrmals pro Monat für nur einen begrenzten Zeitraum mit einem ständig wechselnden Sortiment, das i. W. aus Waren der vorangegangenen Aktionsangebote der Märkte in der Region besteht. Der Schwerpunkt liegt in veränderlicher Zusammensetzung zumeist auf Nonfood-Artikeln, kann aber auch beträchtliche Anteile an Nahrungs- und

³³ Quelle: Ostseezeitung vom 23.07.2024

³⁴ i. S. eines worst-case-Ansatzes erfolgt die Bewertung anhand einer Stichtagsbetrachtung und ohne die zusätzlichen Erweiterungsflächen des geplanten Nahversorgungszentrums.

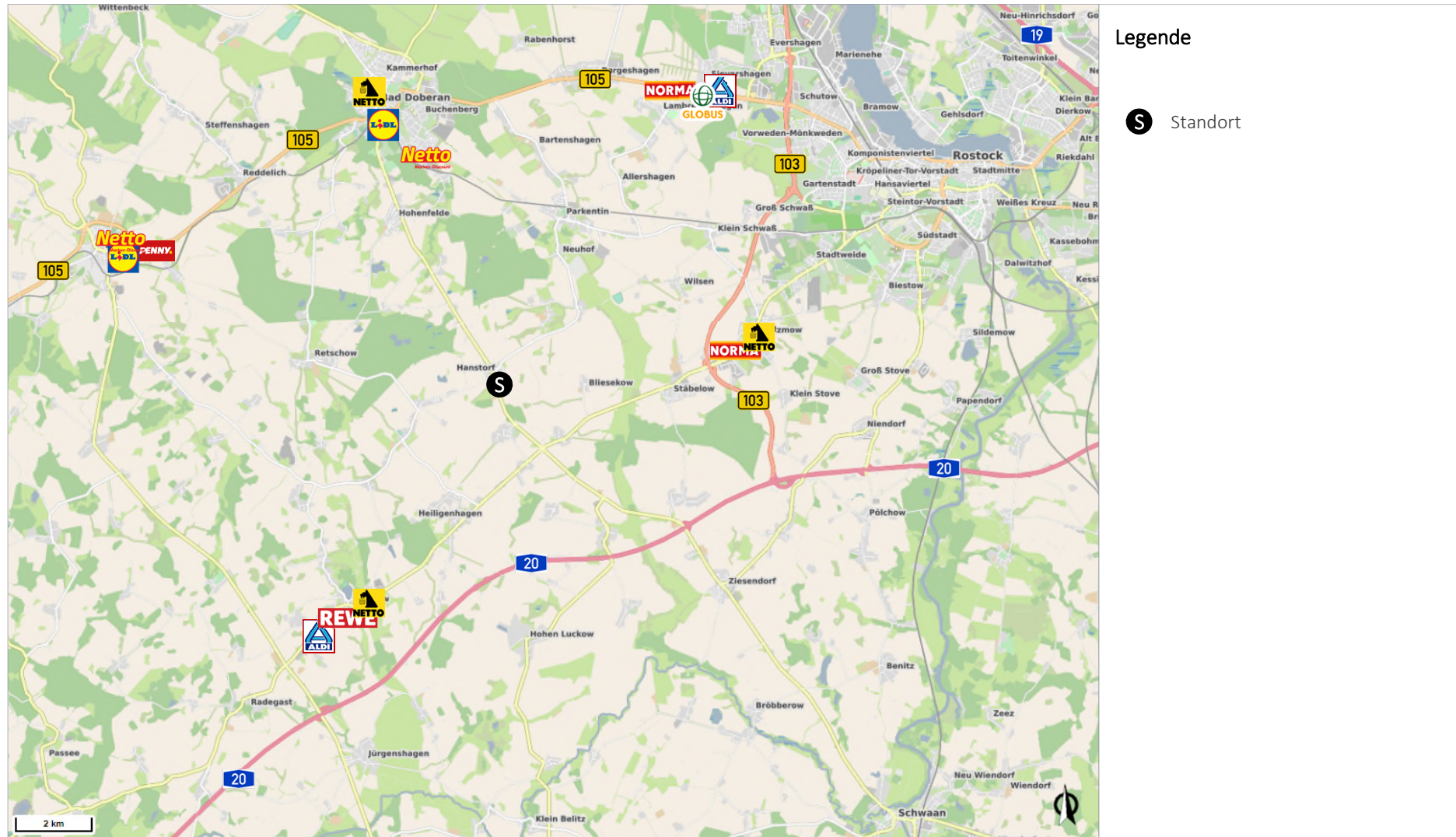
Genussmittel aufweisen. Die projektrelevante Verkaufsfläche in Bad Doberan summiert sich auf insgesamt ca. 2.700 – 2.800 m², auf der ein Umsatz von 18 – 19 Mio. € erwirtschaftet werden dürfte.

Trotz der zunehmenden Entfernung wird auch das rd. 15 km entfernte **Kröpelin** von wettbewerblichen Auswirkungen betroffen sein. In der **Innenstadt** sind auch hier Ansätze eines zentralen Versorgungsbereichs zu erkennen, innerhalb dessen jedoch entlang der Hauptstraße und rund um den Markt nur ein Geschäft für Obst, Gemüse und Getränke mit angeschlossener Änderungsschneiderei sowie eine Fleischerei von wettbewerblichem Belang sind. Die Versorgung der Bevölkerung mit Nahrungs- und Genussmitteln erfolgt an den **dezentral gelegenen Märkten** von **Netto Marken-Discount** an der Rostocker Straße, auf dessen Rückseite sich **Lidl** an der Schulstraße befindet, ohne dass jedoch z. B. über eine gemeinsame Zufahrt ein Lagezusammenhang entstehen würde. Des Weiteren ist auf einen weiter außerhalb an der östlichen Rostocker Straße gelegene **Penny**-Markt hinzuweisen, der sich in einer Fachmarkttagglomeration den Standort mit einem **Getränkeland** teilt. Der Wettbewerb in Kröpelin verfügt über eine Verkaufsfläche von insgesamt ca. 3.200 – 3.300 m², auf der ein Umsatz von rd. 17 – 18 Mio. € erwirtschaftet werden dürfte.

Auch das in relativ großer Entfernung von bis zu rd. 18 km gelegene SB-Warenhaus von **Globus** am Sonderstandort *Ostseepark Sievershagen*³⁵ wird von Wettbewerbswirkungen betroffen sein. Da insbesondere im Stadt-Umland-Raum um Rostock Discountermärkte dominieren und Vollsortimenter in der Unterzahl sind orientieren sich große Teile der Bevölkerung insbesondere für den Wochenendeinkauf an die großen Standorte der SB-Warenhäuser um Rostock, die mit einer breiten Palette an weiteren Einzelhandelseinrichtungen und kleineren Komplementärnutzungen aufwarten. Ergänzt wird Globus im Ostseepark durch einen erst kürzlich neu gebauten und erweiterten **Aldi**-Markt, in Lambrechtshagen ist ferner noch auf einen solitär gelegenen **Norma**-Discounter an der Rostocker Straße / B 105 hinzuweisen. Insgesamt dürfte auf einer projektrelevanten Verkaufsfläche von ca. 8.600 – 8.700 m² ein Umsatz von ca. 60 – 61 Mio. € erwirtschaftet werden.

³⁵ Auch Lambrechtshagen-Sievershagen gehört dem Stadt-Umland-Raum (SUR) Rostock an, dessen Einzelhandelskonzept derzeit fortgeschrieben wird.

Karte 3: Projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2024

4.2 Bekannte Wettbewerbsplanungen

In **Satow** an der Fritz-Reuter-Straße wird derzeit ein Verlagerungsstandort östlich des bestehenden zentralen Versorgungsbereichs „Ortsmitte Satow“ für die gepflegten Märkte von REWE inkl. dem hauseigenen Getränkemarkt sowie Aldi erbaut, die an ihren vorherigen Standorten wenig Entwicklungspotenziale haben.³⁶ Gemäß Bebauungsplan Nr. 39 "**Nahversorgungszentrum Satow**" ist eine maximale Gesamtverkaufsfläche von ca. 3.550 m² projektiert,³⁷ für den Lebensmittelvollsortimenter **REWE** ist eine Verkaufsfläche von ca. 1.800 m² vorgesehen, für den **REWE-Getränkemarkt** werden weitere 500 m² VK vorgehalten. **Aldi** wird eine betrieberübliche Zielgröße für die Verkaufsfläche von ca. 1.200 m² beziehen. Für einen noch nicht weiter bekannten Betrieb des **Lebensmittelhandwerks**, also für eine Bäckerei oder eine Fleischerei, wird eine Verkaufsfläche von rd. 50 m² bevorratet, ggf. zzgl. angeschlossener Gastronomieflächen. Als Zeithorizont für eine Eröffnung des Nahversorgungszentrums wird vorbehaltlich weiterer Verzögerungen das zweite Halbjahr 2025 angenommen. Bis zu diesem Zeitpunkt werden die aktuellen Märkte an der Fritz-Reuter-Straße bzw. der Fleckebyer Straße weiter betrieben. Der freiwerdende REWE-Standort wird dem Vernehmen nach im Anschluss einer Nutzung außerhalb des Einzelhandels zugeführt, hier ist wohl eine Pflegeeinrichtung geplant. Bezüglich einer Nachnutzung des kleinflächigen Discounters im Gewerbegebiet am Stadtrand liegen bisher keine stichhaltigen Erkenntnisse vor.

Auch für den **Nahversorgungsstandort** in **Kritzmow**, der gem. des derzeit in der Fortschreibung befindlichen Einzelhandelskonzepts für den Stadt-Umland-Raum-Rostock als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen ist, ist Am Karauschensoll die Neuansiedlung eines **Lebensmittelvollsortimenters** in Ergänzung zu den vorhandenen Discountern von Norma und Netto (dansk) geplant. Hierfür ist eine maximale Verkaufsfläche von ca. 1.800 m² im Gespräch. Über die mögliche zusätzliche Ansiedlung eines Betriebs des Lebensmittelhandwerks ist noch nicht abschließend entschieden. Ein Zeithorizont für eine Umsetzung ist noch nicht bekannt.

Bei Realisierung aller Vorhaben / Potenziale ergäbe sich außerhalb des Einzugsgebiets für den geplanten Netto-Markt in Hanstorf eine **zusätzliche Verkaufsfläche** im Lebensmittelbereich von rd. 1.400 m² nach Verlagerung der Märkte in Satow, zusammen mit dem potenziellen Markt in Kritzmow entstünden insgesamt ca. 3.200 m² an neuen Verkaufsflächen.

5. Prognose und Bewertung der Umsatzumverteilung

5.1 Methodik

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein Rechenmodell zum Einsatz, welches auf dem Prinzip des **Gravitationsmodells** basiert. Im Wesentlichen fließen dabei zwei Parameter ein, welche durch weitere Kriterien ergänzt und kalibriert werden.

³⁶ Die Standortverlagerung von Aldi, REWE und dem Getränkemarkt an einen gemeinsamen neu zu errichtenden Vorhabenstandort außerhalb des bestehenden zentralen Versorgungsbereichs wird gem. Nahversorgungskonzept für die Gemeinde Satow 2021 als Szenario 2 für die Einzelhandelsentwicklung geführt; vgl. S. 27f.

³⁷ Zur Realisierung der projektierten Verkaufsfläche soll eine Sondergebietsausweisung mit der Zweckbindung „Großflächiger Einzelhandel“ erfolgen, vgl. Begründung zum Bebauungsplans Nr. 39 "Nahversorgungszentrum Satow" der Gemeinde Satow, Anlage 1: Abwägung der Stellungnahmen.

Als **Berechnungsfaktoren** sind hierbei zu nennen:

- /// die **Attraktivität der jeweiligen Wettbewerbsstandorte**, die durch den jeweiligen Betriebsbesatz (Betriebsform, Betreiber, Erscheinungsbild etc.), die Verkaufsflächengröße bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und
- /// der **Distanzwiderstand**, der sich aus der Entfernung (Distanz) zwischen den einzelnen Standorten ergibt.

5.2 Umsatzumverteilungen

Für die Bewertung des geplanten Netto-Marktes am Standort Doberaner Straße werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumverteilungen folgende **Annahmen** getroffen:

- /// Der geplante Netto-Lebensmittelmarkt wird an seinem Standort auf einer geplanten Verkaufsfläche von unter 800 m² nach gutachterlicher Einschätzung eine **Umsatzleistung von ca. 3,6 Mio. €** erzielen. Davon entfallen ca. 3,1 Mio. € auf den Lebensmittel- und ca. 0,5 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- /// Der generierte Umsatz wird in Form von Umsatzumverteilungen **hauptsächlich Wettbewerber mit gleichartigen Angebotsformaten betreffen**. Dies sind im Lebensmittelbereich v. a. andere Lebensmittelmärkte und nur untergeordnet sonstige Lebensmittelanbieter (z. B. Fachgeschäfte, Getränkemärkte, Lebensmittelhandwerker).
- /// Bezüglich der **Randsortimente** (Nonfood I und II) von Netto Marken-Discount stammen diese aus unterschiedlichen Sortimentsbereichen und stellen einen deutlich untergeordneten Umsatzanteil am Gesamtumsatz dar. Aufgrund der Sortimentsstreuung verteilen sich mögliche Umsatzumverteilungen auf eine Vielzahl von Anbietern im Untersuchungsraum. Allerdings ist davon auszugehen, dass insbesondere wiederum die Randsortimente betriebstypenähnlicher Anbieter des Lebensmitteleinzelhandels stärker betroffen sein werden und weniger betriebstypenfremde Anbieter wie Fachgeschäfte. Die berechneten Umverteilungswirkungen beziehen sich ausschließlich auf Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels.

Im Detail sind folgende Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben zu erwarten:

Tabelle 2: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben

		in Mio. €	in %
Lebensmittelbereich	Umverteilungen gegenüber Anbietern im ZVB Ortszentrum Satow*	0,3	3 – 4
	Umverteilungen gegenüber Anbietern im NVZ Kritzmow*	0,4	5 – 6
	Umverteilungen gegenüber Anbietern im Hauptzentrum Innenstadt Bad Doberan	0,6	3 – 4
	Umverteilungen gegenüber Anbietern in der Innenstadt Kröpelin	n. n.	n. n.
	Umverteilungen gegenüber Anbietern im SO Ostseepark Sievershagen	1,0	1 – 2
	Umverteilungen gegenüber Anbietern an sonstigen Standorten	0,8	2 – 3
	Umsatz geplanter Netto-Markt im Lebensmittelbereich	3,1	-
Nichtlebensmittelbereich	Umverteilungen im Untersuchungsraum	0,5	-
	Umsatz geplanter Markt Nichtlebensmittelbereich	0,5	-
Umsatz geplanter Netto-Markt insgesamt		3,6	-

Quelle: GMA-Berechnungen 2024; *) Stichtagsbetrachtung Bestandsmärkte, ohne Neuplanungen; n. n. = nicht nachweisbar; ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich.

5.3 Bewertung städtebaulicher Auswirkungen

Auf Basis der zuvor getätigten Annahmen zu möglichen Umsatzumverteilungen sind folgende städtebaulichen Auswirkungen durch das Vorhaben von Netto Marken-Discount an der Doberaner Straße im Satower Ortsteil Hanstorf zu erwarten:

- Innerhalb des Einzugsgebiets ist **kein Wettbewerb** vorhanden, der von Umsatzumverteilungen betroffen sein könnte. Der wesentliche Wettbewerb ist außerhalb des Einzugsgebiets im Untersuchungsraum zu verorten.
- Gegenüber den bestehenden Anbietern im zentralen Versorgungsbereich **Ortszentrum Satow** liegen die Umsatzrückgänge bei ca. 3 – 4 %. Die leistungsfähigen Magnetbetriebe Netto (dansk) und REWE mit eigenem Getränkemarkt präsentieren sich aktuell auf gepflegten Verkaufsflächen. Mit der anstehenden Verlagerung aus den Bestandimmobilien heraus werden die Märkte deutlich leistungsfähiger aufgestellt werden.³⁸ Durch die geringen Umsatzrückgänge wird die Funktions- und Entwicklungsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs nicht wesentlich beeinträchtigt, zumal durch die Neuaufstellung des REWE-Marktes zusammen mit der ebenfalls zur Verlagerung vorgesehenen Aldi-Filiale ein deutlich leistungsfähigerer Nahversorgungsstandort unweit des bestehenden zentralen Versorgungsbereichs entstehen wird.
- Das **NVZ Kritzmow** ist primär auf die Nahversorgung der Bevölkerung ausgerichtet, kann aber auch aus der Nachbargemeinde Stäbelow und dem unterversorgten Rostocker Stadtteil Gartenstadt / Stadtweide gut erreicht werden. Auch hier ist die Ergänzung

³⁸ Im Sinne eines worst-case-Ansatzes wurden nur die Bestandimmobilien in die Berechnung mit aufgenommen und nicht die geplanten und deutlich leistungsfähigeren potenziellen Märkte. Die finalen Flächenzuschnitte und Leistungsfähigkeit kann im Vorfeld der Eröffnung nicht final abgeschätzt werden.

durch einen Lebensmittelvollsortimenter zur Steigerung der Versorgungsqualität angedacht, was das Nahversorgungszentrum deutlich stärken würde. Die Umsatzrückgänge gegenüber den bestehenden Wettbewerbern liegen mit ca. 5 – 6 % auf einem moderaten Niveau. Auch dieser zentrale Versorgungsbereich wird durch das Vorhaben nicht wesentlich beeinträchtigt, selbst wenn in Folge der Planungen des Lebensmittelvollsortimenters innerhalb des Nahversorgungszentrums einer der vorhandenen Discounter aus dem Wettbewerb ausscheiden würde.

- Gegenüber den Anbietern im **Hauptzentrum Innenstadt** und dem zugeordneten Ergänzungsbereich in **Bad Doberan**, das maßgeblich durch Netto (dansk) und Lidl bestritten wird, liegen die Umsatzrückgänge mit ca. 3 – 4 % ebenfalls auf einem niedrigen Niveau. Aufgrund der geringen Umsatzrückgänge ist eine Beeinträchtigung dieser Märkte nicht zu erwarten.
- Der **Sonderstandort Ostseepark** in Sievershagen, der insbesondere durch den äußerst leistungsfähigen Marktauftritt von Globus in der Nachfolge eines real.-SB-Warenhauses und eine moderne Aldi-Filiale geprägt ist, liegen die Umsatzrückgänge mit 1 – 2 % auf einem sehr niedrigen Niveau. Eine Schädigung des Sonderstandortes ist nicht zu erwarten.
- An **sonstigen Standorten im Untersuchungsraum** liegen die Umsatzrückgänge bei ca. 3 – 4 %, wovon insbesondere die diversen Lebensmittelmärkte außerhalb der zentralen Versorgungsbereichen in den Siedlungsbereichen von Satow (Aldi, Getränkeland), Bad Doberan (Netto City), Kröpelin (Penny, Netto Marken-Discount, Lidl, Getränkeland) und Sievershagen (Norma) betroffen sein dürften. Hier liegen die Umsatzrückgänge insgesamt bei 2 – 3 %. Aufgrund der geringen Umsatzrückgänge ist eine Beeinträchtigung dieser Märkte nicht zu erwarten.
- Im **Nichtlebensmittelbereich** werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte in Höhe von max. 0,5 Mio. € v. a. gegenüber den anderen Lebensmittelmärkten und in untergeordneter Form ebenfalls gegenüber den sonstigen Anbietern, wie Fachmärkten und Fachgeschäften, im Untersuchungsraum wirksam. Diese sind jedoch als marginal einzustufen und verteilen sich bei einer Einzelbetrachtung zudem auf eine Vielzahl von Betrieben unterschiedlichster Sortimente. Nennenswerte Umsatzverluste bei bestehenden Anbietern sind auch im Einzelfall nicht zu erwarten.

Zusammenfassend ist zu konstatieren, dass die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte zu keinen städtebaulich relevanten Auswirkungen führen werden. Auch wird die Nahversorgung im Einzugsgebiet bzw. im Untersuchungsraum nicht wesentlich beeinträchtigt. Das Vorhaben dient v. a. der Nahversorgung für den Ortsteil Hanstorf und die umliegenden Siedlungsbereiche und Dörfer. **Schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche** i. S. d. § 11 Abs. 3 BauGB in Satow sowie in anderen Städten und Gemeinden können ausgeschlossen werden.

6. Bewertung des Kongruenzgebotes

Das Kongruenzgebot wird gemäß LEP M-V 2016 wie folgt ausgeführt:

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

Das Kongruenzgebot des LEP 2016 beinhaltet auch ein **Beeinträchtungsverbot**. Dieses besagt, dass die Funktion der zentralen Versorgungsbereiche des zentralen Ortes und seines Einzugsbereiches nicht wesentlich beeinträchtigt werden darf. Der geplante Netto-Markt ist aufgrund einer Verkaufsfläche von unter 800 m² nicht als Einzelhandelsgroßprojekt einzustufen. Dennoch soll vorsorglich auch das Kongruenzgebot geprüft werden.

Zunächst ist somit zu untersuchen, ob die Zweckbestimmung des Vorhabens der Versorgungsfunktion des Zentralen Ortes entspricht. Gemäß LEP 2016 sollen Grundzentren in Mecklenburg-Vorpommern als überörtlich bedeutsame Standorte von Einrichtungen der Daseinsvorsorge gesichert werden.³⁹ Mit dem Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarf (insb. Nahrungs- und Genussmittel) ist das Vorhaben für ein Grundzentrum angemessen. **Die Art und Zweckbestimmung des Vorhabens entsprechen den Vorgaben des Kongruenzgebotes.**

Der Nahbereich des Grundzentrums Satow umfasst aufgrund der flächenseitigen Ausdehnung der Gemeinde i. W. nur das Gemeindegebiet selbst.⁴⁰ Ein weiter reichender Nah- oder Mittelbereich wird nicht definiert. Das fachgutachterlich ermittelte Einzugsgebiet erstreckt sich im Wesentlichen auf Teilbereiche von Satow und überschreitet die Gemeindegrenzen aufgrund der Lage im Nordosten der Gemeinde nur unwesentlich. Ein Großteil der Umsätze und auch der Streuumsätze dürfte aus Satow und den unmittelbar angrenzenden Siedlungsbereichen in einem sehr eng gesteckten Nahbereich stammen. **Der Verflechtungsbereich des zentralen Ortes wird durch die Größe des Vorhabens somit nicht wesentlich überschritten.**

Eine wesentliche Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche bzw. deren Funktionsfähigkeit liegt dann vor, wenn es infolge von Ladenleerständen zu einer Verschlechterung des Angebotes und der städtebaulichen Qualität kommt. Maßgeblich für die Funktionsfähigkeit eines zentralen Versorgungsbereiches sind Magnetbetriebe, von deren Kundenfrequenz umliegende kleinere Einzelhandelsbetriebe profitieren. Sofern Magnetbetriebe aufgrund hoher Umsatzrückgänge durch ein Vorhaben geschlossen werden, können sich nachteilige Wirkungen auf das Umfeld ergeben. Nach den Modellrechnungen der Gutachter werden die wettbewerblichen Wirkungen in den untersuchten Sortimenten infolge der Realisierung des Netto-Vorhabens in den zentralen Versorgungsbereichen im Untersuchungsraum nicht in städtebauliche Effekte mit schwerwiegenden Funktionsstörungen dieser Standortbereiche. i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO umschlagen. **Das Kongruenzgebot wird eingehalten.**

³⁹ vgl. LEP 2016, 3.2 (8).

⁴⁰ RREP Mittleres Mecklenburg 2011, S.32

7. Überprüfung der Regelvermutung – Prüfung möglicher Auswirkungen i. S. des § 11

Abs. 3 BauNVO

Im Hinblick auf die Vermutungsregel des § 11 Abs. 3 BauNVO ist zunächst zu vermerken, dass diese für das geplante Vorhaben von Netto Marken-Discount an der Doberaner Straße mit einer Verkaufsfläche von unter 800 m² nicht ausgelöst wird. Die in § 11 Abs. 3 BauNVO, Satz 2 genannten Auswirkungen durch das Vorhaben knapp unter der Grenze zur Großflächigkeit sind darüber hinaus aus versorgungsstruktureller und städtebaulicher Sicht auszuschließen. So werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte voraussichtlich zu keinen städtebaulich relevanten Auswirkungen führen. Vielmehr verbessert sich die Grundversorgungssituation in den umliegenden Wohnlagen. **Eine Beeinträchtigung der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder der verbrauchernahen Versorgung im oder außerhalb des Einzugsgebietes i. S. d § 11 Abs. 3 BauNVO können in der Gesamtbetrachtung ausgeschlossen werden.**

V. Bewertung der Vereinbarkeit mit dem Nahversorgungskonzept der Gemeinde Satow

Das Nahversorgungskonzept für die Gemeinde Satow legt zwar nur den Standort Fritz-Reuter-Straße im Kernort Satow als Nahversorgungsstandort fest, es definiert jedoch eine Reihe von Prüfkriterien für Nahversorgungsstandorte:

„Der Standort muss städtebaulich integriert sein: Der Standort muss im direkten räumlich-funktionalen Zusammenhang zu größeren Gebieten mit Wohnbebauung stehen bzw. soll idealerweise größtenteils von Wohnbebauung umgeben sein. Darüber hinaus soll eine fußläufige Anbindung an die zugeordneten Wohnsiedlungsbereiche vorliegen (z. B. Fußwege, Querungshilfen über stark befahrene Straßen, keine städtebaulichen oder naturräumlichen Barrieren). Bei einer bauleitplanerisch gesicherten Realisation der städtebaulichen Integration gilt dieses Kriterium ebenfalls als erfüllt.“

Durch die Umsetzung des Bebauungsplans „Hanstorf Süd – Handel und Wohnen“ wird der Planstandort zukünftig in einem direkten räumlich-funktionalen Zusammenhang mit der umliegenden und parallel neu entstehenden Wohnbebauung stehen und ist in der Folge mindestens als teilintegriert einzustufen.

„Der Standort soll in das Netz des ÖPNV eingebunden sein: Der Standort soll innerhalb eines 300 m-Radius zu einem regelmäßig frequentierten Haltepunkt des ÖPNV liegen. Mindestens soll sich der Standort innerhalb eines 600 m-Radius zu einem regelmäßig frequentierten Haltepunkt befinden.“

Die nächstgelegene Bushaltestelle „Hanstorf“ befindet sich in ca. 180 m Entfernung zum Planstandort und wird im Rahmen einer für den ländlichen Raum üblichen Taktung regelmäßig frequentiert.

„Der Standort soll nicht zu stark in die Versorgungsfunktion zentraler Versorgungsbereiche eingreifen: Zentrale Versorgungsbereiche sind die primären Standortbereiche zur Sicherung der Nahversorgung. Nahversorgungsstandorte sichern nachgeordnet die wohnortnahe Versorgung von Siedlungsbereichen, die (auch perspektivisch) nicht ausreichend durch zentrale Versorgungsbereiche versorgt werden. Diese Funktion ist bei einer zu großen Nähe von Nahversorgungsstandorten an zentrale Versorgungsbereiche i. d. R. nicht erfüllt. Darüber hinaus können bei einer zu großen Nähe städtebaulich negative Wechselwirkungen zwischen Betrieben an Nahversorgungsstandorten und Betrieben in zentralen Versorgungsbereichen nicht ausgeschlossen werden. Daher sollen Nahversorgungsstandorte i. d. R. in mindestens 600 m fußläufiger Distanz zu strukturprägenden Lebensmittelmärkten und Potenzialflächen in zentralen Versorgungsbereichen liegen.“

Eine wesentliche Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion zentraler Versorgungsbereiche in Satow und dem Untersuchungsraum kann ausgeschlossen werden (vgl. Kapitel IV.5). Als Nahversorgungsstandort sichert der geplante Netto-Markt die Wohnortnahe Versorgung der umliegenden Siedlungsbereiche, die aufgrund der Distanz von rd. 8 – 9 km zum nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereich und die dort befindlichen Märkte nicht ausreichend versorgt sind.

„Der Standort soll wesentlich zur Sicherung bzw. Optimierung der Nahversorgung beitragen: Das Kriterium ist als erfüllt anzusehen, wenn der Standort die Nahversorgung als Ganzes verbessert bzw. sichert. Dabei muss ein überwiegender Teil folgender Teilkriterien erfüllt sein:

- *Sicherung/Optimierung der räumlichen Nahversorgung: Ein nicht unerheblicher Anteil der Bevölkerung im fußläufigen Nahbereich des Standortes soll insb. durch diesen Standort versorgt werden.*
- *Sicherung/Optimierung der quantitativen Nahversorgung: Der (Vorhaben) Betrieb am Standort soll zur Verbesserung einer unterdurchschnittlichen Verkaufsflächenausstattung oder Zentralität im Ortsteil beitragen.*
- *Sicherung/Optimierung der qualitativen Nahversorgung: Der (Vorhaben) Betrieb am Standort soll zur Verbesserung des Betriebstypenmixes, z. B. bei fehlendem oder nicht marktgängigem Lebensmittelvollsortimenter, bzw. zum Erhalt attraktiver Nahversorgungsstrukturen im Ortsteil beitragen.“*

Der Standort dient wesentlich der Nahversorgung der umliegenden Siedlungsbereiche und verbessert die Nahversorgung im angelegten Einzugsgebiet (vgl. Kapitel IV.1). Der geplante Standort an der Doberaner Straße wird für den gesamten Satower Ortsteil Hanstorf eine fußläufige Nahversorgung sichern und ist auch für die umliegenden unterversorgten Ortsteile und Dörfer die nächstgelegene Einkaufsmöglichkeit. Der Standort stellt somit sowohl eine quantitative wie auch qualitative Verbesserung der Nahversorgung für die Siedlungsbereiche der Gemeinde dar.

Abschließend bleibt festzustellen, dass der zukünftige **Markt an der Doberaner Straße** aufgrund einer Verkaufsfläche von weniger als 800 m² kein Gewicht erlangt, das über den Nahversorgungscharakter hinausgeht. Die pauschale Begrenzung auf unter 800 m² orientiert sich an den Vorgaben des §11 Abs. 3 BauNVO und soll genau dies sicherstellen.

Die vorliegende Analyse hat klar gezeigt, dass der geplante Netto-Markt ein Einzugsgebiet ansprechen wird, das sich i. W. auf die dem Kernort der Gemeinde Satow entlegenen Siedlungsbereiche im ländlich geprägten Raum beschränkt und die Gemeindegrenzen nur unwesentlich überschreitet. Durch die Nähe zur Hauptverkehrsstraße ist ein relativ hoher Anteil an Streuumsätzen zu erwarten. Über 90 % der Umsätze werden im Einzugsgebiet erzielt, in dem Netto Marken-Discount zukünftig den einzigen Lebensmittelmarkt darstellt.

Mit derzeit rd. 6.700 Personen ist das Einzugsgebiet trotz der großen räumlichen Ausdehnung relativ dünn besiedelt. Auch nach der Umsetzung wird der Markt kein gesamt- oder übergemeindliches Einzugsgebiet ansprechen. Die Doberaner Straße ist als Hauptverkehrsstraße ausreichend dimensioniert und ermöglicht eine unproblematische Abwicklung des Kunden- und Anlieferungsverkehrs. Somit ist das Vorhaben auch hinsichtlich des induzierten Verkehrsaufkommens verträglich. Festzuhalten ist auch, dass im zu prüfenden Netto-Markt deutlich mehr als 90 % der Verkaufsflächen mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten belegt sein werden. Dies heißt, dass der Markt schon wegen seiner Sortimentsstruktur wesentlich für die Grundversorgung ist. **Insgesamt bleibt der Nahversorgungscharakter bei einer Verkaufsflächendimensionierung von unter 800 m² gewahrt und erfüllt zu einem überwiegenden Teil die Prüfkriterien gem. Nahversorgungskonzept für die Gemeinde Satow.**

Verzeichnisse**Seite****Kartenverzeichnis**

Karte 1:	Mikrostandort Doberaner Straße und Umfeldnutzungen	17
Karte 2:	Einzugsgebiet des geplanten Netto-Marktes an der Doberaner Straße	21
Karte 3:	Projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum	27

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Umsatzerwartung anhand des Marktanteilkonzeptes	23
Tabelle 2:	Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben	30

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Zentrenrelevante Kernsortimente (im LEP M-V: Abbildung 21)	8
Abbildung 2:	Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2012 – 2022	11