



**Dr. Lademann & Partner**  
Wissen bewegt.

# **Die Stadt Plau am See als Standort für Kaufhaus Stolz**

Verträglichkeitsuntersuchung für  
ein Ansiedlungsvorhaben



## **Endbericht**

Im Auftrag des Amt Plau am See  
Hamburg, 14.09.2021



**Dr. Lademann & Partner**  
Wissen bewegt.

## **Die Stadt Plau am See als Standort für Kaufhaus Stolz**

Verträglichkeitsuntersuchung für ein Ansiedlungsvorhaben

Projektnummer: 21DLP3038

Exemplarnummer: 01

Projektleitung und -bearbeitung: Boris Böhm

Bearbeitet unter Mitarbeit von: Marcel Groß

Im Auftrag des

**Amt Plau am See**

**Markt 2**

**19395 Plau am See**

erarbeitet durch

**Dr. Lademann & Partner**

Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Friedrich-Ebert-Damm 311, 22159 Hamburg

Altmarkt 10d, 01067 Dresden

Prinzenallee 7, 40549 Düsseldorf

Königstraße 10c, 70173 Stuttgart

Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt und unter der Projektnummer registriert. Die im Gutachten enthaltenen Karten und Daten sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht aus dem Gutachten separiert oder einer anderen Nutzung zugeführt werden. Ausschließlich der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten im Rahmen der Zwecksetzung an Dritte außer an Mitbewerber der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH weiterzugeben. Ansonsten sind Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe von Texten oder Grafiken - auch auszugsweise - sowie die EDV-seitige oder optische Speicherung nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH erlaubt.

# Inhalt

	Abbildungsverzeichnis	IV
	Tabellenverzeichnis	IV
<b>1</b>	<b>Einführung</b>	<b>1</b>
1.1	Ausgangslage und Aufgabenstellung	1
1.2	Vorgehensweise	2
<b>2</b>	<b>Analyse von Mikrostandort und Vorhaben</b>	<b>4</b>
2.1	Mikrostandort	4
2.2	Vorhabenkonzeption	6
<b>3</b>	<b>Rahmendaten des Makrostandorts</b>	<b>8</b>
3.1	Lage im Raum	8
3.2	Sozioökonomische Rahmendaten	9
<b>4</b>	<b>Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial</b>	<b>12</b>
4.1	Methodische Vorbemerkungen	12
4.2	Wettbewerb im Raum	12
4.3	Herleitung des Einzugsgebiets	14
4.4	Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial	16
<b>5</b>	<b>Analyse der Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum</b>	<b>18</b>
<b>5.1</b>	<b>Vorhabenrelevante Einzelhandelsstruktur im Einzugsgebiet</b>	<b>18</b>
5.1.1	Gesundheits- und Pflegeartikel	19
5.1.2	Modischer Bedarf (Bekleidung, Schuhe/Lederwaren)	20
5.1.3	Spielwaren/Hobbybedarf	21
5.1.4	Sport- und Campingartikel	22
5.1.5	Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	23
5.1.6	Elektro/Technik	24
5.1.7	Hausrat/GPK, Einrichtungszubehör	25

<b>5.2</b>	<b>Vorhabenrelevante Einzelhandelsstruktur in den umliegenden Zentralen Orten</b>	<b>27</b>
5.2.1	Gesundheits- und Pflegartikel	27
5.2.2	Modischer Bedarf	28
5.2.3	Spielwaren/Hobbybedarf	28
5.2.4	Sportbedarf/Camping	29
5.2.5	Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	30
5.2.6	Hausrat/GPK, Einrichtungszubehör	30
5.2.7	Elektro/Technik	31
<b>5.3</b>	<b>Städtebauliche/versorgungsstrukturelle Ausgangslage in den zentralen Versorgungsbereichen</b>	<b>33</b>
5.3.1	Innenstadt Plau am See	34
5.3.2	Innenstadt Goldberg	36
5.3.3	Innenstadt Krakow am See	37
5.3.4	Innenstadt Lübz	38
5.3.5	Innenstadt Malchow	40
<b>6</b>	<b>Vorhaben- und Wirkungsprognose</b>	<b>42</b>
6.1	Flächenproduktivität des Vorhabens	42
6.2	Wirkungsprognose	43
6.2.1	Vorbemerkungen	43
6.2.2	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Gesundheits- und Pflegeartikel	44
6.2.3	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Modischer Bedarf	45
6.2.4	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Spielwaren /Hobbybedarf	46
6.2.5	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Sportbedarf	47
6.2.6	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Elektro/Technik	48
6.2.7	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	49
6.2.8	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Hausrat/GPK, Einrichtungszubehör	49

6.3	Umsatzstruktur und Marktanteilsbetrachtung	50
<b>7</b>	<b>Bewertung des Vorhabens</b>	<b>53</b>
7.1	Zu den Bewertungskriterien	53
7.2	Zur zentralörtlichen Zuordnung	55
7.3	Zu den Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die Nahversorgung	56
7.4	Zur städtebaulichen Integration des Vorhabenstandorts	60
7.5	Zur Kompatibilität mit dem kommunalen Einzelhandelsentwicklungskonzept	61
<b>8</b>	<b>Fazit und gutachterliche Empfehlung</b>	<b>64</b>

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Mikrostandort	4
Abbildung 2: Vorhabenstandort	5
Abbildung 3: Lage im Raum	8
Abbildung 4: Vorhabenrelevante Wettbewerbsstruktur im Raum	13
Abbildung 5: Einzugsgebiet des Vorhabens	14
Abbildung 6: Innenstadt Plau am See	34
Abbildung 7: Die Innenstadt von Goldberg	36
Abbildung 8: Die Innenstadt von Krakow am See	37
Abbildung 9: Die Innenstadt von Lübz	39
Abbildung 10: Innenstadt Malchow	40

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung im Vergleich	10
Tabelle 2: Kundenpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens	15
Tabelle 3: Nachfragepotenzial zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit	16
Tabelle 4: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur Gesundheits- und Pflegeartikel	19
Tabelle 5: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur Modischer Bedarf	20
Tabelle 6: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur Spielwaren/Hobbybedarf	21
Tabelle 7: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur Sport- und Campingartikel	22
Tabelle 8: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	23
Tabelle 9: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur Elektro/Technik	24
Tabelle 10: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur Hausrat/GPK, Einrichtungszubehör	25
Tabelle 11: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur in den umliegenden Zentralen Orten im Segment Gesundheits- und Pflegeartikel	27

Tabelle 12: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur in den umliegenden Zentralen Orten im Segment Modischer Bedarf	28
Tabelle 13: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur in den umliegenden Zentralen Orten im Segment Spielwaren/Hobbybedarf	29
Tabelle 14: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur in den umliegenden Zentralen Orten im Segment Sportbedarf/Camping	29
Tabelle 15: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur in den umliegenden Zentralen Orten im Segment Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	30
Tabelle 17: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur in den umliegenden Zentralen Orten im Segment Hausrat/GPK, Einrichtungszubehör	31
Tabelle 16: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur in den umliegenden Zentralen Orten im Segment Elektro/Technik	32
Tabelle 18: Prospektive sortimentspezifische Flächenproduktivitäten	42
Tabelle 19: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens im Segment Gesundheits- und Pflegeartikel	44
Tabelle 20: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens im Segment Modischer Bedarf	46
Tabelle 21: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens im Segment Spielwaren	47
Tabelle 22: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens im Segment Sportbedarf	47
Tabelle 23: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens im Segment Elektro/Technik	48
Tabelle 24: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens im Segment Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	49
Tabelle 25: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens im Segment Hausrat/GPK, Einrichtungszubehör	50
Tabelle 26: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Vorhabens	51
Tabelle 27: Sortimentsspezifische Marktanteile des Vorhabens im Einzugsgebiet	52

# 1 Einführung

## 1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

In der in Mecklenburg-Vorpommern gelegenen Kleinstadt **Plau am See** wird aktuell über ein Ansiedlungsinteresse des im Nord- und Ostseeraum weit verbreiteten Formats **Kaufhaus Stolz** diskutiert. Als möglicher Standort kommt dabei die Güstrower Chaussee (B 103) in Frage, an der ein Sondergebiet für Einzelhandel ausgewiesen werden soll. Die Verkaufsfläche ist mit 800 bis 1.200 qm konzipiert. Das Angebot von Kaufhaus Stolz erstreckt sich üblicherweise über die Sortimente Bekleidung, Schuhe, Sportartikel, Spielwaren, Bücher, Schreibwaren, Elektro/Technik, Hausrat/GPK/Wohnaccessoires und Drogeriewaren/Parfümerie/Kosmetik, variiert im Umfang aber je nach Standort.

Plau am See verfügt über ein **Einzelhandelskonzept aus dem Jahre 2019**. Danach wird der potenzielle Vorhabenstandort als **perspektivischer Nahversorgungsstandort Güstrower Chaussee** ausgewiesen und stellt keinen zentralen Versorgungsbereich dar. Damit verknüpft ist das Handlungsziel, an diesem Standort Einzelhandelsformate anzusiedeln, um bestehende Angebotslücken in der Stadt schließen und Zentralitätsdefizite abbauen zu können.

Im Rahmen einer **Verträglichkeitsuntersuchung** sollten die mit dem Ansiedlungsvorhaben verbundenen prospektiven Auswirkungen ermittelt und bewertet werden. Dabei stand vor allem die Frage im Fokus, ob es infolge der Ansiedlung von Kaufhaus Stolz zu negativen Auswirkungen auf den innerstädtischen Einzelhandel in der Altstadt kommen kann. Darüber hinaus galt es herauszuarbeiten, welche Sortimentsstruktur für das Kaufhaus Stolz das gesamtstädtische Interesse an der Schließung von Angebotslücken am ehesten mit den Entwicklungsperspektiven der Altstadt in Einklang bringen könnte.

Da die Ansiedlung im Rahmen eines **Bauleitplanverfahrens** erfolgen würde, wurde das Vorhaben auch auf seine Vereinbarkeit mit den Zielen der Raumordnung geprüft. Prüfungsmaßstab waren somit § 1 Abs. 6 Nr. 4, 8a und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB und § 1 Abs. 4 BauGB in Verbindung mit den Bestimmungen der Landes- und Regionalplanung in Mecklenburg-Vorpommern bzw. des Regionalen Planungsverbands Westmecklenburg sowie vor dem Hintergrund der Zielaussagen des kommunalen Einzelhandelskonzepts.

## 1.2 Vorgehensweise

Im Einzelnen war für die Analyse eine **Untersuchung folgender Punkte** erforderlich:

- Kurzbewertung der relevanten **sozioökonomischen Rahmenbedingungen** am Makrostandort Plau am See (Bevölkerungsentwicklung, Kaufkraftniveau, Tourismus, Erreichbarkeitsbeziehungen);
- Darstellung und Bewertung des **Mikrostandorts**, des Standortumfelds und der planungsrechtlichen Gegebenheiten;
- Darstellung des Vorhabens und Bewertung der **sortimentspezifischen Zentrenrelevanz**; dabei wurde herausgearbeitet, welche Vorhabenssortimente in der Altstadt von Plau am See besonders prägend sind und welche Vorhabenssortimente in der Altstadt nicht bzw. kaum vertreten sind;
- Abgrenzung des Untersuchungsraums und **Bewertung der vorhabenrelevanten Wettbewerbssituation** im Raum;
- Analyse und Bewertung der **vorhabenrelevanten Angebotssituation** im Untersuchungsraum; Abschätzung der **Umsätze und Flächenproduktivitäten** im vorhabenrelevanten Einzelhandel sowie Bewertung der Versorgungssituation innerhalb von Plau am See (Einzelhandelszentralität);
- **städtebauliche und versorgungsstrukturelle Analyse** der Ausgangslage in den betroffenen zentralen Versorgungsbereichen zur Frage der Stabilität/Fragilität der Zentren mit besonderem Fokus auf die Altstadt von Plau am See;
- **Vorhabenprognose** bezüglich des prospektiven Einzugsgebiets, des Nachfragepotenzials und des Streukundenpotenzials durch Touristen; Ermittlung des prospektiven Vorhabenumsatzes und der Umsatzherkunft unter Ansetzung betriebsformentypischer und kaufkraftgewichteter Flächenproduktivitäten; Darstellung der prospektiven Marktanteile des Vorhabens im Einzugsgebiet;
- absatzwirtschaftliche **Wirkungsprognose**, gegliedert nach Sortimentsgruppen, bezüglich der zu erwartenden **Umsatzumverteilungseffekte** durch das Vorhaben zulasten des bestehenden Einzelhandels unter besonderer Berücksichtigung der Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche; die Wirkungsprognose wurde im Sinne einer „Schwellenwertanalyse“ durchgeführt, bei der nicht eine feste Eingangsgröße für die Verkaufsfläche auf ihre Wirkung geprüft wird, sondern unter Ansetzung maximal verträglicher Umsatzumverteilungsquoten die verträgliche Verkaufsfläche je Sortiment ermittelt wird;
- **städtebauliche und raumordnerische Bewertung** der prospektiven Auswirkungen des Vorhabens nach den Anforderungen von § 1 Abs. 6 Nr. 4, 8a und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB und § 1 Abs. 4 BauGB in Verbindung mit den raumordnerischen Bestimmungen in Mecklenburg-Vorpommern. Hierbei standen die im Sinne einer Worst-Case-Analyse ermittelten ökonomischen Wirkungen des Vorhabens

besonders im Hinblick auf die Frage im Fokus, ob es zu negativen städtebaulichen Folgewirkungen im Sinne einer Funktionsstörung der zentralen Versorgungsbereiche oder der verbrauchernahen Versorgung kommen kann; darüber hinaus wurde das Vorhaben auf seine Vereinbarkeit mit den einzelhandelsrelevanten Zielen der Raumordnung<sup>1</sup> gemäß dem Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern 2016 und dem Regionalen Raumentwicklungsprogramm Westmecklenburg 2011 sowie vor dem Hintergrund des kommunalen Einzelhandelskonzepts der Stadt Plau am See aus 2019 bewertet;

- **zusammenfassende fachgutachterliche Bewertung und Empfehlung**, ob das Vorhaben seitens der Stadt unterstützt werden sollte; in diesem Zuge wurde auch eine Verkaufsflächenobergrenze definiert und Aussagen dazu getroffen, welche Sortimente in welchen Umfang maximal zugelassen werden sollten.

Um die Verträglichkeit des Vorhabens beurteilen zu können, waren eine Reihe von **Pri-mär- und Sekundärerhebungen** durchzuführen.

- Sekundärdatenanalysen der Daten des Statistischen Landesamts sowie einschlägiger Institute bezüglich der sozioökonomischen Rahmendaten;
- Vor-Ort-Erhebung der vorhabenrelevanten Angebotssituation im Untersuchungsraum (Plau am See und Umlandzentren) in folgenden Sortimenten:
  - Gesundheits- und Pflegeartikel (Drogeriewaren)
  - Bekleidung/Wäsche und Schuhe/Lederwaren
  - Spielwaren/Hobbybedarf
  - Sport- und Campingartikel
  - Bücher/Schreibwaren/Zeitschriften
  - Elektro/Technik
  - Hausrat/GPK, Einrichtungszubehör, Haus- und Heimtextilien
- intensive Begehungen des Mikrostandorts, des Standortumfelds sowie der wesentlichen Wettbewerbsstandorte und zentralen Versorgungsbereiche zur Beurteilung ihrer Leistungs- und Funktionsfähigkeit.

Als **Prognosehorizont** wurde das Jahr 2023 als mögliches erstes Jahr der Marktwirksamkeit des Vorhabens angesetzt.

---

<sup>1</sup> V.a. Beeinträchtungsverbot, Kongruenzgebot, Konzentrationsgebot, Integrationsgebot.

## 2 Analyse von Mikrostandort und Vorhaben

### 2.1 Mikrostandort

Der Vorhabenstandort befindet sich an der Güstrower Chaussee (B 103) am nördlichen Rand des Kernstadtgebiets von Plau am See.



Abbildung 1: Mikrostandort

Die **verkehrliche Anbindung** des Vorhabenstandorts ist aufgrund der direkten Lage am Kreisverkehr, an dem die B 103 und die B 191 zusammentreffen, als sehr gut zu bezeichnen. Die B 103 dient als primäre Nord-Süd-Verkehrsachse der Stadt Plau am See und sorgt somit nicht nur für eine zügige Anbindung des Vorhabenstandorts an das gesamte Stadtgebiet, sondern bindet auch das nördliche Umland von Plau am See in Richtung Krakow am See und Goldberg an den Standort an und stellt im weiteren Straßenverlauf zudem einen Anschluss an die BAB 19 in Richtung Rostock dar. Nach Süden verläuft die B 103 durch das Stadtgebiet in Richtung der zwischen Hamburg und Berlin verlaufenden BAB 24. Die B 191 stellt unterdessen eine Hauptverbindung in das westlich gelegene Umland in Richtung Lübz und Parchim dar.

An den ÖPNV ist der Vorhabenstandort über die rd. 500 m entfernt gelegene Haltestelle „Lange Straße“ gut angebunden. Mit den hier regelmäßig verkehrenden Buslinien lässt sich nicht nur das übrige Stadtgebiet von Plau am See erreichen, sondern auch viele umliegende Kommunen (u.a. Goldberg, Krakow am See, Lübz, Malchow, Meyenburg, Parchim, Schwerin).



**Abbildung 2: Vorhabenstandort**

Das Vorhabenareal ist derzeit nicht bebaut und wird landwirtschaftlich genutzt. Im nördlichen **Standortumfeld** befindet sich neben einer Total-Tankstelle und einer Kfz-Werkstatt auf der gegenüberliegenden Straßenseite ein großer Agrarbetrieb. Ansonsten ist das nördliche und östliche Standortumfeld von landwirtschaftlich genutzten Flächen geprägt, die jedoch perspektivisch für eine Wohnbebauung vorgesehen sind. Im Süden schließt sich ein bereits durch Ein- und Zweifamilienhäuser geprägtes Wohngebiet an und auf der gegenüberliegenden Straßenseite sind auch mehrgeschossige Wohngebäude verortet.

Die nächstgelegenen Einzelhandelsnutzungen befinden sich rd. 500 m südlich am Standort Lange Straße/Quetziner Straße. Der Standortbereich ist im Einzelhandelskonzept als Nahversorgungsstandort ausgewiesen – hier sind mit den drei Lebensmitteldiscountern Aldi, Lidl und Netto und einem Rewe-Verbrauchermarkt sowie einem Getränkemarkt (Getränkehaus) die flächengrößten und frequenzstärksten Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet ansässig. Der zentrale Versorgungsbereich „Innenstadt Plau am See“ befindet sich ebenfalls in südlicher Richtung, rd. 1,3 km entfernt vom Vorhabenstandort.

## 2.2 Vorhabenkonzeption

Gegenstand der vorliegenden Untersuchung ist die geplante Ansiedlung einer Filiale von Kaufhaus Stolz mit einer Verkaufsfläche zwischen 800 und 1200 qm.

Typischerweise bietet Kaufhaus Stolz die Sortimente Bekleidung, Schuhe, Sportartikel, Spielwaren, Bücher, Schreibwaren, Elektro/Technik, Hausrat/GPK/Wohnaccessoires und Drogeriewaren/Parfümerie/Kosmetik an. Somit werden sowohl Sortimente des periodischen als auch des aperiodischen Bedarfsbereichs angeboten. Wieviel Verkaufsfläche auf die einzelnen Sortimente entfällt, ist je nach Standort durchaus unterschiedlich. Der Sortimentsschwerpunkt liegt allerdings i.d.R. bei Bekleidung und Schuhen, also im Modischen Bedarf.

Die **Zentrenrelevanz** der Vorhabensortimente stellt sich gemäß der im kommunalen Einzelhandelskonzept enthaltenen „Plauer Sortimentsliste“ folgendermaßen dar:

### Nahversorgungsrelevant

- Drogeriewaren/Parfümerie/Kosmetik

### Zentrenrelevant

- Bekleidung
- Schuhe/Lederwaren
- Hausrat/GPK/Wohnaccessoires<sup>2</sup>
- Spielwaren/Hobbybedarf
- Sportartikel, Sportbekleidung/-schuhe<sup>3</sup>
- Bücher, Papier/Schreibwaren
- Elektro/Technik<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Die Teilsortimente Bettwaren, Matratzen und Leuchten sind nicht zentrenrelevant.

<sup>3</sup> Das Teilsortiment Camping ist nicht zentrenrelevant.

<sup>4</sup> Die Teilsortimente Elektrogroßgeräte und Installationsmaterialien sind nicht zentrenrelevant.

Somit handelt es sich bei Kaufhaus Stolz um ein Einzelhandelsformat, welches im Sinne der örtlichen Sortimentsliste als überwiegend zentrenrelevant einzustufen ist (zumal die nahversorgungsrelevanten Sortimente zugleich auch zentrenrelevante Sortimente sind). Nicht-zentrenrelevante Sortimente werden lediglich arrondierend als Teilsortiment angeboten.

An der Güstrower Chaussee in der Stadt Plau am See ist die Neuansiedlung von Kaufhaus Stolz mit einer Verkaufsfläche von 800 bis 1200 qm geplant. Der Vorhabenstandort ist verkehrsgünstig an der B 103 gelegen und Teil einer großen Wohngebietsentwicklung im nördlichen Stadtgebiet. Im kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Plau am See ist das Areal als (perspektivischer) Nahversorgungsstandort Güstrower Chaussee ausgewiesen.

## 3 Rahmendaten des Makrostandorts

### 3.1 Lage im Raum

Die mecklenburg-vorpommersche Stadt Plau am See befindet sich im äußersten östlichen Teil des Landkreises Ludwigslust-Parchim und ist neben der Kernstadt noch in sieben weitere kleine Ortsteile gegliedert. Am nordöstlichen Rand des Siedlungsgebiets der Kernstadt ist der Vorhabenstandort verortet.

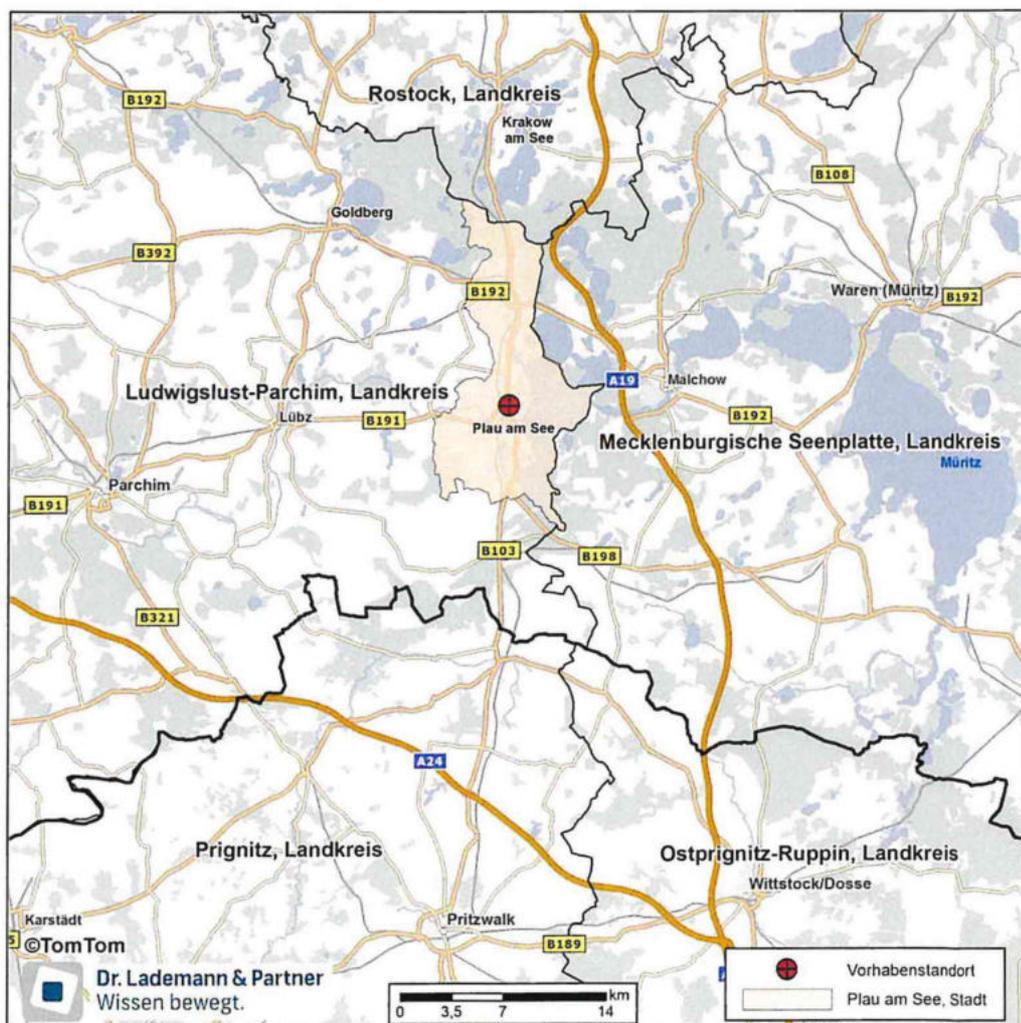


Abbildung 3: Lage im Raum

Die **verkehrliche Anbindung** von Plau am See erfolgt im Wesentlichen über die B 191 und die B 103, die sich im nördlichen Stadtgebiet kreuzen. Die B 103 durchzieht das Stadtgebiet von Nord nach Süd und stellt dabei einen Anschluss an das angrenzende Umland und an die BAB 19 sowie an die BAB 24 her. Die B 103 schließt das westliche Umland an Plau am See an und verläuft in Richtung Lübz und Parchim. Für die Anbindung des östlichen Umlands ist zudem die B 198 von Bedeutung, die südlich der Kernstadt von der B 103 abzweigt und in Richtung Müritz bzw. ebenfalls zur BAB 19 verläuft. An den ÖPNV ist Plau am See über zahlreiche Buslinien angebunden. In den Sommermonaten besteht zudem über den Bahnhof eine Bahnverbindung über Karow nach Parchim.

Plau am See weist als Luftkurort und durch die Lage am Plauer See **signifikante touristische Potenziale** auf. Insgesamt finden sich 27 Beherbergungsbetriebe<sup>5</sup> im Stadtgebiet, darunter auch ein Campingplatz. Zudem ist Plau am See Teil der weiträumigen Ferienregion Mecklenburgische Seenplatte.

Von Seiten der Landesplanung ist die Stadt Plau am See als **Grundzentrum** eingestuft und soll somit als Standort für die Versorgung der Bevölkerung im Nahbereich mit Gütern und Dienstleistungen des qualifizierten wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Grundbedarfs gesichert und weiterentwickelt werden. Zu diesem Nah- bzw. Verflechtungsbereich gehören die Umlandgemeinden Barkhagen und Ganzlin. Dabei steht die Stadt Plau am See im intensiven interkommunalen Wettbewerb mit den nächstgelegenen Grundzentren Lübz, Malchow, Krakow am See und Goldberg, die allesamt zwischen 15 und 25 Kilometer von Plau am See entfernt liegen. Die nächstgelegenen Mittelzentren sind Parchim (rd. 30 km westlich), Waren/Müritz (rd. 40 km östlich) sowie Güstrow (rd. 40 km nördlich). Das nächstgelegene Oberzentrum Schwerin ist rd. 75 km entfernt. Das Oberzentrum Rostock kann über die BAB 19 in rd. einer Stunde erreicht werden.

## 3.2 Sozioökonomische Rahmendaten

Die **Bevölkerungsentwicklung** in der Stadt Plau am See verlief seit 2016 sehr konstant, während die Umlandkommunen (mit Ausnahme von Barkhagen) rückläufige Einwohnerzahlen aufweisen. Damit hat sich die örtliche Einwohnerentwicklung ein Stück weit vom regionalen Trend abgekoppelt, zumal auch der Landkreis Ludwigslust-Parchim insgesamt eine rückläufige Einwohnerzahl aufweist (-0,2% p.a.).

Insgesamt lebten in Plau am See Anfang 2021

**gut 6.060 Einwohner.**

---

<sup>5</sup> Ab 10 Betten.

#### Einwohnerentwicklung in Plau am See, Stadt im Vergleich

Gemeinde, Landkreis, Land	2016	2021	abs.	+/- 16/21	
				in %	Veränderung p.a. in %
<b>Plau am See, Stadt</b>	<b>6.055</b>	<b>6.055</b>	<b>0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
Barkhagen	606	613	7	1,2	0,2
Ganzlin	1.450	1.419	-31	-2,1	-0,4
Goldberg, Stadt	3.683	3.392	-291	-7,9	-1,6
Krakow am See, Stadt	3.509	3.412	-97	-2,8	-0,6
Lübz, Stadt	6.281	6.204	-77	-1,2	-0,2
Malchow, Stadt	6.582	6.542	-40	-0,6	-0,1
<b>Landkreis Ludwigslust-Parchin</b>	<b>214.113</b>	<b>211.844</b>	<b>-2.269</b>	<b>-1,1</b>	<b>-0,2</b>
<b>Mecklenburg-Vorpommern</b>	<b>1.612.362</b>	<b>1.610.774</b>	<b>-1.588</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,0</b>

**Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung im Vergleich**

Für die **Prognose der Bevölkerungsentwicklung** in Plau am See kann in Anlehnung an die Prognose von MB-Research<sup>6</sup>, unter Berücksichtigung der tatsächlichen Entwicklung in den letzten Jahren, davon ausgegangen werden, dass sich die Einwohnerzahlen in den nächsten Jahren leicht negativ (- 0,1% p.a.) entwickeln werden. Im Jahr 2023 (dem möglichen Zeitpunkt der Marktwirksamkeit des Vorhabens) ist in Plau am See daher mit einer minimal geringfügigeren Bevölkerungszahl zu rechnen von

#### **etwa 6.040 Einwohnern.**

Plau am See verfügt über eine **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer**<sup>7</sup> von 88,2. Die Kaufkraftkennziffer fällt damit im Vergleich zum Schnitt des Landkreises Ludwigslust-Parchim (89,4) sowie zum Landesdurchschnitt (89,4) etwas niedriger aus.

Im Jahr 2019 konnte Plau am See rd. 381.100 Übernachtungen (+0,3 % p.a. seit 2012) verzeichnen. Die Zahl der Gästeankünfte betrug rd. 79.800 (+1,0 % p.a. seit 2012).<sup>8</sup> Laut Angaben der Stadt Plau am See bilden die vom Statistischen Landesamt ermittelten Übernachtungszahlen das tatsächliche Besucheraufkommen aber nur zu knapp 80 % ab. Die restlichen 20 % entfallen auf Übernachtungen in Kleinstbetrieben und Ferienwohnungen und belaufen sich somit auf zusätzliche etwa 100.000 Übernachtungen. Hinzu kommen etwa 1,4 Mio. Tagesgäste.<sup>9</sup> Da unter Tagesgäste sämtliche Besucher von außerhalb fallen, also auch Personen, die in den zum Nahbereich

<sup>6</sup> Vgl. Kleinräumige Bevölkerungsprognose von MB-Research 2021. Die Modellrechnung berücksichtigt insbesondere die Angaben des Statistischen Bundesamts (prozentuale Veränderung auf Ebene der Stadt- und Landkreise sowie Gemeinden > 2.000 Einwohner: 12. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung).

<sup>7</sup> Vgl. MB-Research: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2021. Durchschnitt Deutschland=100.

<sup>8</sup> Quelle: Statistisches Landesamt Mecklenburg-Vorpommern 2019. Es wurden die Daten des Jahres 2019 herangezogen, da die aktuellsten Daten aufgrund der Pandemiebedingungen nicht aussagekräftig sind.

<sup>9</sup> Das Potenzial an Tagestouristen lässt sich überschlägig anhand der Übernachtungszahlen (ab 10 Betten/Stellplätzen) gemäß Statistischem Landesamt ermitteln. Hierfür wird die Zahl der Gästeübernachtungen mit dem für die Region Westmecklenburg, Mecklenburgische Schweiz und Seenplatte anzusetzenden Faktor von 3,7 multipliziert (vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2014): „Tagesreisen der Deutschen“ Berlin.).

gehörenden Umlandkommunen leben, muss die Zahl noch entsprechend bereinigt werden und beläuft sich auf etwa 670.000 „echte“ Tagesgäste.

Aufgrund dieser hohen und wachsenden Bedeutung des Tourismus ergeben sich zusätzliche Impulse für die Einzelhandelsnachfrage in Plau am See, was im weiteren Verlauf der Untersuchung berücksichtigt wird.

Plau am See ist raumordnerisch als Grundzentrum eingestuft und soll damit Versorgungsfunktionen für das eigene Stadtgebiet sowie für die Umlandkommunen Barkhagen und Ganzlin übernehmen. Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum induzieren insbesondere aufgrund der starken Bedeutung des Tourismus zusätzliche Impulse für die künftige Einzelhandelsentwicklung in Plau am See.

## 4 Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial

### 4.1 Methodische Vorbemerkungen

Zur Ermittlung des vorhabenspezifischen Einzugsgebiets wurden die Einzugsbereiche vergleichbarer Bestandsobjekte ausgewertet und im Analogieschlussverfahren auf das Vorhaben in Plau am See übertragen.

Dabei ist neben der Erreichbarkeit des Standorts und dem Agglomerationsumfeld vor allem die Wettbewerbssituation im Raum für die konkrete Ausdehnung des Einzugsgebiets ausschlaggebend. Die Wettbewerbsstruktur im Raum kann sowohl limitierend als auch begünstigend auf die Ausdehnung des Einzugsgebiets wirken. Darüber hinaus ist auch das eigene Filialnetz von Kaufhaus Stolz zu berücksichtigen.

### 4.2 Wettbewerb im Raum

Bei Kaufhaus Stolz handelt es sich um ein Format, welches in den letzten Jahren stark an Bedeutung eingebüßt hat. So gibt es nur noch wenige mit Kaufhaus Stolz unmittelbar vergleichbare Warenhaus-Formate, die eine ähnlich breite Sortimentsstruktur abbilden. Zu nennen sind hier z.B. die CEKA-Kaufhäuser in Niedersachsen oder das Kaufhaus Nessler mit Standorten in Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern und Brandenburg. Auch das als Kleinkaufhaus konzipierte Format Drogerie Müller sowie das Niedrigpreis-Kaufhausformat Woolworth sind als vergleichbare Anbieter anzuführen. Im Untersuchungsraum findet sich jedoch keiner dieser Anbieter, von dem eine einzugsgebietslimitierende Wirkung ausgehen würde.

Auch die nächstgelegenen Filialen von Kaufhaus Stolz in Waren/Müritz und Parchim sind bereits relativ weit entfernt, induzieren gleichwohl aber eine Einzugsgebietsbeschränkung in Richtung Westen und Osten.

Im Wettbewerb steht Kaufhaus Stolz aber durchaus auch mit Fachgeschäften und Fachmärkten, die die Sortimente von Kaufhaus Stolz anbieten. Von diesen Anbietern geht aber keine signifikante einzugsgebietslimitierende Wirkung aus.

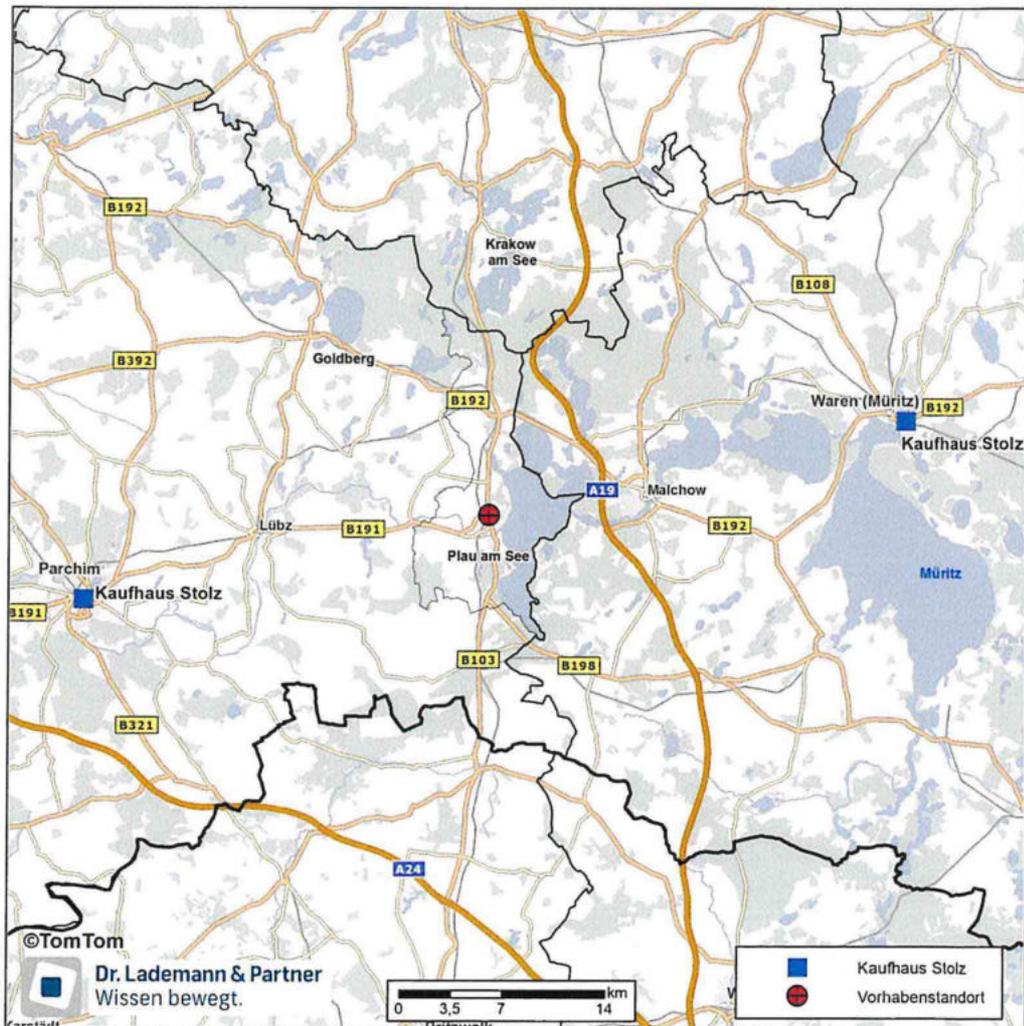


Abbildung 4: Vorhabenrelevante Wettbewerbsstruktur im Raum

Insgesamt ist somit von einer eher geringen vorhabenrelevanten Wettbewerbsintensität im Raum auszugehen.

## 4.3 Herleitung des Einzugsgebiets

Aufgrund der Distanzempfindlichkeit der Verbrauchernachfrage sinkt der Marktanteil mit zunehmender Entfernung zwischen Wohn- und Vorhabenstandort, weshalb das Einzugsgebiet für die weiteren Betrachtungen in unterschiedliche Zonen untergliedert wurde.

Das **Einzugsgebiet des Vorhabens** erstreckt sich im Kern über das gesamte Stadtgebiet von Plau am See (Zone 1) sowie über die angrenzenden Gemeinden Barkhagen und Ganzlin (Zone 2) und umfasst somit den gesamten Nahbereich des Grundzentrums Plau am See entlang der B 103 und der B 191. Eine weitere räumliche Ausdehnung des Einzugsgebiets wird zum einen aufgrund der Filialstandorte von Kaufhaus Stolz in Parchim und in Waren/Müritz verhindert sowie zum anderen aufgrund der zunehmenden räumlichen Entfernung, da der Einkauf von aperiodischen Sortimenten einer erhöhten Distanzsensibilität auf Verbraucherseite unterliegt.

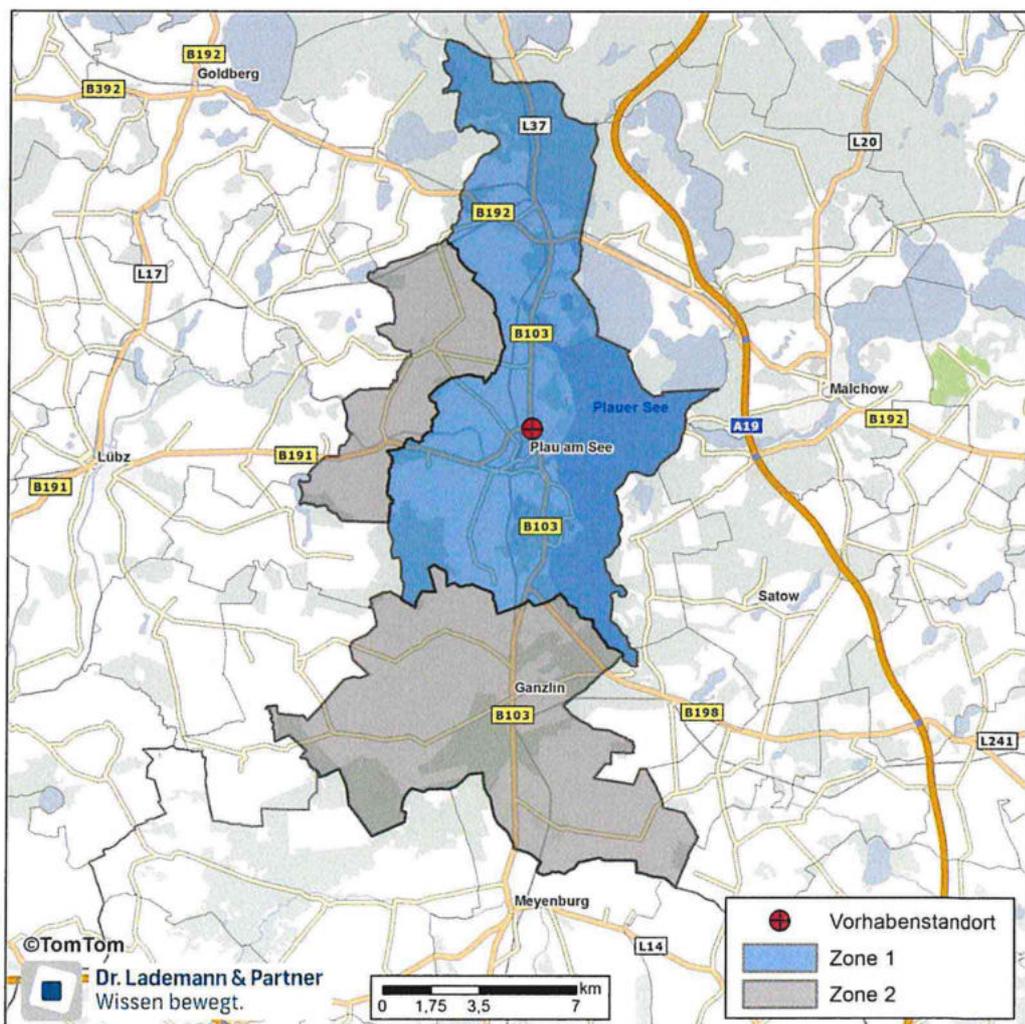


Abbildung 5: Einzugsgebiet des Vorhabens

In dem prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens leben derzeit

**rd. 8.100 Einwohner.**

Aufgrund der prognostizierten Bevölkerungsveränderungen kann von einem weitgehend konstanten Einwohnerpotenzial in 2023 ausgegangen werden.

Einzugsgebiet des Erweiterungsvorhabens in Plau am See, Stadt

Bereich	2021	2023
Zone 1	6.055	6.040
Zone 2	2.032	2.030
<b>Einzugsgebiet</b>	<b>8.087</b>	<b>8.070</b>

Quelle: Eigene Berechnungen der Dr. Lademann & Partner GmbH.

**Tabelle 2: Kundenpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens**

Hinzu kommt noch ein erhebliches Streukundenpotenzial, was sich in erster Linie aus dem Touristenaufkommen in Plau am See ableiten lässt.

## 4.4 Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial

Auf der Grundlage der Einwohnerzahlen und der Kaufkraft<sup>10</sup> im Einzugsgebiet sowie des zugrunde gelegten Pro-Kopf-Ausgabesatzes<sup>11</sup> beträgt das **Nachfragepotenzial** für die vorhabenrelevanten Sortimente aktuell rd. 18,7 Mio. €.

Hinzu kommt noch ein erhebliches, durch Touristen induziertes zusätzliches Nachfragepotenzial. Für die Übernachtungsgäste (insgesamt ca. 480.000) ist davon auszugehen, dass diese pro Tag im Schnitt mindestens 4,40 € für den periodischen Bedarf und mindestens 10,90 € für den aperiodischen Bedarf ausgeben.<sup>12</sup> Hieraus leitet sich ein zusätzliches durch Übernachtungsgäste induziertes Nachfragepotenzial von insgesamt rd. 7,4 Mio. € ab. Für die („echten“) Tagesgäste kann davon ausgegangen werden, dass diese pro Tag im Schnitt mindestens 2,80 € für den periodischen Bedarf und mindestens 7,90 € für den aperiodischen Bedarf ausgeben.<sup>13</sup> Hieraus leitet sich ein zusätzliches, durch Tagesgäste induziertes Nachfragepotenzial von insgesamt rd. 7,2 Mio. € ab. Nur bezogen auf die vorhabenrelevanten Sortimente beträgt das durch Touristen induzierte zusätzliche Nachfragepotenzial rd. 6,9 Mio. €, sodass das Nachfragepotenzial für das Vorhaben insgesamt

**rd. 25,6 Mio. € beträgt.**

Nachfragepotenzial des Vorhabens 2021 in Mio. €

Daten	Zone 1	Zone 2	Tourismus	Gesamt
Drogeriewaren	2,5	0,8	0,5	3,8
Modischer Bedarf (Bekleidung, Schuhe/Lederwaren)	3,9	1,3	2,2	7,4
Spielwaren/Hobbybedarf	0,8	0,3	0,4	1,4
Sport- und Campingartikel	1,0	0,3	0,5	1,8
Bücher/Zeitschriften, Schreibwaren	1,2	0,4	0,6	2,2
Elektro/Technik	3,0	1,0	1,7	5,7
Hausrat/GPK, Einrichtungszubehör	1,7	0,6	0,9	3,2
<b>Gesamt</b>	<b>14,0</b>	<b>4,7</b>	<b>6,9</b>	<b>25,6</b>

Quelle: Eigene Berechnungen.

**Tabelle 3: Nachfragepotenzial zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit**

<sup>10</sup> Vgl. Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern MB-Research 2021.

<sup>11</sup> Die bundesdeutschen Pro-Kopf-Ausgabesätze basieren auf Angaben von MB-Research (Sortimentspezifische Kaufkraft in Deutschland). Da die aktuellen Werte für das Jahr 2021 durch die Folgeeffekte der Corona-Pandemie stark verzerrt sind, wurde jedoch nicht der 2021er-Ausgabesatz verwendet, sondern es wurde in Abstimmung mit MB Research ein für das kommende (und nicht von Corona beeinflusste) Jahr 2022 hochgerechneter Ausgabesatz angesetzt, der von einem Ausgabevolumen im Einzelhandel von 7.070 € pro Kopf ausgeht. Nur bezogen auf die vorhabenrelevanten Sortimente beläuft sich der Ausgabesatz auf insgesamt 2.627 €.

<sup>12</sup> Vgl. Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e. V. an der Universität München (dwif e. V.): Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland, 2010.

<sup>13</sup> Vgl. Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e. V. an der Universität München (dwif e. V.): Tagesreisen der Deutschen – Grundlagenuntersuchung, April 2014; herausgegeben vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi).

Bis zur prospektiven Marktwirksamkeit des Vorhabens im Jahr 2023 ist angesichts der nur minimalen Bevölkerungsrückgänge und der Annahme konstanter Touristenzahlen von einem weitgehend stabilen Nachfragepotenzial auszugehen.

Für das Vorhaben ist von einer geringen Wettbewerbsintensität im Raum auszugehen. Insgesamt beträgt das Kundenpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens etwa 8.100 Personen. Hinzu kommt ein erhebliches, durch Touristen induziertes Streukundenpotenzial. Das vorhabenrelevante Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet inklusive der durch Touristen induzierten Kaufkraft beträgt etwa 25,6 Mio. €.

## 5 Analyse der Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum

Im nachfolgenden Kapitel werden die Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum sowie die städtebauliche/versorgungsstrukturelle Ausgangslage in den betroffenen zentralen Versorgungsbereichen innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets analysiert.

### 5.1 Vorhabenrelevante Einzelhandelsstruktur im Einzugsgebiet

Zur Bestimmung der vorhabenrelevanten Wettbewerbs- und Angebotssituation wurde im Juli 2021 durch Dr. Lademann & Partner eine vollständige Erhebung des vorhabenrelevanten Einzelhandelsbestands im prospektiven Einzugsgebiet<sup>14</sup> des Vorhabens durchgeführt.

Zudem wurden diese Sortimente auch in den umliegenden, bereits außerhalb des Einzugsgebiets befindlichen Grundzentren Goldberg, Krakow am See, Malchow und Lübz erfasst. Diese Orte sind zwar nicht mehr im Einzugsgebiet des Vorhabens verortet, haben aber einen Einfluss auf die Kaufkraftströme im Raum und können durch die Umlenkung von Kaufkraftströmen von dem Vorhaben betroffen sein, indem Verbraucher, die heute noch in diesen Orten einkaufen, künftig u.U. in Plau am See einkaufen werden und deren Umsätze den Orten somit verloren gehen.

---

<sup>14</sup> Die Abgrenzung (Kartierung) des Einzugsgebiets wurde dabei wie in Kapitel 4 erläutert vorgenommen und umfasst in der Zone 1 das gesamte Stadtgebiet von Plau am See. Die Zone 2 umfasst zusätzlich die Gemeinden Barkhagen und Ganzlin.

## 5.1.1 Gesundheits- und Pflegeartikel

Den Ergebnissen der Erhebung zufolge wird im prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens eine **vorhabenrelevante Verkaufsfläche vorgehalten von**

**rd. 350 qm.**

Der Schwerpunkt des Angebots entfällt dabei mit rd. 250 qm auf die großen Lebensmittelanbieter am Nahversorgungsstandort Lange Straße/Quetziner Straße in Plau am See, die Drogerieartikel als betriebsformentypisches Randsortiment anbieten. In der Altstadt werden Gesundheits- und Pflegeartikel lediglich als Randsortiment von zwei Apotheken geführt und entfalten damit keine wirkliche Zentrenprägung.

In der Umlandzone 2 des Einzugsgebiets werden keine Bestände im Segment Gesundheits- und Pflegeartikel vorgehalten.

Zudem sei darauf hingewiesen, dass es im gesamten Einzugsgebiet bislang keinen Drogeriemarkt gibt. Drogeriewaren werden bislang fast ausschließlich in Form von Randsortimenten bei den Lebensmittelmärkten angeboten.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Gesundheits- und Pflegeartikel innerhalb des Einzugsgebiets

Gesundheits- und Pflegeartikel	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Innenstadt Plau am See	65	0,5
NVS Lange Straße	235	0,8
Streulage	35	0,1
<b>Zone 1</b>	<b>335</b>	<b>1,4</b>
Streulage	0	0
<b>Zone 2</b>	<b>0</b>	<b>0,0</b>
<b>Einzugsgebiet gesamt</b>	<b>335</b>	<b>1,4</b>

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 4: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur Gesundheits- und Pflegeartikel

Der **Brutto-Umsatz** innerhalb des Einzugsgebiets beläuft sich auf insgesamt **rd. 1,4 Mio. €.**

Umsatzseitig entfällt der Schwerpunkt mit rd. 0,8 Mio. € ebenso auf den Nahversorgungsstandort Lange Straße/Quetziner Straße.

Die durchschnittliche **Flächenproduktivität** für diese Sortimentsgruppe beträgt insgesamt rd. 4.100 € je qm Verkaufsfläche.

Daraus resultiert eine **Einzelhandelszentralität** von rd. 42 % für das Einzugsgebiet, die auf erhebliche Kaufkraftabflüsse hindeutet, was angesichts der Angebotslücke nicht überrascht.

## 5.1.2 Modischer Bedarf (Bekleidung, Schuhe/Lederwaren)

Den Ergebnissen der Erhebung zufolge wird im prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens eine **vorhabenrelevante Verkaufsfläche vorgehalten von**

**rd. 900 qm.**

Mit etwa 600 qm Verkaufsfläche - verteilt auf zehn Betriebe, die Modischen Bedarf als Kernsortiment führen - entfällt der Großteil der Verkaufsfläche funktionsgerecht auf die Innenstadt. Die Anbieterstruktur ist hier sehr kleinteilig ausgeprägt. Mit Ausnahme einer Filiale von Ernsting's Family handelt es sich dabei ausschließlich um inhabergeführte Läden. Ansonsten verteilt sich das Angebot auf Randsortimente der Lebensmittelmärkte sowie auf den Textildiscounter Kik in Streulage. Im Umland ist zudem noch ein kleines Second-Hand Geschäft ansässig.

Insgesamt lässt sich für den Modischen Bedarf somit eine erhöhte Zentrenprägung feststellen. Die Funktionsfähigkeit der Innenstadt wird zudem maßgeblich von den Anbietern des Modischen Bedarfs getragen.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Bekleidung/Wäsche, Schuhe/Lederwaren innerhalb des Einzugsgebiets

Bekleidung/Wäsche, Schuhe/Lederwaren	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Innenstadt Plau am See	580	1,6
NVS Lange Straße	55	0,2
Streulage	390	0,7
<b>Zone 1</b>	<b>1.025</b>	<b>2,5</b>
Streulage	40	0
<b>Zone 2</b>	<b>40</b>	<b>0,1</b>
<b>Einzugsgebiet gesamt</b>	<b>1.065</b>	<b>2,6</b>

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 5: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur Modischer Bedarf

Der **Brutto-Umsatz** innerhalb des Einzugsgebiets beläuft sich auf insgesamt **rd. 2,6 Mio. €.**

Die durchschnittliche **Flächenproduktivität** für diese Sortimentsgruppe beträgt insgesamt rd. 2.400 € je qm Verkaufsfläche, die v.a. aufgrund des eher produktivitätsschwachen Kik-Discounters vergleichsweise niedrig ausfällt.

Daraus resultiert eine **Einzelhandelszentralität** von rd. 50 % für das Einzugsgebiet. Obwohl die Innenstadt in diesem Sortiment ein signifikantes Angebot aufweist und sich mit Kik auch ein diskontierendes Fachmarktformat in der Stadt befindet, bestehen erhebliche Kaufkraftabflüsse, was für Grundzentren aber auch nicht untypisch ist, da der

Modische Bedarf vor allem in den Ober- und Mittelzentren konzentriert ist und überdies ein beträchtlicher Teil der Kaufkraft an den Online-Handel verlorenggeht.

### 5.1.3 Spielwaren/Hobbybedarf

Den Ergebnissen der Erhebung zufolge wird im prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens eine **vorhabenrelevante Verkaufsfläche vorgehalten von lediglich**

**knapp 100 qm.**

Davon entfällt die Hälfte auf die Innenstadt von Plau am See, wo dieses Sortiment von einem Geschäft als Kernsortiment geführt wird, welches Bastel- und Künstlerbedarf verkauft. Für die Funktionsfähigkeit der Innenstadt spielt dieses Geschäft eher eine untergeordnete Rolle.

Ein klassisches Spielwarengeschäft gibt es weder in der Innenstadt noch an anderen Standortlagen. Außerhalb der Innenstadt werden Spielwaren als Randsortiment der Lebensmittelmärkte sowie als Randsortiment des Kiek in-Schnäppchenmarkts und bei Kik angeboten. Insgesamt ist somit für dieses Segment ein erhebliches Angebotsdefizit zu konstatieren.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Spielwaren, Hobbybedarf innerhalb des Einzugsgebiets

Spielwaren, Hobbybedarf	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Innenstadt Plau am See	40	0,1
NVS Lange Straße	10	0,0
Streulage	30	0,0
<b>Zone 1</b>	<b>80</b>	<b>0,2</b>
Streulage	0	0
<b>Zone 2</b>	<b>0</b>	<b>0,0</b>
<b>Einzugsgebiet gesamt</b>	<b>80</b>	<b>0,2</b>

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 6: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur Spielwaren/Hobbybedarf

Der **Brutto-Umsatz** beläuft sich auf

**rd. 0,2 Mio. €**

innerhalb des Einzugsgebiets. Die **Flächenproduktivität** beträgt lediglich rd. 2.100 € je qm Verkaufsfläche und fällt vor allem deshalb so gering aus, da es keinen profilierten Spielwarenanbieter im Einzugsgebiet gibt.

Die **Einzelhandelszentralität** im Einzugsgebiet für dieses Segment beträgt lediglich rd. 17 % und deutet auf erhebliche Kaufkraftabflüsse hin, die eine Folge der Angebotsdefizite sind.

#### 5.1.4 Sport- und Campingartikel

Den Ergebnissen der Erhebung zufolge wird im prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens eine **vorhabenrelevante Verkaufsfläche vorgehalten von lediglich**

**rd. 100 qm,**

welche nahezu vollständig auf die Innenstadt von Plau am See entfällt. Bei den drei in der Innenstadt ansässigen Fachgeschäften handelt es sich jedoch nicht um klassische Sportgeschäfte, sondern um auf einzelne Spezialsortimente fokussierte Anbieter (Angelbedarf, Jagdausrüstung, Fahrräder). Konventionelle Sportartikel sowie Sportbekleidung und Sportschuhe werden weder in der Innenstadt noch im übrigen Einzugsgebiet vorgehalten, sodass sich für dieses Segment ein erhebliches Angebotsdefizit feststellen lässt.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Sportbedarf, Camping innerhalb des Einzugsgebiets

Sportbedarf, Camping	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Innenstadt Plau am See	100	0,2
NVS Lange Straße	10	0,0
Streulage	0	0,0
<b>Zone 1</b>	<b>110</b>	<b>0,3</b>
Streulage	0	0
<b>Zone 2</b>	<b>0</b>	<b>0,0</b>
<b>Einzugsgebiet gesamt</b>	<b>110</b>	<b>0,3</b>

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 7: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur Sport- und Campingartikel

Der **Brutto-Umsatz** innerhalb des Einzugsgebiets beläuft sich auf insgesamt **rd. 0,3 Mio. €**,

die fast vollständig in der Innenstadt generiert werden. Die **Flächenproduktivität** für diese Sortimentsgruppe beträgt insgesamt rd. 2.500 € je qm Verkaufsfläche.

Daraus errechnet sich eine **Einzelhandelszentralität** innerhalb des Einzugsgebiets von lediglich rd. 21 %, die auf erhebliche Kaufkraftabflüsse hindeutet, was in der stark spezialisierten Angebotsstruktur und den entsprechenden Angebotsdefiziten im Hinblick auf konventionelle Sportartikel begründet liegt.

### 5.1.5 Bücher/Zeitungen, Schreibwaren

Den Ergebnissen der Erhebung zufolge wird im prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens eine **vorhabenrelevante Verkaufsfläche vorgehalten von**

**rd. 150 qm.**

Während am Nahversorgungsstandort Lange Straße und in den Streulagen dieses Sortiment nur als Randsortiment der Lebensmittelmärkte und Schnäppchenmärkte vorgehalten wird, finden sich in der Innenstadt auch drei Fachgeschäfte, die dieses Sortiment anbieten. Gemessen am Flächenumfang ist diesem Sortiment nur eine geringfügige Zentrenrelevanz beizumessen, allerdings spielt dieses Sortiment für die Angebotsvielfalt und damit für die Funktionsfähigkeit der Innenstadt durchaus eine wichtige Rolle. Insgesamt ist das Angebot in diesem Segment innerhalb des Einzugsgebiets aber nur geringfügig ausgebaut.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Bücher/Zeitungen, Schreibwaren innerhalb des Einzugsgebiets

Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Innenstadt Plau am See	70	0,2
NVS Lange Straße	40	0,1
Streulage	40	0,2
<b>Zone 1</b>	<b>150</b>	<b>0,5</b>
Streulage	0	0
<b>Zone 2</b>	<b>0</b>	<b>0,0</b>
<b>Einzugsgebiet gesamt</b>	<b>150</b>	<b>0,5</b>

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 8: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur Bücher/Zeitungen, Schreibwaren

Der **Brutto-Umsatz** beläuft sich auf

**rd. 0,5 Mio. €**

innerhalb des Einzugsgebiets und die **Flächenproduktivität** beträgt rd. 3.600 € pro qm Verkaufsfläche.

Daraus errechnet sich eine **Einzelhandelszentralität** im Einzugsgebiet von lediglich rd. 34 %, was auf erhebliche Kaufkraftabflüsse hinweist, die im Wesentlichen auf das geringe Angebot zurückzuführen sind. Dabei ist zu berücksichtigen, dass gerade im Teilsegment Bücher ein erheblicher Teil der Nachfrage in den Online-Handel abfließt und dem stationären Einzelhandel überhaupt nicht zur Verfügung steht.

## 5.1.6 Elektro/Technik

Den Ergebnissen der Erhebung zufolge wird im prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens eine **vorhabenrelevante Verkaufsfläche vorgehalten von**

**rd. 130 qm.**

Der Schwerpunkt davon entfällt mit knapp 100 qm auf die Innenstadt von Plau am See, ist allerdings flächenseitig betrachtet dennoch überschaubar. Neben zwei Anbietern für Telekommunikation ist hier noch ein kleines Elektro-Fachgeschäft ansässig. Gemessen am Flächenumfang ist diesem Sortiment nur eine geringfügige Zentrenrelevanz beizumessen, allerdings spielt dieses Sortiment für die Angebotsvielfalt und damit für die Funktionsfähigkeit der Innenstadt durchaus eine Rolle. Insgesamt ist das Angebot in diesem Segment innerhalb des Einzugsgebiets aber nur sehr geringfügig ausgebaut.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Elektrobedarf innerhalb des Einzugsgebiets

Elektrobedarf	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Innenstadt Plau am See	95	0,3
NVS Lange Straße	30	0,2
Streulage	5	0,0
<b>Zone 1</b>	<b>130</b>	<b>0,5</b>
Streulage	0	0
<b>Zone 2</b>	<b>0</b>	<b>0,0</b>
<b>Einzugsgebiet gesamt</b>	<b>130</b>	<b>0,5</b>

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 9: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur Elektro/Technik

Vom **Brutto-Umsatz** im Einzugsgebiet von

**rd. 0,5 Mio. €**

entfallen rd. 0,3 Mio. € auf die Innenstadt von Plau am See. Die **Flächenproduktivität** beläuft sich auf rd. 4.100 € je qm Verkaufsfläche.

Die **Einzelhandelszentralität** im Einzugsgebiet liegt bei lediglich rd. 13 % und weist angesichts des geringfügigen Angebotsumfangs auf massive Kaufkraftabflüsse hin. Dabei ist zu berücksichtigen, dass in diesem Segment ein erheblicher Teil der Nachfrage in den Online-Handel abfließt und dem stationären Einzelhandel überhaupt nicht zur Verfügung steht.

### 5.1.7 Hausrat/GPK, Einrichtungszubehör

Den Ergebnissen der Erhebung zufolge wird im prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens eine **vorhabenrelevante Verkaufsfläche vorgehalten von**

**rd. 1.400 qm.**

Der Angebotsschwerpunkt in diesem Segment liegt außerhalb der Innenstadt in Streulage und wird vor allem durch das Dänische Bettenlager sowie den Antik Speicher gebildet. In der Innenstadt finden sich – verteilt auf 260 qm und insgesamt sechs Betriebe – neben einem klassischen Fachgeschäft für Haushaltswaren, Elektrobedarf etc. noch zwei Anbieter für Wohnaccessoires und Geschenkartikel, ein Raumausstatter sowie zwei Anbieter, die eher dem Bereich Kunsthandwerk zuzuordnen sind. Obwohl dieses Sortiment rein flächenseitig betrachtet nur eine eingeschränkte Zentrenrelevanz hat, spielen die Anbieter für die Angebotsvielfalt und Attraktivität der Innenstadt eine wichtige Rolle.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Hausrat/GPK, Einrichtungszubehör innerhalb des Einzugsgebiets

Hausrat/GPK, Einrichtungszubehör	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Innenstadt Plau am See	260	0,6
NVS Lange Straße	115	0,3
Streulage	1060	1,7
<b>Zone 1</b>	<b>1.435</b>	<b>2,6</b>
Streulage	0	0
<b>Zone 2</b>	<b>0</b>	<b>0,0</b>
<b>Einzugsgebiet gesamt</b>	<b>1.435</b>	<b>2,6</b>

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 10: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur Hausrat/GPK, Einrichtungszubehör

Der **Brutto-Umsatz** innerhalb des Einzugsgebiets beläuft sich auf insgesamt

**rd. 2,6 Mio. €.**

Auch umsatzseitig betrachtet liegt der Schwerpunkt dabei in den Streulagen, da hier die flächengrößten Betriebe ansässig sind. Die **Flächenproduktivität** für diese Sortimentsgruppe beträgt insgesamt rd. 1.800 € je qm Verkaufsfläche und fällt aufgrund des hohen Anteils flächenextensiver Fachmarktformate (Dänisches Bettenlager) vergleichsweise niedrig aus.

Damit errechnet sich eine **Einzelhandelszentralität** innerhalb des Einzugsgebiets von rd. 115 %, die auf leichte Kaufkraftzuflüsse hindeutet. Diese Zuflüsse resultieren vor allem aus den Touristen, da vor allem die innerstädtischen Anbieter z.T. eine explizite Orientierung auf Touristen (Souvenirs, Geschenkartikel) aufweisen.

Im Ergebnis der Analyse der Angebotssituation lässt sich festhalten, dass in fast allen prüfungsrelevanten Sortimenten z.T. erhebliche Kaufkraftabflüsse aus dem Einzugsgebiet der Stadt Plau am See bestehen, was vor allem in Angebotslücken begründet liegt. Lediglich im Segment Hausrat/GPK, Einrichtungszubehör ist das Angebot vergleichsweise gut ausgebaut. Erhebliche Angebotslücken zeigen sich vor allem bei Spielwaren, Sportartikeln und Elektro/Technik. Für die Funktionsfähigkeit der Innenstadt von Plau am See sind neben dem Modischen Bedarf vor allem die Sortimente Bücher/Zeitschriften, Schreibwaren und Hausrat/GPK, Einrichtungszubehör von größerer Bedeutung.

## 5.2 Vorhabenrelevante Einzelhandelsstruktur in den umliegenden Zentralen Orten

Nachfolgend werden die Daten zur Angebotsituation in den vorhabenrelevanten Sortimenten an den wesentlichen Standortlagen (Innenstädte und Agglomerationen) in den nächstgelegenen Zentralen Orten (Goldberg, Krakow am See, Malchow und Lübz) dargestellt.

### 5.2.1 Gesundheits- und Pflegeartikel

Im Segment Gesundheits- und Pflegeartikel ist vor allem in Fachmarktlage in der Stadt Lübz ein umfangreiches Angebot (u.a. Rossmann-Drogeriefachmarkt) vorhanden sowie in Fachmarktlage der Stadt Malchow (ebenfalls Rossmann). Ansonsten ist die Angebotsstruktur eher kleinteilig ausgebildet.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Gesundheits- und Pflegeartikel in den umliegenden zentralen Orten

Gesundheits- und Pflegeartikel	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
<b>Lübz</b>		
Innenstadt Lübz	50	0,4
Einkaufszentrum Lübz	1.100	5,3
Streulage Lübz	120	0,4
<b>Malchow</b>		
Innenstadt Malchow	180	0,9
FMA Malchow	490	2,5
Streulage Malchow	90	0,2
<b>Goldberg</b>		
Innenstadt Goldberg	30	0,2
Streulage Goldberg	0	0,0
<b>Krakow am See</b>		
Innenstadt Krakow am See	30	0,2
Streulage Krakow am See	30	0,2
<b>Gesamt</b>	<b>2.120</b>	<b>10,3</b>

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 11: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur in den umliegenden Zentralen Orten im Segment Gesundheits- und Pflegeartikel

## 5.2.2 Modischer Bedarf

Im Segment Modischer Bedarf ist in allen umliegenden Zentralen Orten ein signifikantes Angebot vorhanden. Dies bezieht sich – flächenmäßig betrachtet – jedoch überwiegend auf Fachmarktlagen, in denen vor allem die Bekleidungsfachmärkte Kik (Goldberg, Lübz, Krakow am See), Takko (Malchow) und Ernsting's Family (Malchow) sowie der Schuhfachmarkt K+K (Malchow) angesiedelt sind. Das Angebot in den Innenstädten ist dagegen sehr kleinteilig ausgeprägt.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Modischer Bedarf in den umliegenden zentralen Orten

Modischer Bedarf	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
<b>Lübz</b>		
Innenstadt Lübz	480	1,3
Einkaufszentrum Lübz	770	1,4
<b>Malchow</b>		
Innenstadt Malchow	360	1,1
FMA Malchow	1140	2,3
<b>Goldberg</b>		
Innenstadt Goldberg	210	0,5
Streulage Goldberg	610	1,1
<b>Krakow am See</b>		
Innenstadt Krakow am See	30	0,1
Streulage Krakow am See	450	0,8
<b>Gesamt</b>	<b>4.050</b>	<b>8,5</b>

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 12: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur in den umliegenden Zentralen Orten im Segment Modischer Bedarf

## 5.2.3 Spielwaren/Hobbybedarf

Im Segment Spielwaren/Hobbybedarf fällt das Angebot insgesamt sehr überschaubar aus. Größter Anbieter ist das Fachmarktkonzept Sport Spiel Freizeit in Fachmarktlage in der Stadt Malchow. In Krakow am See und in Goldberg gibt es überhaupt keine signifikanten Angebotsbestände.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Spielwaren, Hobbybedarf in den umliegenden zentralen Orten

Spielwaren, Hobbybedarf	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
<b>Lübz</b>		
Einkaufszentrum Lübz	90	0,2
Streulage Lübz	40	0,1
<b>Malchow</b>		
FMA Malchow	150	0,4
Streulage Malchow	20	0,0
<b>Gesamt</b>	<b>300</b>	<b>0,7</b>

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 13: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur in den umliegenden Zentralen Orten im Segment Spielwaren/Hobbybedarf

## 5.2.4 Sportbedarf/Camping

Im Segment Sportbedarf/Camping fällt das Angebot insgesamt ebenfalls überschaubar aus. Dabei handelt es sich zudem überwiegend um Spezialanbieter (Angelbedarf, Fahrräder). In Krakow am See gibt es überhaupt keine signifikanten Angebotsbestände.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Sportbedarf, Camping in den umliegenden zentralen Orten

Sportbedarf, Camping	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
<b>Lübz</b>		
Innenstadt Lübz	80	0,1
Einkaufszentrum Lübz	140	0,3
<b>Malchow</b>		
Innenstadt Malchow	190	0,4
FMA Malchow	30	0,1
<b>Goldberg</b>		
Innenstadt Goldberg	140	0,3
<b>Gesamt</b>	<b>610</b>	<b>1,2</b>

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 14: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur in den umliegenden Zentralen Orten im Segment Sportbedarf/Camping

## 5.2.5 Bücher/Zeitungen, Schreibwaren

Auch im Segment Bücher/Zeitschriften, Schreibwaren fällt das Angebot insgesamt überschaubar aus. Fachgeschäfte sind in den Innenstädten von Lübz und Malchow vorhanden. In Krakow am See gibt es überhaupt keine signifikanten Angebotsbestände.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Bücher/Zeitungen, Schreibwaren in den umliegenden zentralen Orten

Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
<b>Lübz</b>		
Innenstadt Lübz	100	0,4
Einkaufszentrum Lübz	60	0,2
<b>Malchow</b>		
Innenstadt Malchow	70	0,3
FMA Malchow	50	0,2
<b>Goldberg</b>		
Streulage Goldberg	30	0,1
<b>Gesamt</b>	<b>310</b>	<b>1,0</b>

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 15: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur in den umliegenden Zentralen Orten im Segment Bücher/Zeitungen, Schreibwaren

## 5.2.6 Hausrat/GPK, Einrichtungszubehör

Im Segment Hausrat/GPK, Einrichtungszubehör zeigt sich ein vergleichsweise umfangreiches Angebot in den umliegenden Zentralen Orten, welches sich vorzugsweise auf Fachmarktlagen in Lübz und Malchow erstreckt. Die größten Anbieter sind der Sonderpostenmarkt Thomas Philips in Lübz sowie der Repo-Sonderpostenmarkt und ein Raumausstatter in Malchow. Zudem sind in den Innenstädten einige wenige kleine Fachgeschäfte angesiedelt.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Hausrat, GPK in den umliegenden zentralen Orten

Hausrat/GPK, Einrichtungszubehör	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
<b>Lübz</b>		
Innenstadt Lübz	170	0,4
Einkaufszentrum Lübz	480	0,9
Streulage Lübz	280	0,5
<b>Malchow</b>		
Innenstadt Malchow	90	0,2
FMA Malchow	30	0,1
Streulage Malchow	520	0,9
<b>Goldberg</b>		
Innenstadt Goldberg	70	0,1
Streulage Goldberg	90	0,2
<b>Krakow am See</b>		
Innenstadt Krakow am See	100	0,2
Streulage Krakow am See	60	0,1
<b>Gesamt</b>	<b>1.890</b>	<b>3,5</b>

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 16: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur in den umliegenden Zentralen Orten im Segment Hausrat/GPK, Einrichtungszubehör

## 5.2.7 Elektro/Technik

Auch im Segment Elektro/Technik fällt das Angebot insgesamt sehr überschaubar aus. Abgesehen von Handyshops gibt es vor allem in der Innenstadt von Goldberg ein größeres Angebot in diesem Segment (u.a. Euronics Fachhändler). In Krakow am See sind überhaupt keine signifikanten Angebotsbestände in diesem Segment vorhanden.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Elektrobedarf in den umliegenden zentralen Orten

Elektrobedarf	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
<b>Lübz</b>		
Innenstadt Lübz	100	0,4
Streulage Lübz	40	0,1
<b>Malchow</b>		
Streulage Malchow	40	0,2
<b>Goldberg</b>		
Innenstadt Goldberg	130	0,6
Streulage Goldberg	30	0,1
<b>Gesamt</b>	<b>350</b>	<b>1,5</b>

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 17: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur in den umliegenden Zentralen Orten im Segment Elektro/Technik

Auch in den Umlandzentren fällt das Angebot in den vorhabenrelevanten Sortimenten insgesamt betrachtet relativ gering aus. In einigen Sortimenten (z.B. Drogeriewaren) sind aber durchaus auch Angebote vorhanden, die eine überörtliche Kundenansprache erwarten lassen.

## 5.3 Städtebauliche/versorgungsstrukturelle Ausgangslage in den zentralen Versorgungsbereichen

Im Folgenden werden die zentralen Versorgungsbereiche innerhalb des Untersuchungsraums einer detaillierten Beschreibung und Bewertung unterzogen, um auf die Leistungsfähigkeit und Stabilität als Einzelhandelslagen schließen zu können.

Innerhalb des Einzugsgebiets gibt es mit der Innenstadt von Plau am See nur einen zentralen Versorgungsbereich. Darüber hinaus werden die Innenstädte der umliegenden Grundzentren als von dem Vorhaben ebenfalls betroffene Standortlagen in integrierter Lage einer Bewertung unterzogen. Dies sind die Innenstädte von

- Goldberg
- Malchow
- Lübz
- Krakow am See

### 5.3.1 Innenstadt Plau am See

Die Innenstadt von Plau am See liegt in zentraler Ortslage und umfasst die Steinstraße, den Burgplatz, den Markt, die Marktstraße sowie die Große Burgstraße. Es handelt sich dabei um Teile des historischen Altstadtbereichs zwischen der Schulstraße/B 191 im Westen und dem Verlauf der Elde im Südosten. Prägend ist eine für Kleinstädte typische kleinteilige und heterogene Bebauungs- und Nutzungsstruktur. Die Aufenthaltsqualität kann in den zentralen Bereichen der Altstadt durch die historischen Gebäude und eine vorhandene Begrünung als hoch bezeichnet werden.

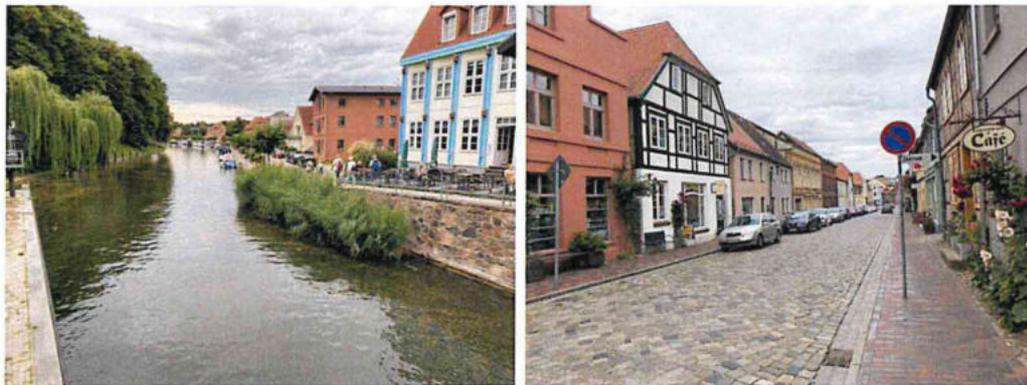


Abbildung 6: Innenstadt Plau am See

Die Erreichbarkeit des zentralen Versorgungsbereichs kann sowohl mit dem MIV als auch mit dem ÖPNV als gut bezeichnet werden. Dafür sorgen die zentrale Lage im Stadtgebiet mit den beiden Bundesstraßen B 191 und B 103 sowie mehrere Bushaltestellen in unmittelbarer Nähe des Zentrums. Ein angemessenes Stellplatzangebot besteht innerhalb sowie außerhalb der Innenstadt durch straßenbegleitende Parkplätze. Aufgrund der zentralen Lage besteht auch eine gute fußläufige Erreichbarkeit von den angrenzenden Wohnnutzungen.

Als flächengrößte Betriebe sind Ernstings Family, das Schuhfachgeschäft Weisbrich und Stinshoff sowie Max`s Jeans & Fashion anzuführen. „Echte“ Magnetbetriebe mit frequenzerzeugender Wirkung sind in der Innenstadt jedoch nicht vorhanden und lassen sich auch perspektivisch aufgrund der kleinteiligen Bebauungsstrukturen nicht integrieren. Insgesamt kann aber von einem vielfältigem Branchemix mit eindeutigem Schwerpunkt im Modischen Bedarf gesprochen werden. Die Einzelhandelsstruktur stellt sich dabei sehr kleinteilig dar und wird fast vollständig durch inhabergeführte Betriebe geprägt. Als ergänzende Nutzungen sind noch diverse Gastronomiebetriebe, Geldinstitute sowie öffentliche Einrichtungen und Dienstleister vor Ort angesiedelt. Der Innenstadt kann somit ein erhöhtes Maß an Multifunktionalität attestiert werden, woraus zusätzliche Besuchsanlässe abgeleitet werden können. Zwar gibt es entlang der Steinstraße auch einige leerstehende Ladeneinheiten, eine erhebliche Leerstandsproblematik ist jedoch nicht festzustellen.

## Zentrenpass

### Räumliche Analyse

#### Lagebeschreibung

Zentral gelegen in der Kernstadt von Plau am See. Umfasst die Steinstraße (bis Kreuzung Schulstraße), den Burgplatz, Markt, die Marktstraße sowie die Große Burgstraße.

#### Versorgungsfunktion

Hauptzentrum

#### Städtebau/Umfeld

Wohnnutzungen und weitere zentrenergänzende Nutzungen (u.a. Gastronomie, Dienstleistungsbetriebe) bestimmen das Altstadtumfeld. Nordöstlich befindet sich die Burganlage und südlich grenzt die Uferpromenade der Elde an.

### Funktionale Analyse

#### Einzelhandelsstruktur

Kleinteilige Nutzungsstruktur ohne großflächige Angebote. Zumeist inhabergeführte Geschäfte und nur einzelne Filialisten. Fast durchgängiger Nutzungsbesatz auch in den Randbereichen.

#### Branchen-Mix

Vielfältiger Branchenmix mit sowohl Sortimenten des kurz- als auch mittelfristigen Bedarfs (v.a. Bekleidung/ Wäsche).

#### Magnetbetriebe

Kein nennenswerter Magnetbetrieb aufgrund der kleinteiligen Baustrukturen.

#### Ergänzende Nutzungen

Zahlreiche ergänzende Nutzungen (u.a. Dienstleistungsbetriebe, Gastronomiebetriebe, Geldinstitute, Ärzte, Rathaus, Wochenmarkt, Kirche, touristische Nutzungen).

### Städtebauliche Analyse

#### Bebauungsstruktur

Städtebaulich integriert in den Rest der Kernstadt. Meist gut erhaltene, geschlossene Altstadtbebauung. Fußgängerfreundlich gestalteter Straßenraum durch großen Marktplatz und Burgplatz.

#### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Gute Erreichbarkeit durch Anbindung an B 103 (über Lange Straße). Verkehrsberuhigte Lage, da kaum Durchgangsverkehr herrscht. Einzelne inner- und überörtliche Busverbindungen über nahegelegene Haltestellen („Plau am See Bhf.“ und „Lange Straße“). Die Regionalbahn nach Parchim fährt am rd. 500 m entfernt gelegenen Bahnhof ab.

#### Fußläufige Erreichbarkeit

Aufgrund der zentralen Lage besteht eine gute fußläufige Erreichbarkeit aus den Wohngebieten innerhalb u. außerhalb der Zentrenabgrenzung.

#### Stellplatzangebot

Angemessenes, straßenbegleitendes Stellplatzangebot: Kostenpflichtig oder zeitlich begrenzt. Größere Stellplatzanlage in rd. 400 m Entfernung in Quetziner Straße.

#### Aufenthaltsqualitäten

Attraktive Verweilmöglichkeiten insbesondere auf dem Markt- und Burgplatz (durch Bepflanzungen und Möblierungen). Insgesamt verkehrsruhige Lage. Stellenweise Baumbepflanzungen auch entlang der Straßen. Uferpromenade der Elde schließt unmittelbar an.

#### Leerstandssituation

Einzelne, kleinteilige Leerstände.

#### Potenzialflächen und Planvorhaben

Keine großflächigen Potenzialflächen vorhanden. Erweiterungen nur durch den Bezug der Leerstände möglich.

Die Innenstadt von Plau am See verfügt zwar über keine sogkräftigen Magnetbetriebe, weist aber dennoch ein attraktives Angebot von Einzelhandelsnutzungen und ergänzenden Nutzungen in einer städtebaulich ansprechenden Umgebung auf und ist insgesamt als funktionsfähig einzustufen. Vor allem in den Sommermonaten sorgen die Touristen hier für zusätzliche Frequenzen.

### 5.3.2 Innenstadt Goldberg

Die Stadt Goldberg befindet sich rd. 22 km nordwestlich von Plau am See im Landkreis Ludwigslust-Parchim. Der Innenstadtbereich konzentriert sich auf die Lange Straße (zugleich Bundesstraße 192) zwischen der Brücke über den Bach Mildenitz im Norden und der Kreuzung mit der Werderstraße im Süden. Die Innenstadt ist somit zentral gelegen und mit dem Auto gut vom Umland aus zu erreichen. Obwohl sich entlang der Langen Straße selbst keine Parkmöglichkeiten bieten, verfügen die direkt angrenzenden Nebenstraßen über ausreichende Stellplätze. Die Anbindung an den Busverkehr erfolgt über die unmittelbar angrenzenden Haltestellen „Ehemaliger Bahnhof“ und „Amtsstraße“. Per Bus ist Goldberg so unter anderem an die Städte Plau am See und Lübz angeschlossen.



Abbildung 7: Die Innenstadt von Goldberg

Die Innenstadt ist städtebaulich in die Kernstadt von Goldberg integriert, die vornehmlich durch Wohnnutzungen geprägt ist. Die geschlossene Baustruktur mit 2-3 Geschossen ist nur in Teilen gut erhalten und weist stellenweise einen deutlichen Sanierungsbedarf auf. Entsprechend viele Leerstände sind in der Innenstadt zu verzeichnen und der Einzelhandelsbesatz nimmt insbesondere in den nördlichen Randbereichen stark ab. Als problematisch ist auch der hohe Durchgangsverkehr und die dadurch verminderte Aufenthaltsqualität und Fußgängerfreundlichkeit aufgrund der direkten Lage an einer Fernverkehrsstraße einzustufen. Allerdings laden einzelne, bepflanzte und möblierte Freiflächen entlang der Langen Straße zum Verweilen ein.

Die Einzelhandelsbetriebe der Innenstadt von Goldberg halten sowohl Sortimente im kurzfristigen als auch im mittelfristigen Bedarfsbereich vor. Einen Schwerpunkt stellen dabei Bekleidungs- und Elektronikfachgeschäfte dar und somit insgesamt die Anbieter im mittelfristigen Bedarfsbereich. Aufgrund der durchweg kleinteiligen Bebauungsstruktur sind in der Innenstadt aber weder größere Filialkonzepte noch sogkräftige Magnetbetriebe ansässig. Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot durch Dienstleistungsbetriebe, Gastronomiebetriebe und die Stadtverwaltung.

Die nächstgelegenen frequenzgenerierenden Märkte befinden sich mit einem Aldi-Lebensmitteldiscounter und einem Kik-Textildiscounter bereits außerhalb des innerstädtischen Versorgungsbereichs an der B 192.

Aufgrund ihrer Kleinteiligkeit, des in Teilen bestehenden Sanierungsstaus und der fehlenden Magnetbetriebe entfaltet die Innenstadt von Goldberg nur eine geringe Anziehungskraft. Ihrer zugewiesenen Versorgungsfunktion kann die Innenstadt damit nur teilweise gerecht werden.

### 5.3.3 Innenstadt Krakow am See

Im Süden des Landkreises Rostock und rd. 22 km nördlich von Plau am See befindet sich die Stadt Krakow am See. Die Innenstadt umfasst die Lange Straße, Markt sowie den westlichen Teil der Kirchenstraße und den nördlichen Teil der Plauer Straße. Eine Anbindung an das regionale Verkehrsnetz wird durch die wenige hundert Meter westlich gelegene L 37 gewährleistet. Die Städte Plau am See, Güstrow und Teterow lassen sich per Bus über die rd. 400 m entfernt befindliche Haltestelle „Bahnhof Krakow am See“ erreichen.



Abbildung 8: Die Innenstadt von Krakow am See

Die Innenstadt bettet sich in die mehrheitlich durch Wohnnutzungen geprägte, geschlossene Altstadtstruktur mit einer überwiegend gut erhaltenen Bausubstanz ein und profitiert von ihrer Lage zwischen der Hauptverkehrsstraße L 37 im Westen und dem Ufer des Krakower Sees im Osten. Daraus ergibt sich nicht nur eine gute Erreichbarkeit, sondern auch eine attraktive Aufenthaltsqualität für Besucher und Touristen. Diese wird durch die fußgängerfreundliche Gestaltung des Straßenraums und die Möblierung auf dem Marktplatz noch zusätzlich gesteigert.

Das Einzelhandelsangebot umfasst sowohl Sortimente im kurz- als auch im mittelfristigen Bedarfsbereich, fällt insgesamt aber sehr überschaubar aus. Die kleinteiligen Ladenflächen sind zumeist von inhabergeführten Betrieben bezogen, ein sogkräftiger Magnetbetrieb ist nicht vorhanden. Auch ein durchgängiger Einzelhandelsbesatz ist nicht gegeben. Vereinzelt finden sich Leerstände in der Innenstadt, die jedoch keinen Umfang einnehmen, der auf einen grundsätzlichen Funktionsverlust des Einzelhandelsstandorts Innenstadt schließen lassen. Aufgrund der Lage in einer Ferienregion wird das Einzelhandelsangebot durch einige Betriebe im Bereich Hotellerie und Gastronomie sowie durch ein Touristeninformationsbüro ergänzt. Hinzu kommen einige Dienstleister, das Rathaus und eine Kirche, woraus sich zusätzliche Besuchsanlässe ableiten lassen.

Größere Einzelhandelsbetriebe finden sich erst in etwa 400 m Entfernung zur Innenstadt an der L 37 mit den Lebensmittelmärkten Aldi und Edeka. Im weiteren Straßenverlauf in südlicher Richtung befinden sich zudem noch ein Netto-Lebensmitteldiscounter und ein Kik-Textildiscounter.

Aufgrund der geringen Anzahl an Einzelhandelsbetrieben und der sehr kleinteiligen Struktur geht von der Innenstadt von Krakow am See nur eine sehr begrenzte Sogkraft aus. Eine maßgebliche Versorgungsfunktion ist der Innenstadt nicht mehr beizumessen.

#### 5.3.4 Innenstadt Lübz

In rd. 17 km westlicher Entfernung von Plau am See befindet sich die Stadt Lübz mit einer Innenstadt, die sich über die Mühlenstraße und die Straße Am Markt erstreckt. Die wenige hundert Meter entfernt verlaufende B 191 gewährleistet eine schnelle Erreichbarkeit der Innenstadt. Der Anschluss an den ÖPNV erfolgt über die Haltestelle „ZOB Lübz“ in rd. 500 m nördlicher Entfernung. Mit den hier verkehrenden Bussen erreicht man u.a. Plau am See, Goldberg und Parchim.



**Abbildung 9: Die Innenstadt von Lübz**

Mit einer geschlossenen Altstadtbebauung fügt sich die Innenstadt in das vorwiegend von Wohnnutzungen geprägte Umfeld ein. Während die Bausubstanz an der Straße Am Markt gut erhalten ist, besteht in der Mühlenstraße teils ein erheblicher Instandhaltungszustand. Leerstände häufen sich dementsprechend in diesem Bereich und haben einen negativen Einfluss auf das Stadtbild. Auffällig ist hier auch ein leerstehender, ehemaliger Lebensmittelmarkt mit einer verhältnismäßig großen potenziellen Verkaufsfläche. Demgegenüber besitzt die Innenstadt eine hohe Aufenthaltsqualität für Besucher und Touristen mit Verweilmöglichkeiten und Grünflächen rund um den Marktplatz und den Fluss Elde, der sich durch die Innenstadt zieht. Ausreichend Parkmöglichkeiten existieren sowohl auf und neben dem Marktplatz sowie entlang der Straßenzüge.

Das Einzelhandelsangebot konzentriert sich vordergründig auf Sortimente im mittelfristigen Bedarfsbereich (v.a. Bekleidung, Schreibwaren sowie Einrichtungszubehör). Kurzfristige, bzw. nahversorgungsrelevante Sortimente werden dagegen nur vereinzelt und kleinteilig angeboten. Das innerstädtische Angebot wird von Dienstleistern, Versicherungen, Bankinstituten, Gastronomiebetrieben, einem Touristeninformationsbüro, einem Hotelleriebetrieb und dem Rathaus ergänzt und weist somit durchaus eine erhöhte Multifunktionalität auf. Die Betriebe sind insgesamt sehr kleinteilig strukturiert und zumeist inhabergeführt. Größere und sogkräftige Magnetbetriebe fehlen und sind stattdessen vor allem in einer Fachmarktlage an der B 191 angesiedelt (Rewe, Aldi, Rossmann, Kik, Hagebaumarkt, MäcGeiz).

Die kleinteilig strukturierte Innenstadt von Lübz weist insgesamt nur einen überschaubaren Einzelhandelsbesatz auf, ist aber zumindest in ihrem Kernbereich noch als funktionsfähig einzustufen, wenngleich es an sogkräftigen Magnetbetrieben fehlt.

### 5.3.5 Innenstadt Malchow

Die Stadt Malchow befindet sich rd. 20 km entfernt von Plau am See im Landkreis Mecklenburgische Seenplatte. Nach dem kommunalen Einzelhandelskonzept ist in der Innenstadt ein zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen<sup>15</sup>. Dieser ist zentral in der Stadt gelegen und erstreckt sich entlang der Güstrower Straße in Richtung Süden bis zur Kirchenstraße, von wo aus der ZVB weiter in Richtung Osten über die Drehbrücke bis auf die Altstadtinsel (Lange Straße) verläuft.



Abbildung 10: Innenstadt Malchow

Die Erreichbarkeit der Innenstadt ist sowohl für den PKW-Nutzer als auch für Fußgänger und Radfahrer sehr gut gegeben. Parken ist in der Innenstadt zu einem Großteil straßenbegleitend möglich. Zudem bestehen einzelne, größere Stellplatzbereiche (u.a. am Hafen und auf dem östlich gelegenen Damm). Die nächstgelegene ÖPNV-Haltestelle ist in der Friedrich-Ebert-Straße („Malchow-ZOB“), von wo aus Busse (u.a. nach Plau am See) verkehren. Der Hafen mitten in der Innenstadt ist zudem Anfahrtspunkt der Bootsstrecke Plau am See – Malchow – Waren und vor allem von touristischer Bedeutung.

Die Innenstadt profitiert neben der zentralen Lage auch von einer überwiegend sehr gut erhaltenen, in die angrenzenden Wohngebiete integrierten Altstadtbebauung, die zudem hohe Aufenthaltsqualitäten bietet. So befindet sich um die Drehbrücke herum eine attraktive Ufer- und Hafenspazierpromenade mit mehreren Sitzgelegenheiten. Als wichtiger Verkehrsknotenpunkt fällt allerdings der teils starke Durchgangsverkehr hinsichtlich der Aufenthaltsqualität negativ ins Gewicht.

Im Bereich des Einzelhandels sind in der Innenstadt von Malchow vor allem im Bereich Bekleidung/Schuhe mehrere inhabergeführte Betriebe vorhanden. Zudem ergänzen weitere kleinteilige Betriebe das Angebot (u.a. Buchhandlung, Expert-Fachhändler). Auch ein Basis-Angebot an Sortimenten im kurzfristigen Bedarfsbereich wird bereitgestellt. Größere Filialbetriebe und sogkräftige Magnetbetriebe sind aufgrund der

<sup>15</sup> Quelle: Integriertes Stadtentwicklungskonzept (ISEK) Inselstadt Malchow. Fortschreibung 2018.

kleinteiligen Strukturen in der Innenstadt jedoch nicht vorhanden. Diese finden sich rd. 500 m außerhalb des ZVB in einer Fachmarkttagglomeration (u.a. Aldi-Lebensmittel-discounter, Edeka-Verbrauchermarkt, Rossmann-Drogeriemarkt, Takko Fashion, K+K Schuhwaren, Ernsting's Family).

Ein durchgängiger Einzelhandelsbesatz ist vor allem in den Randbereichen des zentralen Versorgungsbereichs nicht immer gegeben. Vereinzelt sind auch Leerstände vorhanden, welche allerdings noch nicht als funktionsstörend wahrgenommen werden. U.a. bedingt durch den hohen touristischen Einfluss sei auf eine Reihe von ergänzenden Nutzungen in der Innenstadt hingewiesen (Gastronomiebetriebe, Versicherungen, Dienstleistungsbetriebe, Geldinstitute, Ärzte, Stadtverwaltung, Touristeninformationbüro), die für ein breites Nutzungsspektrum sorgen und zusätzliche Besuchsanlässe generieren.

Die relativ stark frequentierte und städtebaulich attraktive Innenstadt von Malchow weist ein hohes Tourismuspotenzial und einen kleinteiligen Einzelhandelsbesatz auf. Schwerpunktmäßig bieten die hier ansässigen Betriebe Sortimente im mittelfristigen Bedarfsbereich an. Großflächige Magnetbetriebe finden sich in der Innenstadt nicht – diese sind in einer randstädtischen Fachmarktlage verortet. Insgesamt kann der Innenstadt eine grundlegende Funktionsfähigkeit attestiert werden, wenngleich es an sogkräftigen Magnetbetrieben fehlt.

## 6 Vorhaben- und Wirkungsprognose

### 6.1 Flächenproduktivität des Vorhabens

Das Kaufhaus Stolz ist mit einer Verkaufsfläche zwischen 800 und 1.200 qm konzipiert. Ein detailliertes Sortimentskonzept liegt derzeit noch nicht vor. Vielmehr sollten die sortimentspezifischen Verkaufsflächenobergrenzen im Rahmen der Verträglichkeitsuntersuchung mittels einer sogenannten „Schwellenwertanalyse“ herausgearbeitet werden.

Unter Berücksichtigung des Betriebskonzepts von Kaufhaus Stolz und der konkreten Standortlage sowie der Wettbewerbssituation im Raum gehen Dr. Lademann & Partner in den prüfungsrelevanten Sortimenten von folgenden maximal erzielbaren sortimentspezifischen Flächenproduktivitäten aus:

Erwartbare Flächenproduktivitäten des Vorhabens

Branchenmix	Flächenproduktivität*
Drogeriewaren	3.500
Modischer Bedarf (Bekleidung, Schuhe/Lederwaren)	2.500
Sportbedarf (inkl Camping, Fahrräder)	2.300
Spielwaren, Hobbybedarf	2.300
Hausrat/GPK, Einrichtungszubehör	2.300
Elektro/Technik	4.000
Bücher/Zeitschriften, Schreibwaren	3.500

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. \* in € je qm Verkaufsfläche

**Tabelle 18: Prospektive sortimentspezifische Flächenproduktivitäten**

Je nach Sortiment bewegt sich die Flächenproduktivität zwischen 2.300 € je qm Verkaufsfläche und 4.000 € je qm Verkaufsfläche, wobei die höchsten Produktivitäten in den Sortimenten Elektro/Technik, Bücher/Zeitschriften, Schreibwaren und Drogeriewaren zu erwarten sind.

Für das Kaufhaus Stolz in Plau am See ist von einer Flächenproduktivität auszugehen, die sich im Mittel auf 2.500 bis 3.000 € je qm Verkaufsfläche belaufen wird, je nach Sortiment betrachtet aber z.T. sehr unterschiedlich ausfällt.

## 6.2 Wirkungsprognose

### 6.2.1 Vorbemerkungen

Die vorliegende Untersuchung stellt eine Schwellenwert-Analyse dar. Dabei wurden in einem rekursiven Verfahren die maximalen sortimentspezifischen Verkaufsflächengrößen ermittelt, die als noch verträglich im Hinblick auf die Innenstadt von Plau am See sowie im Hinblick auf das zentralörtliche Gefüge einzuschätzen sind. Die nachfolgend dargestellten Wirkungsprognosen simulieren also die für die ermittelten Verkaufsflächen-Obergrenzen zu erwartenden Umsatzumverteilungswirkungen. Dabei wird untersucht, wie sich der prognostizierte Umsatz des Vorhabens unter Berücksichtigung der räumlichen Verteilung auf den Einzelhandel im Einzugsgebiet auswirken wird. Hierbei wird angenommen, dass das Vorhaben bis zum Jahr 2023 versorgungswirksam wird.

Die Umverteilungswirkungen werden auf Basis der bestehenden Einzelhandelsumsätze (stationärer Einzelhandel im jeweiligen Bezugsraum) ermittelt. Dabei muss zunächst die Verteilung der Wirkung des Vorhabenumsatzes mit Kunden aus der jeweiligen Einzugsgebietszone auf die einzelnen untersuchten Versorgungslagen (zentrale Versorgungsbereiche, Streulagen) prognostiziert werden. Einen wichtigen Anhaltspunkt dafür liefern die bisherige Verteilung der Umsätze, die Typgleichheit bzw. Typähnlichkeit des Angebots sowie die Entfernung zum Vorhabenstandort. Daneben ist zu berücksichtigen, dass ein stärker agglomerierter Standort tendenziell weniger von einem Ansiedlungsvorhaben betroffen ist als eine Streulage.

Für eine fundierte Wirkungsabschätzung sind die Veränderungen der Nachfrageplattform bis zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit des Vorhabens (prospektiv 2023) sowie die Nachfrageströme im Raum zu berücksichtigen:

- Die bereits vorhandenen Betriebe werden von einer **Marktschrumpfung** infolge der Bevölkerungsrückgänge betroffen sein. Dieser Effekt ist zwar nicht vorhaben-induziert, reduziert allerdings die Kompensationsmöglichkeiten des Einzelhandels und ist somit **wirkungsverschärfend** zu berücksichtigen. Allerdings ist bezogen auf das Prognosejahr 2023 nur von einem marginalen Bevölkerungsrückgang auszugehen, sodass dieser Effekt kaum Einfluss auf die Wirkungsprognose hat.
- **Wirkungsmildernd** schlägt zu Buche, dass das Vorhaben in der Lage sein wird, bisherige Nachfrageabflüsse aus dem Einzugsgebiet zu reduzieren. Das heißt, der mit Kunden aus dem Einzugsgebiet getätigte Vorhabenumsatz muss nicht vollständig zuvor den Händlern vor Ort zugute gekommen sein. Vielmehr **lenkt das Vorhaben auch bisherige Nachfrageabflüsse auf sich um**, die an die nächstgelegenen Grundzentren sowie an höherrangige Zentrale Orte (z.B. nach Parchim, Schwerin oder Rostock) verloren gehen. Um negative Auswirkungen auf die umliegenden

Zentralen Orte gleichermaßen ausschließen zu können, wurden in einer Nebenrechnung auch die Umsatzumverteilungswirkungen für die nächstgelegenen Grundzentren ermittelt.

- Im Segment Hausrat/GPK, Einrichtungszubehör profitieren die in Plau am See vorhandenen Betriebe umgekehrt von Zuflüssen aus den angrenzenden Bereichen. **Von diesen Zuflüssen kann das Vorhaben einen Teil auf sich umlenken**, was sich **wirkungsverschärfend** auf die Betriebe innerhalb des Einzugsgebiets auswirkt. Dieser Effekt wird **wirkungsverschärfend** mit berücksichtigt, sofern die Zentralität einer Einzugsgebietszone über 100 % liegt, d.h. die Nachfragezuflüsse die Nachfrageabflüsse deutlich übersteigen, was jedoch nur im Segment Hausrat/GPK, Einrichtungszubehör der Fall ist.

Erst für den so bereinigten Umverteilungsumsatz ist anzunehmen, dass er zulasten anderer bestehender Einzelhandelsbetriebe im Einzugsgebiet umverteilt wird.

## 6.2.2 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Gesundheits- und Pflegeartikel

Die maximale Verkaufsfläche unter der Maßgabe einer noch als verträglich einzustufenden Umsatzumverteilungsquote innerhalb des Einzugsgebiets beläuft sich auf

**etwa 150 qm.**

Dies entspricht einem Vorhabenumsatz von rd. 0,5 Mio. €, wovon rd. 0,4 Mio. € umverteilungsrelevant sind (der Rest entfällt auf touristeninduzierte Streuumsätze). An den untersuchten Standorten im Untersuchungsraum werden dadurch folgende Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst:

Wirkungsprognose des Vorhabens in Plau am See, Stadt (2023) in Mio. €				
Drogeriewaren	Innenstadt Plau am See	NVSLange Straße	Streulage	Gesamt
Umsatz vor Ort aktuell	0,49	0,81	0,08	1,37
abzgl./zzgl. Umsatzrückgang/anstieg durch Marktschrumpfung/wachstum	0,00	0,00	0,00	0,00
Umsatz vor Ort (2023)	0,49	0,80	0,08	1,37
<b>Vorhabenumsatz (ohne Streuumsätze)</b>	<b>0,10</b>	<b>0,28</b>	<b>0,02</b>	<b>0,39</b>
abzgl. Rückholung von Kaufkraftabflüssen	-0,04	-0,12	-0,01	-0,17
<b>innerhalb des Einzugsgebiets umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz</b>	<b>0,06</b>	<b>0,16</b>	<b>0,01</b>	<b>0,23</b>
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels (2023)	12%	20%	14%	17%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar.

Tabelle 19: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens im Segment Gesundheits- und Pflegeartikel

Rein rechnerisch betrachtet fallen die Umsatzumverteilungswirkungen mit in der Spitze bis zu 20 % bezogen auf den Nahversorgungsstandort Lange Straße relativ hoch aus. Allerdings ist zu berücksichtigen, dass Drogeriewaren in Plau am See bislang ausschließlich in Form von Randsortimenten angeboten werden. Die Umsatzumverteilungswirkungen sind insofern dahingehend zu relativieren, dass die am Nahversorgungsstandort Lange Straße ansässigen Lebensmittelmärkte nur hinsichtlich ihres Randsortiments betroffen sind, welches etwa 10 % des Gesamtspektrums ausmacht. Bezogen auf die jeweiligen Gesamtbetriebe entspräche dies einem Umsatzrückgang von deutlich unter 5 %.

Theoretisch wäre auch noch eine deutlich größere Verkaufsfläche im Segment der Drogeriewaren verträglich. Allerdings soll im Umfeld des Vorhabenstandorts u.U. auch noch ein Drogeriemarkt angesiedelt werden, dessen Auswirkungen zu berücksichtigen sind. Daher erscheint eine Begrenzung auf 150 qm hier angemessen.

In der Innenstadt von Plau am See liegen die Umverteilungswirkungen bei rd. 12 %. Betroffen sind hier die Apotheken in ihren Randsortimenten, die jedoch den überwiegenden Teil ihres Umsatzes mit rezeptpflichtigen Arzneimitteln generieren (etwa 90 %). Bezogen auf den Gesamtumsatz der Apotheken werden die Umsatzrückgänge insofern kaum spürbar sein.

Etwa 0,2 Mio. € generieren sich aus der Rückholung von Kaufkraftabflüssen, die zulasten umliegender Einzelhandelsstandorte gehen. Rechnet man diese 0,2 Mio. € vollständig gegen den Einzelhandelsbestand in den nächstgelegenen Grundzentren Malchow, Lübz, Krakow am See und Goldberg, so werden die Umsatzumverteilungswirkungen hier an keinem Standort oberhalb der Nachweisbarkeitsschwelle liegen – auch nicht in Lübz und Malchow, wo die einzigen Drogeriefachmärkte im Untersuchungsraum angesiedelt sind.

### 6.2.3 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Modischer Bedarf

Die maximale Verkaufsfläche unter der Maßgabe einer noch als verträglich einzustufenden Umsatzumverteilungsquote innerhalb des Einzugsgebiets beläuft sich auf

**etwa 500 qm.**

Dies entspricht einem Vorhabenumsatz von rd. 1,3 Mio. €, wovon rd. 0,9 Mio. € umverteilungsrelevant sind (der Rest entfällt auf touristeninduzierte Streuumsätze). An den untersuchten Standorten im Untersuchungsraum werden dadurch folgende Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst:

Wirkungsprognose des Vorhabens in Plau am See, Stadt (2023) in Mio. €						
Modischer Bedarf (Bekleidung, Schuhe/Lederwaren)	Innenstadt Plau am See	NVS Lange Straße	Streulage Zone 1	Zone 1 Gesamt	Zone 2 Gesamt	Gesamt
Umsatz vor Ort aktuell	1,63	0,16	0,73	2,51	0,09	2,60
abzgl./zzgl. Umsatzrückgang/anstieg durch Marktschrumpfung/wachstum	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Umsatz vor Ort (2023)	1,62	0,16	0,73	2,51	0,09	2,60
Vorhabenumsatz (ohne Streuumsätze)	0,51	0,03	0,21	0,75	0,19	0,94
abzgl. Rückholung von Kaufkraftabflüssen	-0,36	-0,02	-0,15	-0,53	-0,18	-0,71
Innerhalb des Einzugsgebiets umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz	0,15	0,01	0,06	0,23	0,01	0,23
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels (2023)	9,4%	n.n.	n.n.	9,0%	n.n.	9,0%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge = 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar.

**Tabelle 20: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens im Segment Modischer Bedarf**

Im Schnitt liegt die Umsatzumverteilungsquote innerhalb des Einzugsgebiets bei rd. 9 % und betrifft im Wesentlichen die Innenstadt von Plau am See, da hier die größten Angebotsbestände zu verzeichnen sind. An allen übrigen Standorten bewegen sich die prognostizierten Umsatzrückgänge unterhalb der Nachweisbarkeitsschwelle.

Etwa 0,7 Mio. € generieren sich aus der Rückholung von Kaufkraftabflüssen, die zulasten umliegender Einzelhandelsstandorte gehen. Rechnet man diese 0,7 Mio. € vollständig gegen den Einzelhandelsbestand in den nächstgelegenen Grundzentren Malchow, Lübz, Krakow am See und Goldberg, so werden die Umsatzumverteilungswirkungen hier zwischen 7 und 9 % liegen, aber nur bezogen auf die Fachmarktlagen in Malchow und Lübz sowie bezogen auf die Innenstadt von Lübz überhaupt die Nachweisbarkeitsschwelle überschreiten.

## 6.2.4 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Spielwaren /Hobbybedarf

Die maximale Verkaufsfläche unter der Maßgabe einer noch als verträglich einzustufenden Umsatzumverteilungsquote innerhalb des Einzugsgebiets beläuft sich auf

**etwa 100 qm.**

Dies entspricht einem Vorhabenumsatz von gut 0,2 Mio. €, wovon knapp 0,2 Mio. € umverteilungsrelevant sind (der Rest entfällt auf touristeninduzierte Streuumsätze). An den untersuchten Standorten im Untersuchungsraum werden dadurch Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst, die angesichts der rudimentären Angebotssituation an keinem Standort die Schwelle der Nachweisbarkeit überschreiten.

Wirkungsprognose des Vorhabens in Plau am See, Stadt (2023) in Mio. €

Spielwaren, Hobbybedarf	Innenstadt Plau am See	NVS Lange Straße	Streulage	Zone 1 Gesamt	Zone 2 Gesamt	Gesamt
Umsatz vor Ort aktuell	0,09	0,03	0,05	0,17	0,00	0,17
abzgl./zzgl. Umsatzrückgang/anstieg durch Marktschrumpfung/wachstum	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Umsatz vor Ort (2023)	0,09	0,03	0,04	0,17	0,00	0,17
<b>Vorhabenumsatz (ohne Streuumsätze)</b>	<b>0,09</b>	<b>0,03</b>	<b>0,05</b>	<b>0,17</b>	<b>0,00</b>	<b>0,17</b>
abzgl. Rückholung von Kaufkraftabflüssen	-0,09	-0,03	-0,04	-0,16	0,00	-0,16
<b>Innerhalb des Einzugsgebiets umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz</b>	<b>0,01</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,02</b>	<b>0,00</b>	<b>0,02</b>
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels (2023)	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar.

**Tabelle 21: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens im Segment Spielwaren**

Der überwiegende Teil des Umsatzes generiert sich aus der Rückholung von Kaufkraftabflüssen. Rechnet man diese vollständig gegen den Einzelhandelsbestand in den nächstgelegenen Grundzentren Malchow, Lübz, Krakow am See und Goldberg, so werden die Umsatzumverteilungswirkungen auch hier an keinem Standort die Nachweisbarkeitsschwelle überschreiten.

## 6.2.5 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Sportbedarf

Die maximale Verkaufsfläche unter der Maßgabe einer noch als verträglich einzustufenden Umsatzumverteilungsquote innerhalb des Einzugsgebiets beläuft sich auf

**etwa 150 qm.**

Dies entspricht einem Vorhabenumsatz von gut 0,3 Mio. €, wovon knapp 0,3 Mio. € umverteilungsrelevant sind (der Rest entfällt auf touristeninduzierte Streuumsätze). An den untersuchten Standorten im Untersuchungsraum werden dadurch Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst, die angesichts der rudimentären Angebotssituation an keinem Standort die Schwelle der Nachweisbarkeit überschreiten.

Wirkungsprognose des Vorhabens in Plau am See, Stadt (2023) in Mio. €

Sportbedarf (inkl Camping, Fahrräder)	Innenstadt Plau am See	NVS Lange Straße	Zone 1 Gesamt	Zone 2 Gesamt	Gesamt
Umsatz vor Ort aktuell	0,24	0,04	0,27	0,00	0,27
abzgl./zzgl. Umsatzrückgang/anstieg durch Marktschrumpfung/wachstum	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Umsatz vor Ort (2023)	0,24	0,03	0,27	0,00	0,27
<b>Vorhabenumsatz (ohne Streuumsätze)</b>	<b>0,23</b>	<b>0,03</b>	<b>0,26</b>	<b>0,00</b>	<b>0,26</b>
abzgl. Rückholung von Kaufkraftabflüssen	-0,19	-0,03	-0,22	0,00	-0,22
<b>Innerhalb des Einzugsgebiets umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz</b>	<b>0,03</b>	<b>0,00</b>	<b>0,04</b>	<b>0,00</b>	<b>0,04</b>
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels (2023)	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar.

**Tabelle 22: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens im Segment Sportbedarf**

Der überwiegende Teil des Umsatzes generiert sich aus der Rückholung von Kaufkraftabflüssen. Rechnet man diese vollständig gegen den Einzelhandelsbestand in den nächstgelegenen Grundzentren Malchow, Lübz, Krakow am See und Goldberg, so werden die Umsatzumverteilungswirkungen auch hier an keinem Standort die Nachweisbarkeitsschwelle überschreiten.

## 6.2.6 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Elektro/Technik

Die maximale Verkaufsfläche unter der Maßgabe einer noch als verträglich einzustufenden Umsatzumverteilungsquote innerhalb des Einzugsgebiets beläuft sich auf

**etwa 75 qm.**

Dies entspricht einem Vorhabenumsatz von rd. 0,3 Mio. €, wovon rd. 0,2 Mio. € umverteilungsrelevant sind (der Rest entfällt auf touristeninduzierte Streuumsätze). An den untersuchten Standorten im Untersuchungsraum werden dadurch Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst, die angesichts der rudimentären Angebotssituation an keinem Standort die Schwelle der Nachweisbarkeit überschreiten.

Wirkungsprognose des Vorhabens in Plau am See, Stadt (2023) in Mio. €

Elektro/Technik	Innenstadt Plau am See	NVSLange Straße	Streufläche	Zone 1 Gesamt	Zone 2 Gesamt	Gesamt
Umsatz vor Ort aktuell	0,34	0,18	0,01	0,53	0,00	0,53
abzgl./zzgl. Umsatzrückgang/anstieg durch Marktschrumpfung/wachstum	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Umsatz vor Ort (2023)	0,34	0,18	0,01	0,53	0,00	0,53
<b>Vorhabenumsatz (ohne Streuumsätze)</b>	<b>0,16</b>	<b>0,07</b>	<b>0,00</b>	<b>0,23</b>	<b>0,00</b>	<b>0,23</b>
abzgl. Rückholung von Kaufkraftabflüssen	-0,14	-0,06	0,00	-0,20	0,00	-0,20
<b>Innerhalb des Einzugsgebiets umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz</b>	<b>0,02</b>	<b>0,01</b>	<b>0,00</b>	<b>0,03</b>	<b>0,00</b>	<b>0,03</b>
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels (2023)	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	0,0%	n.n.

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge = 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar.

**Tabelle 23: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens im Segment Elektro/Technik**

Der überwiegende Teil des Umsatzes generiert sich aus der Rückholung von Kaufkraftabflüssen. Rechnet man diese vollständig gegen den Einzelhandelsbestand in den nächstgelegenen Grundzentren Malchow, Lübz, Krakow am See und Goldberg, so werden die Umsatzumverteilungswirkungen auch hier an keinem Standort die Nachweisbarkeitsschwelle überschreiten.

## 6.2.7 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Bücher/Zeitungen, Schreibwaren

Die maximale Verkaufsfläche unter der Maßgabe einer noch als verträglich einzustufenden Umsatzumverteilungsquote innerhalb des Einzugsgebiets beläuft sich auf

**etwa 100 qm.**

Dies entspricht einem Vorhabenumsatz von rd. 0,4 Mio. €, wovon rd. 0,3 Mio. € umverteilungsrelevant sind (der Rest entfällt auf touristeninduzierte Streuumsätze). An den untersuchten Standorten im Untersuchungsraum werden dadurch Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst, die angesichts der rudimentären Angebotssituation an keinem Standort die Schwelle der Nachweisbarkeit überschreiten.

Wirkungsprognose des Vorhabens in Plau am See, Stadt (2023) in Mio. €

Bücher/Zeitschriften, Schreibwaren	Innenstadt Plau am See	NVS Lange Straße	Streulage	Gesamt	Zone 2 Gesamt	Gesamt
Umsatz vor Ort aktuell	0,23	0,13	0,18	0,54	0,00	0,54
abzgl./zzgl. Umsatzrückgang/anstieg durch Marktschrumpfung/wachstum	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Umsatz vor Ort (2023)	0,23	0,13	0,18	0,54	0,00	0,54
<b>Vorhabenumsatz (ohne Streuumsätze)</b>	<b>0,12</b>	<b>0,06</b>	<b>0,08</b>	<b>0,26</b>	<b>0,00</b>	<b>0,26</b>
abzgl. Rückholung von Kaufkraftabflüssen	-0,10	-0,05	-0,07	-0,22	0,00	-0,22
<b>Innerhalb des Einzugsgebiets umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz</b>	<b>0,02</b>	<b>0,01</b>	<b>0,01</b>	<b>0,05</b>	<b>0,00</b>	<b>0,05</b>
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels (2023)	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	0,0%	n.n.

Quelle: Eigene Berechnungen, Werte gerundet, Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar.

**Tabelle 24: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens im Segment Bücher/Zeitungen, Schreibwaren**

Der überwiegende Teil des Umsatzes generiert sich aus der Rückholung von Kaufkraftabflüssen. Rechnet man diese vollständig gegen den Einzelhandelsbestand in den nächstgelegenen Grundzentren Malchow, Lübz, Krakow am See und Goldberg, so werden die Umsatzumverteilungswirkungen auch hier an keinem Standort die Nachweisbarkeitsschwelle überschreiten.

## 6.2.8 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Hausrat/GPK, Einrichtungszubehör

Die maximale Verkaufsfläche unter der Maßgabe einer noch als verträglich einzustufenden Umsatzumverteilungsquote innerhalb des Einzugsgebiets beläuft sich auf

**etwa 250 qm.**

Dies entspricht einem Vorhabenumsatz von rd. 0,6 Mio. € wovon rd. 0,4 Mio. € umverteilungsrelevant sind (der Rest entfällt auf touristeninduzierte Streuumsätze). An den untersuchten Standorten im Untersuchungsraum werden dadurch folgende Umsatzumverteilungsquoten ausgelöst:

Wirkungsprognose des Vorhabens in Plau am See, Stadt (2023) in Mio. €

Hausrat/GPK, Einrichtungzubehör	Innenstadt Plau am See	NVS Lange Straße	Streulage	Zone 1 Gesamt	Zone 2 Gesamt	Gesamt
Umsatz vor Ort aktuell	0,58	0,31	1,70	2,59	0,00	2,59
abzgl./zzgl. Umsatzrückgang/anstieg durch Marktschrumpfung/wachstum	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Umsatz vor Ort (2023)	0,58	0,31	1,69	2,59	0,00	2,59
<b>Vorhabenumsatz (ohne Streuumsätze)</b>	<b>0,10</b>	<b>0,03</b>	<b>0,30</b>	<b>0,43</b>	<b>0,00</b>	<b>0,43</b>
abzgl. Rückholung von Kaufkraftabflüssen	-0,05	-0,01	-0,14	-0,21	0,00	-0,21
zzgl. Umlenkung von Kaufkraftzuflüssen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Innerhalb des Einzugsgebiets umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz</b>	<b>0,05</b>	<b>0,02</b>	<b>0,16</b>	<b>0,22</b>	<b>0,00</b>	<b>0,22</b>
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels (2023)	n.n.	n.n.	9,3%	8,7%	0,0%	8,7%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar.

**Tabelle 25: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens im Segment Hausrat/GPK, Einrichtungzubehör**

Im Schnitt liegt die Umsatzumverteilungsquote innerhalb des Einzugsgebiets bei rd. 9 % und betrifft neben der Innenstadt (hier liegen die Umsatzumverteilungswirkungen allerdings unter der Nachweisbarkeitsschwelle) vor allem die Streulagen im Stadtgebiet (z.B. Dänisches Bettenlager, Schnäppchenmarkt), da hier die größten Angebotsbestände zu verzeichnen sind.

Etwa 0,2 Mio. € generieren sich aus der Rückholung von Kaufkraftabflüssen, die zulasten umliegender Einzelhandelsstandorte gehen. Rechnet man diese 0,2 Mio. € vollständig gegen den Einzelhandelsbestand in den nächstgelegenen Grundzentren Malchow, Lübz, Krakow am See und Goldberg, so werden die Umsatzumverteilungswirkungen an keinem Standort die Nachweisbarkeitsschwelle überschreiten.

Summiert man die ermittelten Verkaufsflächenobergrenzen für die einzelnen Sortimente auf, so ergibt sich ein Gesamtvolumen von rd. 1.325 qm potenzielle Verkaufsfläche für Kaufhaus Stolz. Unter Einhaltung der aufgezeigten Verkaufsflächenobergrenzen ist sichergestellt, dass die Umsatzumverteilungswirkungen weder in Bezug auf die Innenstadt von Plau am See noch in Bezug auf die umliegenden Grundzentren Größenordnungen erreichen, die auf negative Auswirkungen hindeuten.

## 6.3 Umsatzstruktur und Marktanteilsbetrachtung

Unter Berücksichtigung der ermittelten Verkaufsflächenobergrenzen würde sich die Umsatzstruktur des Vorhabens sortimentsseitig folgendermaßen darstellen:

#### Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Vorhabens

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächen- produktivität*	Umsatz in Mio. €
Drogeriewaren	150	3.500	0,5
Modischer Bedarf (Bekleidung, Schuhe/Lederwaren)	500	2.500	1,3
Sportbedarf (inkl Camping, Fahrräder)	150	2.300	0,3
Spielwaren, Hobbybedarf	100	2.300	0,2
Hausrat/GPK, Einrichtungszubehör	250	2.300	0,6
Elektro/Technik	75	4.000	0,3
Bücher/Zeitschriften, Schreibwaren	100	3.500	0,4

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. \* in € je qm Verkaufsfläche

**Tabelle 26: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Vorhabens**

In der Aufsummierung der Flächen ergibt sich jedoch ein Volumen, welches über die anvisierten 800 bis 1.200 qm Verkaufsfläche hinausgeht. Je nach konkreter Sortimentsgestaltung werden in einigen Sortimenten die Umsätze des Vorhabens also tatsächlich noch geringer ausfallen.

Nachfolgende Tabelle zeigt auf, welche Marktanteile sich unter der Annahme der vollständigen Ausreizung der jeweiligen sortimentsseitigen Verkaufsflächenobergrenzen innerhalb des Einzugsgebiets ergeben würden.

Danach würden sich die Marktanteile bei fast allen Sortimenten in einer Spannweite von 10 bis 20 % bewegen (bei Elektro/Technik noch darunter), die nicht darauf hindeuten, dass das Vorhaben weder insgesamt noch bezogen auf einzelne Sortimente eine marktbeherrschende Stellung innerhalb des Nahbereichs der Stadt Plaus am See einnehmen könnte.

Marktanteile des Vorhabens im Einzugsgebiet*			
<b>Drogeriewaren</b>	<b>Zone 1</b>	<b>Zone 2</b>	<b>Gesamt</b>
Marktpotenzial (Mio. €)	2,5	0,8	3,3
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,3	0,1	0,4
Marktanteil	13%	10%	12%
<b>Modischer Bedarf (Bekleidung, Schuhe/Lederwaren)</b>	<b>Zone 1</b>	<b>Zone 2</b>	<b>Gesamt</b>
Marktpotenzial (Mio. €)	3,9	1,3	5,2
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,8	0,2	0,9
Marktanteil	19%	14%	18%
<b>Sportbedarf (inkl Camping, Fahrräder)</b>	<b>Zone 1</b>	<b>Zone 2</b>	<b>Gesamt</b>
Marktpotenzial (Mio. €)	1,0	0,3	1,3
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,2	0,1	0,3
Marktanteil	21%	16%	20%
<b>Spielwaren, Hobbybedarf</b>	<b>Zone 1</b>	<b>Zone 2</b>	<b>Gesamt</b>
Marktpotenzial (Mio. €)	0,8	0,3	1,0
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,1	0,0	0,2
Marktanteil	18%	14%	17%
<b>Hausrat/GPK, Einrichtungszubehör</b>	<b>Zone 1</b>	<b>Zone 2</b>	<b>Gesamt</b>
Marktpotenzial (Mio. €)	1,7	0,6	2,2
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,3	0,1	0,4
Marktanteil	21%	15%	19%
<b>Elektro/Technik</b>	<b>Zone 1</b>	<b>Zone 2</b>	<b>Gesamt</b>
Marktpotenzial (Mio. €)	3,0	1,0	4,0
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,2	0,0	0,2
Marktanteil	6%	4%	6%
<b>Bücher/Zeitschriften, Schreibwaren</b>	<b>Zone 1</b>	<b>Zone 2</b>	<b>Gesamt</b>
Marktpotenzial (Mio. €)	1,2	0,4	1,6
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,2	0,1	0,3
Marktanteil	18%	13%	17%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. \*Ohne Streuumsätze.

**Tabelle 27: Sortimentsspezifische Marktanteile des Vorhabens im Einzugsgebiet**

Die erwartbaren Umsätze, die das Vorhaben auf den ermittelten Verkaufsflächenobergrenzen sortimentsspezifisch generieren könnte, lassen auf moderate Marktanteile bzw. auf eine angemessene Abschöpfung der Kaufkraft im Einzugsgebiet je nach Sortiment zwischen 10 und 20 % schließen.

# 7 Bewertung des Vorhabens

## 7.1 Zu den Bewertungskriterien

Geplant ist die Ansiedlung von Kaufhaus Stolz in der Stadt Plau am See mit einer Gesamtverkaufsfläche zwischen 800 und 1.200 qm, die damit u.a. die Grenze der Großflächigkeit von 800 qm Verkaufsfläche überschreiten wird. Die Umsetzung des Vorhabens soll auf der Basis eines B-Plans erfolgen. Bei der Aufstellung von B-Plänen für Einzelhandelsnutzungen sind § 1 Abs. 6 Nr. 4, 8a und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB und § 1 Abs. 4 BauGB in Verbindung mit den Zielen der Raumordnung sowie der Landes- und Regionalplanung in Mecklenburg-Vorpommern<sup>16</sup> zu beachten. Für die städtebauliche und raumordnerische Bewertung des Vorhabens sind demnach folgende, additiv verknüpfte Kriterien von Bedeutung:

### Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern 2016

- (1) Einzelhandelsgroßprojekte und Einzelhandelsagglomerationen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO sind nur in Zentralen Orten zulässig. (Z) [Konzentrationsgebot]
- (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) [Kongruenzgebot, Beeinträchtigungsverbot]
- (3) Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind nur in Innenstädten/Ortszentren und in sonstigen Zentralen Versorgungsbereichen zulässig. (Z) [Integrationsgebot]
- Ausnahmsweise dürfen nahversorgungsrelevante Sortimente auch außerhalb von Zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden, wenn nachweislich
  - eine integrierte Lage in den Zentralen Versorgungsbereichen aus städtebaulichen Gründen nicht umsetzbar ist,
  - das Vorhaben zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung beiträgt und
  - die Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden.
- (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

<sup>16</sup> Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern 2016 und Regionales Raumentwicklungsprogramm Westmecklenburg 2011.

berücksichtigen. In den kommunalen Einzelhandelskonzepten sind die Zentralen Versorgungsbereiche festzulegen. (Z)

### Regionales Raumentwicklungsprogramm Westmecklenburg 2011

Das Regionale Raumentwicklungsprogramm führt unter der Ziffer 4.3.2 einige Bestimmungen für den Großflächigen Einzelhandel auf, die sich jedoch auf das alte Landesentwicklungsprogramm beziehen. Relevant sind folgende Punkte:

- (1) Großflächige Einzelhandelsvorhaben im Sinne § 11 BauNVO, hierunter fallen auch Hersteller-Direktverkaufszentren und sonstige neue Betriebsformen des Einzelhandels, die ähnliche Auswirkungen erwarten lassen, sind mit Ausnahme von (7) nur in Zentralen Orten, bei einer Geschossfläche über 5.000 m<sup>2</sup> nur in Schwerin, Wismar, Parchim, Grevesmühlen, Ludwigslust und Hagenow zulässig. (Z)
- (2) Neuansiedlungs-, Umnutzungs-, Erweiterungs- oder Agglomerationsvorhaben von Einzelhandelsgroßprojekten sind der Größe und der Versorgungsfunktion des Zentralen Ortes und seines Einzugsbereiches sowie dessen regionalspezifischem Kaufkraftpotenzial anzupassen. (Z)
- (3) Einzelhandelsgroßprojekte dürfen weder die verbrauchernahe Versorgung der nicht motorisierten Bevölkerung noch eine ausgewogene und räumlich funktions- teilig orientierte Entwicklung von Versorgungsschwerpunkten zwischen Innenstadt / Orts- bzw. Wohngebietszentrum und Randlage gefährden. (Z)
- (4) Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten sind nur an städtebaulich integrierten Standorten zulässig. Bei Standortentwicklungen außerhalb der Innenstadt und anderer zentraler Versorgungsbereiche ist nachzuweisen, dass diese die Funktionsentwicklung und Attraktivität der Innenstadt bzw. anderer zentraler Versorgungsbereiche nicht gefährden. (Z)
- (6) Ausgewogene zentrenstärkende Einzelhandelsstrukturen sollen in Zentralen Orten auf der Grundlage von Einzelhandelskonzepten entwickelt werden. Dabei sollen auch die zentralen Versorgungsbereiche benannt werden.

Weitere Belange der Raumordnung und Landesplanung (Natur und Umwelt, Wirtschaft, Arbeitsmarkt, Wohnen, Landschaft etc.) sind nicht Gegenstand dieser v.a. marktanalytischen Untersuchung.

Nach § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB sind bei der Aufstellung von Bauleitplänen u.a. die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche zu berücksichtigen sowie nach § 1 Abs. 6 Nr. 8a BauGB die Belange der Wirtschaft, auch ihrer mittelständischen Struktur im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung. Darüber hinaus ist bei der Aufstellung des B-Plans für das Vorhaben gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB das politisch beschlossene **kommunale Einzelhandelskonzept** der Stadt Plau am See als städtebauliches Entwicklungskonzept zu berücksichtigen.

## 7.2 Zur zentralörtlichen Zuordnung

Das „Kongruenz- bzw. Zentralitätsgebot“, wonach ein Vorhaben nach Umfang und Zweckbestimmung der jeweiligen Stufe des Zentralen Orts entsprechen muss, zielt auf die Einfügung in den Verflechtungsraum ab.

Plau am See ist gemäß dem Regionalen Raumentwicklungsprogramm Westmecklenburg (RREP WM 2011) als Grundzentrum ausgewiesen. **Von ihrer raumordnerischen Funktion her ist die Stadt demnach als Standort für großflächige Einzelhandelsbetriebe geeignet.** Funktional entspricht das Vorhaben den Versorgungsaufgaben eines Grundzentrums.

Das prospektive Einzugsgebiet des Vorhabens erstreckt sich auf das Stadtgebiet von Plau am See sowie auf die Umlandkommunen Ganzlin und Barkhagen und ist somit deckungsgleich mit dem raumordnerisch festgelegten Nahbereich für das Grundzentrum Plau am See. Etwa 75 % seines Umsatzes wird das Vorhaben mit Kunden generieren, die innerhalb des Einzugsgebiets leben. Die restlichen 25 % des Vorhabenumsatzes werden im Wesentlichen mit Touristen generiert (Übernachtungsgäste und Tagesgäste), die räumlich nicht genau zuzuordnen sind. **Das Vorhaben wird somit maßgeblich vom örtlichen bzw. im zugeordneten Verflechtungsbereich vorhandenen Nachfragepotenzial getragen.** Weder ist eine wesentliche Überschreitung des relevanten Verflechtungsbereichs gegeben noch wird das Vorhaben in signifikantem Maße zusätzliche Kaufkraft von außerhalb des raumordnerisch definierten Nahbereichs (z.B. aus den umliegenden Grundzentren) abziehen.

Das Vorhaben wird sowohl dem Kongruenz- als auch dem Konzentrationsgebot gerecht.

## 7.3 Zu den Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die Nahversorgung

Ausgewogene Versorgungsstrukturen und damit die Funktionsfähigkeit von Zentralen Orten setzen voraus, dass die zentralen Versorgungsbereiche nicht mehr als unwesentlich beeinträchtigt werden (Beeinträchtigungsverbot). Die verbrauchernahe Versorgung beinhaltet die wohnortnahe Bereitstellung von Gütern des täglichen (nahversorgungsrelevanten) Bedarfs. Eine möglichst flächendeckende Nahversorgung dient primär dem Ziel, einen aufgrund der Bedarfs- und Einkaufshäufigkeit unverhältnismäßigen Zeit- und Wegeaufwand mit allen negativen Sekundärwirkungen zu vermeiden.

Die Überprüfung der eventuellen Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche erfolgte im Kapitel zur Wirkungsprognose. Es stellt sich die Frage, ob es über die im Rahmen der Wirkungsprognose ermittelten marktanalytischen Auswirkungen hinaus zu Beeinträchtigungen des bestehenden Einzelhandels kommen kann. Im Kern geht es um die Einschätzung, ob die ermittelten Umsatzumverteilungseffekte für eine größere Anzahl von Betrieben so gravierend sind, dass als Folge von Betriebsaufgaben eine Funktionsschwächung oder gar Verödung der Zentren droht, bzw. die Nahversorgung gefährdet ist.

Die Beantwortung der Frage, wann zentrale Versorgungsbereiche sowie die Nahversorgung in ihrer Funktionsfähigkeit beeinträchtigt sind, bedarf einer Prüfung der konkreten Umstände im Einzelfall. Allerdings ist in der Rechtsprechung verschiedener Oberverwaltungsgerichte (vgl. u.a. OVG Münster, AZ 7A 2902/93, OVG Bautzen, Beschluss 1 BS 108/02, 06.06.2002) die Meinung vertreten worden, dass als Anhaltswert ab einer Umsatzumverteilung von 10 % mehr als unwesentliche Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel nicht auszuschließen sind (sog. Abwägungsschwellenwert).

Die Ermittlung der sortimentspezifischen Verkaufsflächenobergrenzen orientierte sich vor allem an zwei Aspekten:

- Die Umsatzumverteilungsquote darf den kritischen 10 %-Schwellenwert vor allem in Bezug auf die Innenstadt von Plau am See (aber auch bezüglich der Innenstädte in den umliegenden Grundzentren) nicht überschreiten.
- Alternativ fallen die absoluten Umsatzrückgänge so gering aus, dass sie unterhalb der Nachweisbarkeitsschwelle von etwa 0,1 Mio. € liegen.

Die Innenstadt von Plau am See weist vor allem im Modischen Bedarf einen signifikanten Angebotsbestand aus, der neben dem Filialisten Ernesting's Family von mehreren inhabergeführten Fachgeschäften ausgebildet wird. Die bestehenden Anbieter sind überwiegend attraktiv und leistungsfähig aufgestellt und lassen grundsätzlich nicht erwarten, dass bereits bei einem rechnerisch prognostizierten Umsatzrückgang von weniger als 10 % Marktaustritte drohen, die die Vielfalt des Angebots und damit die

Funktionsfähigkeit der Innenstadt beeinträchtigen könnten. Dazu tragen einerseits das ansprechende Stadtbild und die auch auf Touristen positiv wirkende angenehme Einkaufsatmosphäre bei sowie andererseits die hohe Multifunktionalität der Innenstadt, die neben dem Einzelhandel noch zahlreiche weitere Besuchsanlässe induziert. Derzeit wird auch nur etwa die Hälfte des örtlichen Kaufkraftpotenzials vom lokalen Einzelhandel im Modischen Bedarf gebunden. Ein Teil der Vorhabenumsätze würde also gar nicht gegen die Innenstadt wirken, sondern sich aus der Rückholung von Kaufkraftabflüssen generieren.

**Daher kommen die Gutachter zu dem Ergebnis, dass sich eine Verkaufsfläche im Modischen Bedarf im Kaufhaus Stolz von bis zu 450 qm verträglich in die bestehenden Strukturen einfügen lassen würde und keine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der Innenstadt zur Folge hätte.** Dies gilt auch für die Innenstädte der Umlandzentren, für die im Worst Case eine Umsatzumverteilung in Höhe von 7 bis 9 % prognostiziert wird, von denen aber ohnehin nur die Innenstädte von Lübz und Malchow überhaupt spürbar betroffen sein werden. Eine vorhabeninduzierte Funktionschwächung der grundsätzlich funktionsfähig aufgestellten Innenstädte von Lübz und Malchow kann bei Einhaltung der ermittelten Verkaufsflächenobergrenze aber in jedem Falle ausgeschlossen werden.

Im Segment **Hausrat/GPK, Einrichtungszubehör** entfällt der Verkaufsflächenschwerpunkt nicht auf die Innenstadt, sondern auf Betriebe in Streulagen (Antikspeicher, Dänisches Bettenlager, Schnäppchenparadies). Die Auswirkungen auf diese Betriebe sind jedoch städtebaulich/raumordnerisch nicht relevant, da es sich hierbei um nicht schützenswerte Streulagen handelt und sind somit als rein wettbewerbliche Effekte einzuordnen. Gleichwohl weist auch die Innenstadt von Plau am See einen signifikanten Angebotsbestand in diesem Segment auf. Die bestehenden Anbieter sind dabei überwiegend attraktiv und leistungsfähig aufgestellt und lassen grundsätzlich nicht erwarten, dass bereits bei einem rechnerisch prognostizierten Umsatzrückgang von weniger als 10 % Marktaustritte drohen, die die Vielfalt des Angebots und damit die Funktionsfähigkeit der Innenstadt beeinträchtigen könnten. Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass es sich bei den Innenstadthändlern z.T. um sehr spezifische Anbieter handelt (z.B. Keramik, Atelier), die mit den konventionellen Sortimenten eines Kaufhauses Stolz gar nicht im Wettbewerb stehen.

**Daher kommen die Gutachter zu dem Ergebnis, dass sich eine Verkaufsfläche im Segment Hausrat/GPK, Einrichtungszubehör im Kaufhaus Stolz von bis zu 250 qm verträglich in die bestehenden Strukturen einfügen lassen würde und keine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der Innenstadt zur Folge hätte.** Dies gilt auch für die Innenstädte der Umlandzentren, für die bei Einhaltung der ermittelten Verkaufsflächenobergrenze selbst im Worst Case keine Wirkungen zu erwarten sind, die oberhalb der Nachweisbarkeitsgrenze liegen werden.

In den Segmenten Spielwaren/Hobbybedarf, Sportbedarf/Camping, Elektro/Technik und Bücher/Zeitungen, Schreibwaren fällt das Angebot in Plau am See insgesamt sehr überschaubar aus und weist z.T. erhebliche Angebotsdefizite auf. Hohe Kaufkraftabflüsse (u.a. auch in den Online-Handel) sind hier die Folge. Unter Einhaltung der ermittelten Verkaufsflächenobergrenzen, die sich je nach Sortiment zwischen 75 und 150 qm bewegen, wird das Vorhaben keine Umsatzumverteilungswirkungen auslösen, die oberhalb der Nachweisbarkeitschwelle von 0,1 Mio. € liegen. Ein Großteil des Vorhabenumsatzes wird überhaupt nicht gegen den innerstädtischen Einzelhandel wirken, sondern sich aus der Rückholung von Kaufkraftabflüssen generieren.

Gleichwohl gibt es in diesen Sortimenten durchaus einige Anbieter, die zwar flächenseitig keine große Bedeutung haben, für die Angebotsvielfalt der Innenstadt und damit auch für deren Funktionsfähigkeit jedoch eine wichtige Rolle spielen. Zu nennen sind hier z.B. die Bücherstube, das Elektrofachgeschäft Felika oder Creativ & Hobby. Um die Entwicklungsperspektiven dieser Betriebe nicht weiter einzuschränken, halten es die Gutachter daher für geboten, trotz der bestehenden Angebotsdefizite in den aufgeführten Sortimenten entsprechende Verkaufsflächenobergrenzen für Kaufhaus Stolz einzuziehen. Unter dieser Maßgabe kann ausgeschlossen werden, dass es hier zu vorhabeninduzierten Marktaustritten von ansonsten marktfähigen Betrieben kommen wird, die die Funktionsfähigkeit der Innenstadt beeinträchtigen könnten.

Dies gilt auch für die Innenstädte der Umlandzentren, für die bei Einhaltung der ermittelten Verkaufsflächenobergrenze selbst im Worst Case keine Wirkungen zu erwarten sind, die oberhalb der Nachweisbarkeitsgrenze liegen werden.

Diesbezüglich sei auch darauf hingewiesen, dass einige in der Innenstadt von Plau am See ansässigen Anbieter dieser Branchen ein sehr spezielles Warensortiment haben (z.B. Jagdausrüstung, Anglerbedarf, Fahrräder), welches überhaupt nicht mit dem eher konventionellen Warensortiment von Kaufhaus Stolz im Wettbewerb stehen wird und daher für diese „Spezialisten“ überhaupt keine negativen Auswirkungen zu erwarten sind.

Eine differenziertere Betrachtung ist für das Segment Gesundheits- und Pflegeartikel erforderlich. Derzeit gibt es in Plau am See keinen Drogeriemarkt. Drogeriewaren werden ausschließlich in Form von Randsortimenten bei den Lebensmittelmärkten, im Schnäppchenmarkt sowie bei den Apotheken angeboten. Rein rechnerisch ergeben sich für die ermittelten Verkaufsflächenobergrenze von 150 qm relativ hohe Umsatzumverteilungsquoten von bis zu 20 %. Diese sind jedoch vor dem Hintergrund zu relativieren, dass davon ausschließlich Betriebe betroffen sind, die Drogeriewaren als Randsortimente führen. Zwar kann sich der Umsatz mit diesen Randsortimenten um bis zu 20 % verringern – bezogen auf den Gesamtumsatz der Betriebe hat dies jedoch kaum einen Einfluss, da sowohl bei Apotheken als auch bei den Lebensmittelmärkten der Umsatzanteil mit Drogeriewaren kaum über 10 % hinausgeht. Bezogen auf den

**Gesamtbetrieb werden die Umsatzrückgänge somit im niedrigschwelligen Bereich liegen und lassen bei weitem keine Betriebsgefährdungen erwarten. Mehr als unwesentliche Auswirkungen können somit sowohl mit Bezug auf die Innenstadt (Apotheken) als auch mit Bezug auf die verbrauchernahe Versorgung (Lebensmittelmärkte am Nahversorgungsstandort Lange Straße) ausgeschlossen werden**

Theoretisch wäre hier auch noch eine deutlich größere Verkaufsfläche denkbar. Allerdings steht auch die Ansiedlung eines Drogeriemarkts im direkten Standortumfeld des Vorhabens zur Diskussion, die ihrerseits Umsatzumverteilungswirkungen auslöst. Daher halten die Gutachter die Begrenzung der Verkaufsfläche für Drogeriewaren im Kaufhaus Stolz auf maximal 150 qm für geboten.

Unter Einhaltung der ermittelten sortimentspezifischen Verkaufsflächenobergrenzen kann ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens in städtebauliche oder raumordnerische Wirkungen im Sinne einer Funktionsstörung der Nahversorgung sowie der zentralen Versorgungsbereiche ausgeschlossen werden. Dem Beeinträchtigungsverbot wird das Vorhaben damit gerecht.

## 7.4 Zur städtebaulichen Integration des Vorhabenstandorts

Gemäß den landesplanerischen Vorgaben in Mecklenburg-Vorpommern sind Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur in zentralen Versorgungsbereichen zulässig. Einzelhandelsgroßprojekte mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dürfen auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden, wenn eine integrierte Lage in einem zentralen Versorgungsbereich nicht umsetzbar ist, das Vorhaben zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung beiträgt und die zentralen Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

Die Sortimentsstruktur des Vorhabens umfasst zu ganz wesentlichen Teilen Sortimente, die laut der Plauer Sortimentsliste als **zentrenrelevant** einzustufen sind. Insofern ist das Vorhaben auf eine **Lage innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs** zu verweisen.

Nach dem kommunalen Einzelhandelskonzept der Stadt Plau am See wird innerhalb des Stadtgebiets jedoch nur ein zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen, welcher sich auf den innerstädtischen Altstadtbereich bezieht. Der Vorhabenstandort selbst wird im Einzelhandelskonzept **nicht als zentraler Versorgungsbereich** ausgewiesen, sondern als Nahversorgungsstandort. Überschreitet die Verkaufsfläche von Kaufhaus Stolz die Grenze der Großflächigkeit von 800 qm, kann das Integrationsgebot insofern nicht eingehalten werden, da dieses für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten eine Lage in einem zentralen Versorgungsbereich verlangt. Raumordnungskonform kann das Kaufhaus Stolz somit am Vorhabenstandort nur angesiedelt werden, wenn die Gesamtverkaufsfläche 800 qm nicht überschreitet.

Das Vorhaben entspricht nur dann dem städtebaulichen Integrationsgebot, wenn die Verkaufsfläche 800 qm nicht überschreitet.

## 7.5 Zur Kompatibilität mit dem kommunalen Einzelhandelsentwicklungskonzept

Plau Am See verfügt über ein politisch beschlossenes Einzelhandelskonzept aus dem Jahre 2019. Das Konzept weist neben der Innenstadt im Altstadtbereich als zentralen Versorgungsbereich noch zwei ergänzende Nahversorgungslagen aus, denen eine wichtige Versorgungsfunktion für das Stadtgebiet und die angrenzenden zugehörigen Amtsgemeinden zugewiesen wird.

Eine dieser ergänzenden Nahversorgungslagen bezieht sich auf den Vorhabenstandort an der Güstrower Chaussee. Der Vorhabenstandort ist somit zwar keinem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet, im kommunalen Einzelhandelskonzept aber als perspektivischer ergänzender Nahversorgungsstandort ausgewiesen. Die ausgewiesenen Nahversorgungsstandorte sind für die Sicherung und Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit größeren Verkaufsflächen vorgesehen, für die in der sehr kleinteilig strukturierten Innenstadt keine Flächenpotenziale bestehen. Während an diesen Standorten auf die Ansiedlung von Kleinflächen verzichtet werden sollte, um die Konkurrenz zur kleinteiligen Ladenstruktur im Innenstadtzentrum so gering wie möglich zu halten, werden Fachmärkte mit bis zu 800 qm Verkaufsfläche im Konzept explizit als mögliche Betriebsformate benannt. Das Kaufhaus Stolz stellt im weiteren Sinne auch ein Fachmarktformat dar, sodass dessen Ansiedlungswunsch an der Güstrower Chaussee den Zielen des Einzelhandelskonzepts nicht entgegensteht, sofern die Verkaufsfläche 800 qm nicht überschreitet.

Ganz konkret auf den Nahversorgungsstandort Güstrower Chaussee bezogen, wird im Konzept das Handlungsziel angeführt, den Standort in Funktionsergänzung zur Innenstadt und zum Nahversorgungsstandort an der Langen Straße zu positionieren. Ein wesentliches Entwicklungsziel dabei ist die Schließung von gesamtstädtischen Angebotslücken durch die Neuansiedlung von Formaten, für die an den übrigen Standorten im Stadtgebiet keine Flächenpotenziale bestehen. Diesem Entwicklungsziel würde die Ansiedlung von Kaufhaus Stolz in weiten Teilen entsprechen, da hier durchaus Sortimente und Waren angeboten werden, die in Plau am See bislang gar nicht oder nur rudimentär vorgehalten werden.

Als Orientierungsrahmen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels in Plau am See wurde im Einzelhandelskonzept ein Verkaufsflächen-Entwicklungsspielraum von etwa 1.400 qm im kurzfristigen Bedarf (v.a. Lebensmittel, Drogeriewaren), etwa 900 qm im mittelfristigen Bedarf (z.B. Bekleidung, Schuhe, Sportartikel, Bücher/Schreibwaren) und etwa 1.200 qm im langfristigen Bedarf (z.B. Elektro/Technik, Möbel/Einrichtungsbedarf, Bau- und Gartenbedarf) ermittelt. Der ganz überwiegende Teil der Verkaufsfläche von Kaufhaus Stolz entfällt auf Sortimente des mittelfristigen Bedarfs (wie z.B. Bekleidung). Geht man davon aus, dass das Kaufhaus Stolz mit einer

(raumordnungskonformen) Verkaufsfläche von 800 qm umgesetzt wird, so würde sich die Verkaufsfläche vollständig in den Entwicklungsrahmen einfügen.

Im Einzelhandelskonzept wird empfohlen, die Entwicklungspotenziale im mittelfristigen Bedarf für Erweiterungen bestehender Anbieter sowie für Neuansiedlungen, vor allem aus dem Segment Bekleidung, zu nutzen, um die örtliche Angebotsstruktur weiter zu qualifizieren. Der Schwerpunkt sollte hier laut Empfehlung im Einzelhandelskonzept auf mittelpreisige Filialisten und fachmarktorientierte Konzepte gelegt werden, die in Plau am See bislang kaum vertreten sind, und zur Steigerung der Ausstrahlungskraft des örtlichen Einzelhandels beitragen. **Kaufhaus Stolz ist im weiteren Sinne durchaus als ein filialisiertes Fachmarktformat einzustufen, sodass sich dessen Ansiedlung mit der Entwicklungsempfehlung des Einzelhandelskonzepts weitgehend decken würde.**

Zwar wird im Konzept darüber hinaus empfohlen, Neuansiedlungen vorrangig auf das Innenstadtzentrum zu verweisen. Sofern die Innenstadtverträglichkeit nachgewiesen werden kann, kommen für flächenextensive Formate, für die in der Innenstadt keine Potenzialflächen bestehen, allerdings auch die im Konzept ausgewiesenen Innenstadt-Ergänzungsbereiche in Frage.

Die geplante Ansiedlung von Kaufhaus Stolz an der Güstrower Chaussee ist mit den Zielsetzungen des kommunalen Einzelhandelskonzepts kompatibel, sofern die Gesamtverkaufsfläche 800 qm nicht überschreitet und die ermittelten sortimentsspezifischen Verkaufsflächenobergrenzen eingehalten werden.



# Fazit

## 8 Fazit und gutachterliche Empfehlung

In Plau am See steht die Ansiedlung von Kaufhaus Stolz mit einer Verkaufsfläche zwischen 800 und 1.200 qm an der Güstrower Chaussee zur Diskussion. Der Vorhabenstandort ist Teil des am nördlichen Stadtrand verorteten Entwicklungsgebiets, für welches neben Wohnungsbau auch die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben vorgesehen ist. Die Umsetzung des Vorhabens soll auf der Grundlage eines B-Plans erfolgen.

Im Einzelhandelskonzept der Stadt Plau am See ist der Vorhabenstandort zwar nicht als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen, aber als innenstadtergänzender Nahversorgungsstandort in Planung. Grundsätzlich kommt der Vorhabenstandort somit für Einzelhandelsnutzungen in Frage. Laut Einzelhandelskonzept sollen hier im Kern großflächige Nahversorger angesiedelt werden, die durch Angebote des aperiodischen Bedarfs ergänzt werden können. Explizit ist der Standort im Einzelhandelskonzept auch für größere fachmarktorientierte Anbieter aperiodischer Bedarfssortimente mit bis zu 800 qm Verkaufsfläche ausgewiesen, für deren Ansiedlung in der kleinteiligen Innenstadt keine Flächenpotenziale zur Verfügung stehen, die aber die Angebotsvielfalt im lokalen Einzelhandel ausbauen könnten. Kaufhaus Stolz ist im weiteren Sinne durchaus als ein fachmarktorientierter Anbieter einzustufen.

Die Analyse der Angebotssituation hat ergeben, dass Plau am See in einigen Sortimenten erhebliche Angebotslücken aufweist, sodass ein signifikanter Teil der örtlichen Kaufkraft aus der Stadt abfließt – in den Online-Handel sowie in Richtung umliegender Zentraler Orte. Dies gilt insbesondere für die Sortimente Spielwaren/Hobbybedarf, Sportbedarf/Camping, Bücher/Zeitungen, Schreibwaren und Elektro/Technik. Mit der Ansiedlung von Kaufhaus Stolz könnte den Angebotslücken entgegengewirkt und das Einzelhandelsangebot verbreitert werden, wodurch auch die Kaufkraft stärker in der Stadt gebunden werden könnte. Insofern wird der Vorhabenumsatz auch nur z.T. überhaupt gegen den Bestandseinzelhandel in Plau am See wirken. Etwa ein Viertel des Vorhabenumsatzes generiert sich zudem ohnehin aus den Touristen in der Region.

Zu berücksichtigen ist allerdings, dass Plau am See trotz aller Angebotsdefizite über eine attraktive und im Grundsatz auch funktionsfähige Innenstadt verfügt. In Verbindung mit der städtebaulichen Qualität der Altstadtstrukturen und dem multifunktionalen Nutzungsspektrum weist die Innenstadt insbesondere auch für Touristen eine erhöhte Aufenthaltsqualität auf. Um die Innenstadt mit ihrer Auswahl an kleinen Fachgeschäften in ihrer Funktionsfähigkeit zu erhalten, kommt es daher auf eine gezielte Steuerung der Einzelhandelsentwicklung an Standorten außerhalb der Innenstadt an.

Daher wurde im Rahmen der Wirkungsprognose eine sortimentspezifische Schwellenwertanalyse durchgeführt, um die maximal innenstadtverträglichen Verkaufsflächenobergrenzen für die einzelnen Warensortimente des Kaufhauses Stolz ermitteln zu können.

Danach sollten die folgenden Größenordnungen nicht überschritten werden:

- Gesundheits- und Pflegeartikel = 150 qm
- Modischer Bedarf = 500 qm
- Spielwaren/Hobbybedarf = 100 qm
- Sportbedarf/Camping = 150 qm
- Bücher/Zeitungen, Schreibwaren = 100 qm
- Elektro/Technik = 75 qm
- Hausrat/GPK, Einrichtungszubehör = 250 qm

Darüber hinaus erscheint eine Begrenzung der Gesamtverkaufsfläche auf maximal 800 qm notwendig, sodass das Vorhaben die Grenze der Großflächigkeit nicht überschreitet. Dies ist vor allem zur Einhaltung des Integrationsgebots gemäß dem LEP M-V 2016 zwingend erforderlich, da großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (Kaufhaus Stolz hat fast ausschließlich zentrenrelevante Sortimente) nur innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zugelassen werden können, der Vorhabenstandort aber nicht als solcher ausgewiesen ist. Bleibt die Gesamtverkaufsfläche unterhalb der Großflächigkeitsschwelle, greift das Integrationsgebot nicht und Kaufhaus Stolz könnte raumordnungskonform angesiedelt werden.

Mit einer Begrenzung auf 800 qm Verkaufsfläche stünde das Vorhaben zudem vollständig im Einklang mit den Zielen des Einzelhandelskonzepts der Stadt Plau am See, welches für den ausgewiesenen Nahversorgungsstandort an der Güstrower Chaussee bezüglich Einzelhandelsnutzungen mit aperiodischen Sortimenten eine Verkaufsflächenengröße von maximal 800 qm empfiehlt.

Auch alle übrigen Ziele der Raumordnung (Konzentrationsgebot, Kongruenzgebot, Beeinträchtigungsverbot) wären dann irrelevant, weil sich diese nur auf großflächige Einzelhandelsbetriebe beziehen. Allerdings würde das Vorhaben ohnehin keine weiteren Verstöße gegen Ziele der Raumordnung nach sich ziehen, da Plau am See als Grundzentrum für großflächigen Einzelhandel legitimiert ist, das Einzugsgebiet des Vorhabens nicht über den raumordnerisch zugewiesenen Nahbereich hinausgeht und unter Einhaltung der ermittelten Verkaufsflächenobergrenzen weder in Plau am See noch in den Umlandzentren mehr als unwesentliche Beeinträchtigungen der zentralen Versorgungsbereiche und der verbrauchernahen Versorgung zu erwarten sind.

**Dr. Lademann & Partner empfehlen daher, die geplante Ansiedlung von Kaufhaus Stolz am anvisierten Standort an der Güstrower Chaussee zu ermöglichen, allerdings unter der Voraussetzung, dass die Gesamtverkaufsfläche auf 800 qm begrenzt wird und die oben aufgeführten sortimentspezifischen Verkaufsflächenobergrenzen nicht überschritten werden. Damit würde das Vorhaben sowohl im Einklang mit den Zielen des kommunalen Einzelhandelskonzepts als auch mit den in der Bauleitplanung zwingend zu beachtenden Zielen der Raumordnung stehen.**



Die Begrenzung der Gesamtverkaufsfläche sowie die sortimentspezifischen Verkaufsflächenobergrenzen sollten im B-Plan im Rahmen der Ausweisung eines Sondergebiets festgesetzt werden.

Hamburg, 14.09.2021

Boris Böhm

Uwe Seidel

Dr. Lademann & Partner GmbH