

Dipl. Ing. Kirsten Fuß
Freie Landschaftsarchitektin bdlA
Dipl. Ing. Lars Hertelt
Freier Architekt und Stadtplaner
Dr. Ing. Frank-Bertolt Raith
Freier Stadtplaner und Architekt dwb

Partnerschaftsgesellschaft
Mannheim PR 100023

76133 Karlsruhe, Hirschstraße 53
Tel: 0721 37 85 64
Fax: 0721 56 8888 81

18439 Stralsund, Neuer Markt 5
Tel: 03831 203 496
Fax: 03831 203 498

www.stadt-landschaft-region.de
stralsund@stadt-landschaft-region.de

Vorhabenbezogener Bebauungsplan

Nr. 7a

„Kaufhaus Stolz im Ortszentrum“

als Bebauungsplan der Innenentwicklung nach § 13a BauGB
ohne Umweltprüfung / Umweltbericht

Gemeinde Altenkirchen / Rügen

Satzungsexemplar

Begründung

Inhaltsverzeichnis

1. Ziele und Grundlagen der Planung.....	2
1.1) Lage des Plangebiets / Geltungsbereich.....	2
1.2) Ziele / Notwendigkeit der Planung.....	2
1.2.1) Planungsziele / Notwendigkeit der Planung.....	2
1.2.2) Plangrundlage.....	3
1.2.3) Vorhabenträger.....	3
1.3) Zusammenhang mit bisherigen Planungen.....	3
1.3.1) Ableitung aus dem Flächennutzungsplan.....	3
1.3.2) Erfordernisse der Raumordnung.....	3
1.4) Bestandsaufnahme.....	4
1.4.1) Aktuelle / zulässige Flächennutzungen im Plangebiet.....	4
1.4.2) Schutzobjekte im bzw. angrenzend an das Plangebiet.....	4
2) Städtebauliche Planung.....	5
2.1) Nutzungskonzept.....	5
2.2) Festsetzungen.....	6
2.3) Erschließung.....	7
2.4) Flächenbilanz.....	7
3. Auswirkungen der Planung.....	7
3.1) Abwägungsrelevante Belange und ihre Wertung.....	7
3.2) Auswirkungen auf Natur und Umwelt.....	8

1. Ziele und Grundlagen der Planung

1.1) Lage des Plangebiets / Geltungsbereich

Die Planung erstreckt sich auf den Bereich des Kaufhauses Stolz und ersetzt damit den Bereich SO Einzelhandel 1 des Bebauungsplans Nr. 7 „Ortszentrum“. Die Planung erstreckt sich auf eine Teilfläche des Flst. 269/5 der Gemarkung Altenkirchen, Flur 2.

Die Planung kann angesichts der bestehenden Bebauung als Bebauungsplan der Innenentwicklung nach § 13a BauGB aufgestellt werden. Der Schwellenwert wird mit einer zulässigen Grundfläche von 3.118 qm nicht annähernd erreicht. Eine UVP-Pflicht besteht nicht. Nr. 18.6 der Anlage 1 zu § 3 UVPG bezieht sich nur auf die Errichtung großflächigen Einzelhandels im Sinne des § 11(3) BauNVO im Außenbereich nach § 35 BauGB. Auch nach Nr. 30 der Anlage 1 zu § 3 Landes-UVP-Gesetz (LUVPG M-V) ist eine allgemeine Vorprüfung des Einzelfalls nur für großflächigen Einzelhandel im Sinne des § 11(3) BauNVO vorgeschrieben. § 11(3) BauNVO ist jedoch für die geplanten, im Plangebiet zulässigen Einzelhandelsbetriebe nicht einschlägig.

1.2) Ziele / Notwendigkeit der Planung

1.2.1) Planungsziele / Notwendigkeit der Planung

Mit dem vB-Plan Nr. 7a soll die Zulässigkeit einer saisonal zu nutzenden Erweiterung der Verkaufsflächen gesichert werden. Geplant ist die Errichtung / Nutzung von dauerhaften Zeltkonstruktionen (offene Überdachungen) zur saisonalen Warenpräsentation während der touristischen Saison.

1.2.2) Plangrundlage

Die Planzeichnung basiert auf einer Bestandszeichnung der baulichen Anlagen des Plangebiets mit Darstellung der aktuellen Flurstücke.

1.2.3) Vorhabenträger

Vorhabenträger ist die Holding Kaufhaus Martin Stolz GmbH, Markt 2- 6, 23769 Burg auf Fehmarn.

1.3) Zusammenhang mit bisherigen Planungen

1.3.1) Ableitung aus dem Flächennutzungsplan

Das Plangebiet ist im rechtskräftigen FNP (Sand 6. Änderung) als sonstiges Sondergebiet mit der Zweckbestimmung Einzelhandel dargestellt. In der Begründung wird darauf hingewiesen, dass, um regionale Auswirkungen zu vermeiden, die Verkaufsfläche unterhalb der Schwelle zum Einzelhandel im Sinne des § 11 (3) BauNVO bleiben muss. Hierbei wurde in Ermangelung vorhabenspezifischer Aussagen die Regelvermutung angenommen (800 qm Verkaufsfläche). Zusätzlich werden für das Gebiet ergänzende Einrichtungen (Gastronomie, Dienstleistungen, Tankstelle) vorgesehen.

Die Planung kann nach § 8 BauGB aus dem FNP entwickelt werden.

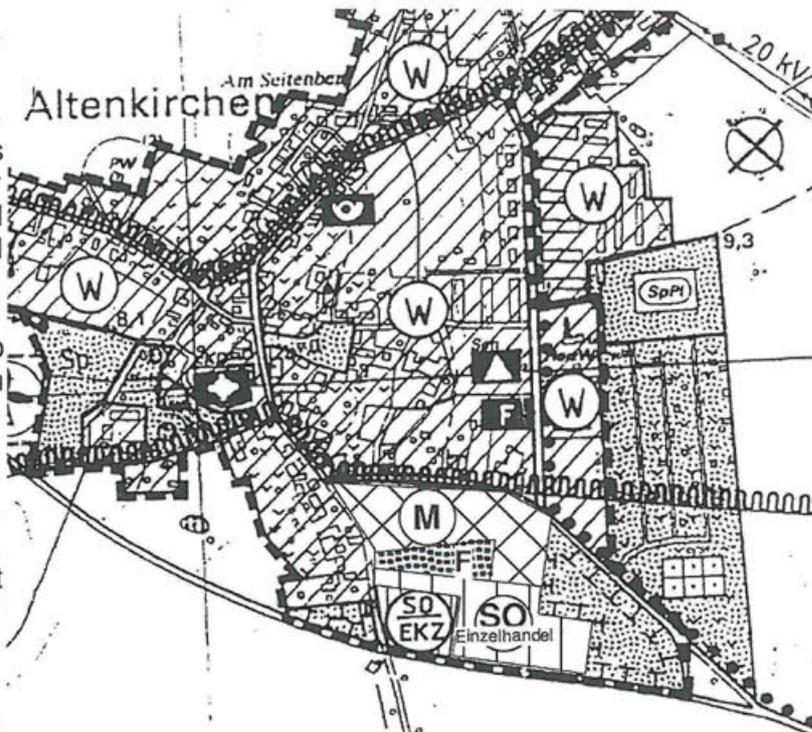


Abbildung 1: FNP Altenkirchen, Stand 6. Änderung, Ausschnitt ohne Maßstab

1.3.2) Erfordernisse der Raumordnung

Altenkirchen ist im aktuellen Regionalen Raumentwicklungsprogramm Vorpommern 2010 (RREP VP) als Siedlungsschwerpunkt sowie in der Fläche mit Ausnahme der Schutzzone II des Trinkwasserschutzgebiets überlagernd als Tourismusschwerpunktraum und als Vorbehaltsgebiet Landwirtschaft ausgewiesen. Die L 30 ist als Bestandteil des überregionalen Straßennetzes aufgenommen.

Mit der Aufstellung des RREP VP wurde der Gemeinde Altenkirchen der Status als ländliches Grundzentrum aberkannt und damit die Beurteilungsgrundlage für die Einzelhandelsentwicklung verändert. Ziel der zentralörtlichen Gliederung ist ins-

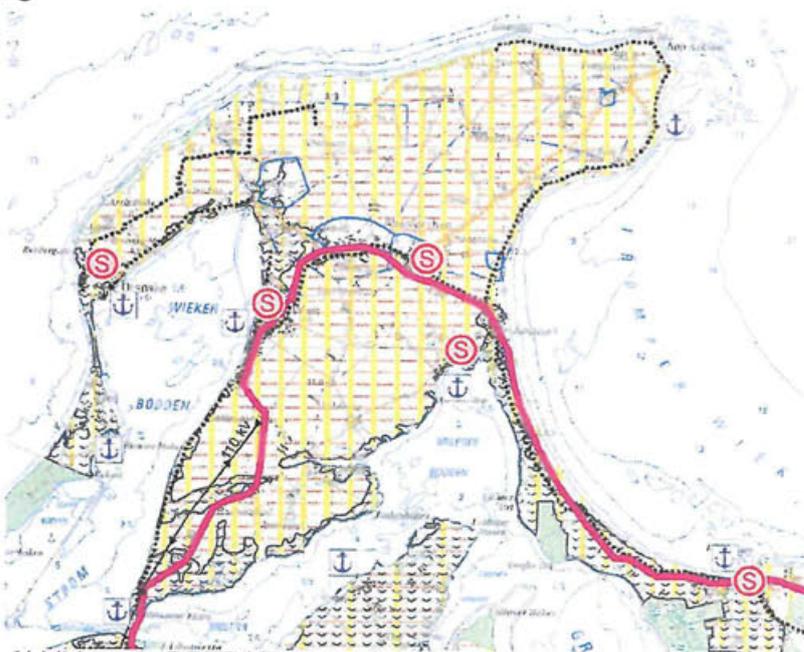


Abbildung 2: RREP VP, Ausschnitt Karte

besondere die infrastrukturelle Versorgung der Bevölkerung ihres Verflechtungsbereiches mit öffentlichen und privaten Dienstleistungen, Versorgungseinrichtungen und Einrichtungen der technischen, sozialen und kulturellen Infrastruktur. Nach 4.3.2(1) sind Einzelhandelsgroßprojekte i. S. des § 11 Abs. 3 der BauNVO nur in Zentralen Orten zulässig.

In Anknüpfung an die frühere Funktion als ländlicher Zentralort wurde Altenkirchen jedoch als Siedlungsschwerpunkt ausgewiesen. Nach 3.3(4) ist der Siedlungsschwerpunkt Altenkirchen zur Sicherung der ortsnahe Grundversorgung vorgesehen. In der Begründung wird ausgeführt: „Siedlungsschwerpunkte haben im Wesentlichen ergänzende ortsnahe Versorgungsaufgaben. Mit der Festlegung der Siedlungsschwerpunkte soll die Sicherung der ländlichen Räume als Wohn- und Wirtschaftsstandorte unterstützt werden.“

Auch wenn Altenkirchen nicht ausdrücklich als touristischer Siedlungsschwerpunkt nach 3.3(3) geführt wird, kommt dem Ort auch diese Funktion zu, da die in der Begründung genannten Kriterien erfüllt werden (mind. 100.000 Übernachtungen/Jahr; gem. amtl. Statistik für Altenkirchen in 2009: 121.424 Übernachtungen; in 2010: 143.615 Übernachtungen).

Nach 4.3.2(4) sollen Einzelhandelsvorhaben parallel zu ihrem Versorgungsauftrag die Entwicklung des Tourismus in Vorpommern unterstützen. Begründend wird hierzu ausgeführt: „Der Einzelhandel ist ein wichtiger Attraktivitätsfaktor für den Tourismus. Das gilt gleichermaßen für die Sicherung der Grundversorgung der Touristen vor allem in der Saison wie für die Bereitstellung hochwertiger, preisintensiver Waren zur Schaffung eines Einkaufserlebnisses. Gleichzeitig tragen die Touristen zur Steigerung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft und des Einzelhandelsumsatzes bei. Die Synergieeffekte, die aus der Wechselwirkung von Tourismus und Einzelhandel erwachsen, können und müssen stärker als bisher für die Vitalisierung und Attraktivitätssteigerung der Innenstädte und der zentralen Lagen der Zentralen Orte in den Tourismusräumen (vgl. RREP 3.2.2 (1), 3.2.3 (1), 3.2.4 (1), 3.1.3 (3) und (5) sowie der touristischen Siedlungsschwerpunkte (RREP 3.3 (3)) genutzt werden.“

1.4) Bestandsaufnahme

1.4.1) Aktuelle / zulässige Flächennutzungen im Plangebiet

Das Plangebiet ist Bestandteil des Bebauungsplans Nr. 7 „Ortszentrum“. Zulässig sind Einzelhandelsbetriebe bis 800 qm Verkaufsfläche bei einer GRZ von 0,5. Die Traufhöhe ist mit 5,0 m, die Firsthöhe mit 10,0 m über der erschließenden Verkehrsfläche festgesetzt.

Im Plangebiet wurde auf der Grundlage des Bebauungsplans Nr. 7 das KaufhausStolz errichtet. Das Bestandsgebäude weist bei 1.200 qm Geschossfläche 800 qm Verkaufsfläche auf. Zusätzlich wurden im Frühjahr 2013 die Errichtung einer Zeltkonstruktion als Überdachung im Eingangsbereich genehmigt (als Nebenanlage mit Fahrradabstellplätze, Aufstellfläche für Einkaufswagen, Spielgeräte). Diese Zelte waren in den Jahren zuvor bereits ohne Baugenehmigung errichtet und saisonal als Verkaufsflächen genutzt worden.

Im Freibereich verfügt der Kaufhaus Stolz über insgesamt 104 Pkw-Stellplätze.

Erschlossen wird das Kaufhaus über die Marktstraße, die am Kreisverkehr von der Neuen Straße / ernst-Thälmann-Straße abzweigt.

1.4.2) Schutzobjekte im bzw. angrenzend an das Plangebiet

Schutzgebiete / -objekte im Sinne des Naturschutzrechts sind nicht betroffen. Denkmäler bzw. Baudenkmäler sind im Plangebiet nicht bekannt.

2) Städtebauliche Planung

2.1) Nutzungskonzept

Durch die starke Saisonalität der Nachfrage insbesondere beim Einzelhandel im periodischen wie aperiodischen Bedarfsbereich entsteht in der Hochsaison sowohl für die Gäste wie für die einheimische Bevölkerung eine unbefriedigende Angebotssituation. In der Hauptsaison sind die bestehenden Märkte überfüllt. Es herrscht Gedränge in den Gängen; vor den Kassen entstehen lange Warteschlangen. Diese Diagnose gilt sowohl für die örtlichen Lebensmittelmärkte (vgl. zum angrenzenden Netto-Markt: Begründung zur 1. Änderung des Bebauungsplans Nr. 7 „Ortszentrum“ der Gemeinde Altenkirchen) wie auch das Kaufhaus Stolz im Plangebiet.

Der Umstand ist zurückzuführen auf die generell in einem Tourismusschwerpunktraum atypische Kundenstruktur. Neben der Versorgung der örtlichen Bevölkerung dient das Kaufhaus Stolz der Versorgung der Urlauber in der Region. Insgesamt verfügt die Region Wittow (Gemeinden Altenkirchen, Breege, Wiek, Dranske, Putgarten) bei knapp 4.400 Einwohnern über 12.450 gewerblich bewirtschaftete Gästebetten (bzw. knapp 901.000 Gästeübernachtungen). Hinzu kommen die rund 25-30% Betten der Privatvermieter, die in der amtlichen Statistik nicht erfasst werden.

Der erhebliche Anteil des Tourismus an den Einzelhandelsumsätzen wurde im Rahmen der Aufstellung des B-Plans Nr. 7 gutachterlich bestätigt (GfK Prisma 2005). In der Warengruppe des periodischen Bedarfs betrug der Einzelhandelsumsatz 2004 rund 15,5 Mio EUR, während in der Region Wittow ein Nachfragevolumen von nur 9,8 Mio EUR besteht. Es kommt zu einem Kaufkraftzufluss von 5,7 Mio EUR, was insgesamt gut einem Drittel der Gesamtumsätze entspricht. Dies entspricht grob dem Umfang der Gästeübernachtungen (901.000 / 365 Tage = 2.468 Personen).

Angesichts der Lage Wittows (als Halbinsel am nördlichen „Ende“ von Rügen) ist davon auszugehen, dass der Kaufkraftzufluss ausschließlich durch den Tourismus bedingt ist. Diese zusätzliche Kaufkraft konzentriert sich auf wenige Monate im Jahr.

Durch die starke Saisonalität des Tourismus entsteht übers Jahr gesehen eine extrem ungleiche Kundenfrequenz. In der Hauptsaison werden die Einzelhandelseinrichtungen in der Region von deutlich mehr als 15.000 Personen besucht. Die saisonale Überfüllung bedeutet sowohl Stress für die einheimische Bevölkerung als auch eine erhebliche Komforteinbuße für den Gast.

Gleichzeitig ist zu berücksichtigen, dass die Wettbewerbssituation in den Urlaubsorten in der Regel nicht zwischen den einzelnen Betrieben vor Ort besteht, sondern als Wettbewerb zwischen dem Anbieter am Wohnort des Gastes und dem Anbieter am Urlaubsort des Gastes. Erschwerend kommt für den Handel aktuell der Wettbewerb durch die stark wachsenden Anbieter im Internet hinzu.

Speziell in Urlaubsorten wird daher die Qualität (entspannter, erlebnisreicher Einkauf auch bei starkem Kundenbetrieb) immer wichtiger. Gerade bei gutem Wetter werden verstärkte Aktivitäten im Freibereich gern angenommen und prinzipiell auch erwartet. Dies hat zur Folge, dass ein Einzelhandelsunternehmen an einem Urlaubsort mehr Fläche benötigt als ein Mitbewerber im Ballungszentrum. Das Warensortiment sowie die reine Verkaufsfläche (im engeren Sinne) wird deshalb nicht größer.

Saisonale Erweiterung der Verkaufsflächen

Die Planung sieht deshalb zur Verringerung des saisonalen Engpasses eine temporäre Erweiterung der Verkaufsflächen vor. Die Erweiterung soll nicht in Form fester Gebäude, sondern unter offenen Überdachungen im Freibereich erfolgen. Vorgesehen ist, wie vom Vorhabenträger an anderen Orten bereits mit Erfolg praktiziert, die Errichtung einer festen Zeltkonstruktion als saisonale Präsentations- und Verkaufsfläche. Schon durch die Qualität der zusätzlichen Verkaufsfläche als unbeheizte, lediglich überdachte Freifläche ist eine saisonale Nutzung sichergestellt.

1 Zahlen für 2010, Quelle: <http://sisonline.statistik.m-v.de/gemeinden> Abruf am 14.06.2013

Die saisonale Erweiterung soll ausschließlich dazu dienen, die Situation im Markt während der Urlaubszeit zu verbessern (z.B. freiere Gänge und zusätzlichen Platz vor den Kassengebieten durch temporäre Auslagerung von Warenpräsentationen). Mit der Erweiterung der Verkaufsfläche wird keine daher Veränderung / Ausweitung des angebotenen Warensortiments einhergehen.

Mit einer solchen saisonalen Lösung bleibt die Qualität des bestehenden Betriebs grundsätzlich gewahrt. Gleichzeitig kann den spezifischen Anforderungen in einem vorwiegend im Sommerhalbjahr frequentierten Tourismusraum Rechnung getragen werden.

2.2) Festsetzungen

Die Festsetzungen greifen weitestgehend die Festsetzungen des Bebauungsplans Nr. 7 auf (GRZ 0,5 mit eingeschossiger Bebauung im offener Bauweise). Ergänzt wird ein 2. Baufenster für eine Überdachung als saisonal nutzbare Erweiterung der Verkaufsflächen.

In den Textlichen Festsetzungen zur Art der baulichen Nutzung werden Einzelhandelsbetriebe, für die § 11(3) BauNVO einschlägig ist, ausgeschlossen. Es erfolgt eine Beschränkung der Verkaufsfläche auf 800 qm mit der geregelten Zulässigkeit einer Überschreitung um 250 qm für ausschließlich saisonal nutzbare Flächen. Bereits das Planungsinstrument (vorhabenbezogener Bebauungsplan) stellt sicher, dass im Plangebiet mehrere Einzelhandelsbetriebe errichtet werden können.

Nach dem Urteil des BVerwG vom 24.11.2005 ist abschließend entschieden, dass Einzelhandelsbetriebe großflächig sind, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 qm überschreiten. Als Verkaufsflächen gelten dabei alle Flächen, auf der Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zweck betreten werden können. Demnach stellen auch saisonal aufgestellte Zelte und Warenpräsentationen auf Aktionsflächen im Außenbereich Verkaufsflächen dar. Mit der Erweiterung überschreitet das Kaufhaus Stolz die Schwelle zur Großflächigkeit.

In der Ursprungsfassung wurde für das SO Einzelhandel 1 die Größe der Verkaufsfläche für einzelne Betriebe ausdrücklich mit Bezug auf den Schwellenwert von 800 qm Verkaufsfläche festgelegt, da im Verfahren der Aufstellung die Vermutung von Auswirkungen im Sinne des § 11(3) BauNVO geäußert wurde (z.B. landesplanerische Stellungnahme vom 01.11.2004). Im Sinne der ursprünglichen Planung ist eine moderate Vergrößerung daher nur gerechtfertigt, wenn sichergestellt ist, dass trotz erstmaligem Überschreiten des Schwellenwerts von 800 qm § 11(3) nicht einschlägig wird. Die Anwendung des § 11(3) BauNVO setzt nämlich stets kumulativ sowohl die Großflächigkeit als auch die Möglichkeit von negativen Auswirkungen voraus.

Ob und welche nicht nur unwesentlichen Auswirkungen möglich sind, kann nur nach Lage des Einzelfalls unter Würdigung der vorgegebenen Situation des konkreten Betriebs und seiner Lage beurteilt werden, d.h. im vorliegenden Fall unter Berücksichtigung der durch die Bauart vorgegebenen saisonalen Nutzung der zusätzlichen Verkaufsflächen sowie in Anbetracht der Lage in einem Tourismusschwerpunktraum. Dabei sind mögliche negative Auswirkungen auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung sowie auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung argumentativ auszuschließen. Die für große Einzelhandelseinrichtungen allgemein zu vermutenden negativen Auswirkungen werden in der BauNVO beispielhaft benannt:

Im Sinne der Ziele und Grundsätze der Raumordnung sind vor allem mögliche Auswirkungen auf die zentralörtliche Gliederung zu betrachten, d.h. auf die Versorgung der (Wohn-)Bevölkerung mit öffentlichen und privaten Dienstleistungen, Versorgungseinrichtungen und Einrichtungen der technischen, sozialen und kulturellen Infrastruktur. Die saisonale Erweiterung der Verkaufsfläche ist auf Zeiten starker Gästepräsenz beschränkt und dient ausschließlich der Versorgung der Touristen und damit der Attraktivitätsstärkung der Tourismusdestination Wittow. In Zeiten ohne bzw. mit geringer Gästepräsenz bleibt der Betrieb auf die bisherige Größe beschränkt, so dass keine messbaren Auswirkungen auf die Versorgungssituation zu erwarten sind.

Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich sind nicht zu erwarten. Bereits im Vorfeld der Ansiedlung des Kaufhauses Stolz wurde festgestellt, dass für den aperiodi-

schen Bedarf eine deutliche quantitative als auch qualitative Unterversorgung zu konstatieren sei (vgl. GfK Prisma 2005). In den Nachbargemeinden ist kein sonderlich ausgeprägter Wettbewerb lokalisiert. Durch den saisonalen Charakter ist sichergestellt, dass sich die Erweiterung nicht in einer Verbreiterung der Angebotspalette niederschlagen wird. Auch in den letzten Jahren wurden die Zelte als saisonale Verkaufsfläche genutzt, so dass erhebliche Umsatzumverteilungseffekte (bzw. Betriebsaufgaben mit entsprechender Funktionsschwächung oder gar Verödung der Zentren) nicht zu erwarten sind.

Auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche hat die Erweiterung keine Auswirkungen, da ein solcher in Altenkirchen bislang nur in Ansätzen besteht. Zusammen mit dem benachbarten Lebensmittelmarkt wirkt das Kaufhaus Stolz als Magnet, von dem letztlich alle Anbieter in Altenkirchen profitieren. Im Rahmen des Bebauungsplans Nr. 7 „Ortszentrum“ wurde die weitere Entwicklung der umliegenden Flächen als Ortszentrum bereits planerisch vorgezeichnet (mit Ergänzung gemischter Nutzungen und Anlage eines Festplatzes als grüner Mitte). Die Pfarrkirche Altenkirchen mit dem neu ausgebauten Kosegartenhaus als wesentlichem Veranstaltungsort in der Gemeinde liegen in geringer Entfernung zum neuen Ortszentrum.

Auf das Verkehrsaufkommen wird sich die geringe und zudem saisonale Erweiterung nicht erheblich auswirken. Die Anzahl der Parkplätze bleibt unverändert. Entsprechend sind auch keine schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 BimSchG zu erwarten. Auswirkungen auf das Orts- und Landschaftsbild können angesichts der im Umfeld bestehenden Anlagen (Tankstelle, Einkaufszentrum mit Lebensmittelmarkt) ausgeschlossen werden. Auch Auswirkungen auf den Naturhaushalt sind nicht zu befürchten, da der Standort der geplanten Erweiterung bereits nach geltendem Baurecht als Freibereich des Kaufhauses vollständig versiegelt ist.

Da angesichts der vergleichsweise geringen, noch dazu saisonalen Erweiterung der Verkaufsflächen die Möglichkeit negativer Auswirkungen im Sinne des § 11(3) Satz 2 nicht zu erkennen ist, wird § 11 (3) BauNVO nicht einschlägig.

2.3) Erschließung

Das Plangebiet ist erschlossen. Angesichts des beschränkten Planungsumfanges (Änderung bestehender Baurechts nach § 30 BauGB) ergeben sich für die Erschließung keine neuen Anforderungen. Die Aussagen in der Begründung zur Ursprungsplanung (BP Nr. 7) bzw. zu dessen 1. Änderung bleiben vollumfänglich bestehen.

2.4) Flächenbilanz

Durch die Planung ergibt sich folgende Flächenbilanz. 6.236 qm Sondergebietsfläche wird aus dem Bebauungsplan Nr. 7 „Ortszentrum“ herausgelöst und neu als Sondergebiet Einzelhandel ausgewiesen. Das Maß der baulichen Nutzung bleibt unverändert.

Nutzung	Größe	GRZ	Zul. Grundfläche	Zul. Versiegelung
Sondergebiet Einzelhandel	6.236 qm	0,5	3.118 qm	
Gesamtgebiet	6.236 qm			

3. Auswirkungen der Planung

3.1) Abwägungsrelevante Belange und ihre Wertung

Über die unter 1.2.1 genannten, ausdrücklichen Planungsziele der Gemeinde hinaus sind bei der Abwägung folgende städtebaulichen Belangenach § 1 BauGB zu berücksichtigen:

- *Belange der Wirtschaft*, insbesondere unter dem Aspekt der Sicherung und Schaffung von Ar

beitsplätzen. Angesichts der strukturellen Defizite des Landes Mecklenburg-Vorpommern heißt es hierzu im Landesraumentwicklungsprogramm MV (LEP): „Aufgrund der wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Ausgangslage des Landes wird der Schaffung und Sicherung von Arbeitsplätzen bei allen Abwägungsentscheidungen und Ermessensspielräumen Priorität eingeräumt.“ Hierbei sind auch die Belange des Tourismus als zentralem Wirtschaftszweig in der Region zu beachten.

Durch die Sicherung bzw. den Ausbau des bestehenden Einzelhandelsbetriebs werden bestehende Potenziale für die Sicherung und Schaffung zusätzlicher Arbeitsplätze genutzt.

Alle anderen öffentlichen Belangen kommt angesichts des begrenzten Umfangs der Planung verglichen mit dem bestehenden Baurecht nur eine untergeordnete Bedeutung zu.

3.2) Auswirkungen auf Natur und Umwelt

Mit der Änderung werden trotz Vergrößerung des Baufensters keine Auswirkungen auf Natur und Landschaft verbunden sein. Die Baugebietsfläche sowie das Maß der baulichen Nutzung bleiben gegenüber den bisherigen Festsetzungen des Bebauungsplans Nr. 7 „Ortszentrum“ unverändert, so dass sich das Maß der zulässigen Grundflächen nicht erhöht.

Die Erweiterung des Baufensters erstreckt sich auf bereits versiegelte Freiflächen.

Die im Rahmen der Ursprungsplanung festgesetzten Ausgleichsmaßnahmen wurden bereits erbracht.

Altenkirchen, August 2013

ausgeführt: 18.9.2013


Sill
Bürgermeisterin