



Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Grimmen

Auftraggeber: Stadt Grimmen

Projektleitung: Dipl.-Ing. Florian Komossa

Hamburg, im Dezember 2022

Urheberrecht

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

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

Quelle Titelbild: eigene Aufnahme GMA



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Poststraße 25
20354 Hamburg

Geschäftsführung: Birgitt Wachs

Telefon: 040 – 30 99 77 78-0
Telefax: 040 – 30 99 77 78-9
E-Mail: info@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Vorbemerkung

Im November 2019 beauftragte die Stadt Grimmen die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Hamburg, das Einzelhandelskonzept für die Stadt Grimmen fortzuschreiben. Das vorliegende Konzept wurde zwischen Januar und Mai 2020 erarbeitet. Das Einzelhandelskonzept soll weiterhin die Basis für die planungsrechtliche Steuerung des großflächigen Einzelhandels bilden und vorliegende Anfragen zur Erweiterung und Entwicklungsmöglichkeiten bewerten. Ziel des Konzeptes ist es, die Leitlinien und Strategien für die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels in Grimmen aufzuzeigen.

Der GMA standen für die Erstellung der Untersuchung Daten und Informationen des Statistischen Bundesamtes, des Landesamtes für innere Verwaltung Mecklenburg-Vorpommern, der Stadt Grimmen, MB-Research sowie GMA-interne Unterlagen zur Verfügung.

Die Untersuchung dient der Vorbereitung für kommunalpolitische und bauleitplanerische Entscheidungen der Stadt Grimmen. Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert, der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität von sekundärstatistischen Daten, u.a. Landesamt für Statistik, MB Research, kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Hamburg, im Dezember 2022
KOF wym

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	6
1. Aufgabenstellung und Methodik	6
2. Einzelhandelskonzept als ganzheitliches strategisches Entwicklungsinstrument	6
3. Einzelhandelskonzept zur rechtssicheren räumlichen Steuerung des Einzelhandels	7
4. Einzelhandelskonzept als Instrument um auf veränderte Konsum- und Flächenbedarfe zu reagieren	8
4.1 Entwicklungen der letzten Jahre	8
4.2 Konsequenzen für die (Innen-)Stadtentwicklung	11
5. Ausblick für Grimmen	13
5.1 Generelle zukunftsfähige Entwicklungen	13
5.2 Angebotsstrukturen und Entwicklungen der Nahversorgung	14
6. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel	17
6.1.1 Gebiete mit Bebauungsplan	17
6.1.2 Gebiete ohne Bebauungsplan	18
6.1.3 Besonderes Städtebaurecht	19
6.2 Landes- und Regionalplanung	19
7. Zentrale Versorgungsbereiche	22
7.1 Begriff „Zentraler Versorgungsbereich“	22
7.2 Abgrenzung und Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche	24
II. Situationsanalyse des Einzelhandelsstandortes Grimmen	26
1. Makrostandort Grimmen	26
2. Aktueller Einzelhandelsbestand in Grimmen	29
3. Aktueller Einzelhandelsbestand im Nahbereich	31
4. Nahversorgungssituation	31
5. Einzelhandelsrelevanten Planungen	34
6. Wesentliche Änderungen seit 2007	34
III. Nachfragesituation	35
1. Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Grimmen	35
2. Kaufkraftpotenzial für den Einzelhandel in Grimmen	35
3. Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose	37
4. Kaufkraftströme	38

IV. Einzelhandelskonzept für Grimmen	39
1. Ziele des Einzelhandelskonzeptes	39
2. Überprüfung des Sortimentskonzeptes	40
3. Überprüfung des Standortkonzeptes	43
3.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	45
3.2 Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Süd-West	52
3.3 Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Tribseeser Straße	55
3.4 Standortlagen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche	58
3.4.1 Nahversorgungsstandort Heinrich-Heine-Straße	58
3.4.2 Nahversorgungsstandort Vietlipper Damm	59
3.4.3 Perspektivischer Nahversorgungsstandort An der Bahn	60
3.5 Standortlagen des großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandels	61
4. Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung	62
4.1 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche	62
4.1.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Grimmen	62
4.1.2 Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Süd-West	62
4.1.3 Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Tribseeser Straße	63
4.2 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels außerhalb zentraler Versorgungsbereiche	63
4.2.1 Nahversorgungsstandorte	63
4.2.2 sonstige siedlungsräumlich integrierte Lagen (z. B. Wohngebiete)	64
4.2.3 sonstige siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen (v. a. Gewerbe- und Industriegebiete)	64
5. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes	65

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung und Methodik

Das Einzelhandelskonzept dient als sachlich fundierte Grundlage zur Bewertung der branchen- und standortbezogenen Entwicklungsmöglichkeiten für den Einzelhandel der Stadt Grimmen. Es bildet als umsetzungsorientiertes Steuerungsinstrument die Basis für weitere Planungen, wobei primär der großflächige Einzelhandel (ab 800 m² Verkaufsfläche) planungsrechtlich und raumordnerisch zu begleiten ist. Die Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben mit einer Verkaufsfläche bis zu 800 m² ist in der BauNVO geregelt. Das Konzept basiert auf folgenden Vor-Ort-Arbeiten bzw. Befragungen:

- /// Erhebung aller Einzelhandelsbetriebe im Mittelzentrum Grimmen
- /// persönliche Befragung ausgewählter Betriebe
- /// Nutzungskartierung in den zentralen Versorgungsbereichen.

Die vorliegende Untersuchung stützt sich auf eine umfassende Datenbasis, wobei es sich überwiegend um primärstatistisches Datenmaterial handelt. Darüber hinaus standen der GMA sekundärstatistische Daten zur Verfügung. Die **Vor-Ort-Aufnahme der Verkaufsflächen**¹ aller Einzelhandelsbetriebe erfolgte im Dezember 2019 / Januar 2020. Darüber hinaus erfolgte eine **Aufnahme der Nutzungen** in der Innenstadt und in den Nahversorgungszentren, wobei neben den genutzten Einheiten (z. B. Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung) auch leerstehende Einheiten erfasst wurden. Die Auswertung erfolgte auf Basis einer kartografischen Darstellung. Die Ergebnisse der Kartierungen bilden eine wichtige Grundlage zur sachgerechten Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche.

2. Einzelhandelskonzept als ganzheitliches strategisches Entwicklungsinstrument

Für das Mittelzentrum Grimmen sind der Erhalt (Mindestziel) und ggf. der Ausbau der mittelzentralen Versorgungsfunktion (Maximalziel) wesentliche Ziele der Einzelhandelsentwicklung. Dabei sind die dynamische Entwicklung der Stadt in der Vergangenheit und die prognostizierte Entwicklung in der Zukunft berücksichtigt. Deshalb sind im Einzelhandelskonzept die Möglichkeiten zur Erreichung dieser Ziele des Einzelhandels herauszuarbeiten, sortiments- bzw. standortbezogen abzuwägen und in ein strategisches Gesamtkonzept einzuarbeiten. Dabei steht insbesondere **eine zukunftsgerichtete und strategische Weiterentwicklung des Standortes Grimmen** im Fokus.

¹ Verkaufsfläche wird wie folgt definiert: „Verkaufsfläche ist die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf, einschließlich der Flächen für Warenpräsentation (auch Käse-, Fleisch- und Wursttheken), Kassenvorraum mit „Pack- und Entsorgungszone“ und Windfang. Ebenso zählen zur Verkaufsfläche Pfandräume (ohne Fläche hinter den Abgabegeräten), Treppen, Rolltreppen und Aufzüge im Verkaufsraum sowie Freiverkaufsflächen. Nicht dazu gehören reine Lagerfläche und Flächen zur Vorbereitung / Portionierung der Waren sowie Sozialräume, WC-Anlagen etc. (vgl. hierzu auch BVerwG 4C 10.04 und 4C 14.04 vom 24.11.2005).

Das Einzelhandelskonzept ist eine **informelle Entwicklungs- und Planungsgrundlage**. Erst durch einen Beschluss des Stadtrates bzw. der Stadtvertretung wird es zu einem Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB und ist im Rahmen der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage zu berücksichtigen. Bei der Fortschreibung des Konzepts werden daher die Ergebnisse der Vorgängeruntersuchung berücksichtigt, eingeordnet und erneut geprüft.

3. Einzelhandelskonzept zur rechtssicheren räumlichen Steuerung des Einzelhandels

Im Baugesetzbuch ist als Grundsatz der Einzelhandelssteuerung der **Schutz und die Stärkung zentraler Versorgungsbereiche** verankert, die Rechtsprechung der Mittelgerichte hat die Anforderungen an die Begründung, Abgrenzung und die Inhalte dieser Gebietskategorie präzisiert²; durch die räumliche Konzentration wichtiger Einzelhandelsbetriebe auf zentrale Versorgungsbereiche sollen diese gestärkt werden. Ein weiterer Aspekt der Begründung planerischer Steuerung ist die **Sicherung und Weiterentwicklung der verbrauchernahen Versorgung**. Auch in der Baunutzungsverordnung wird die verbrauchernahe Versorgung als „Schutzgut“ genannt (vgl. § 11 Abs. 3 BauNVO). Bürger denken beim Einkauf oft an den Lebensmitteleinkauf. In Grimmen kommt der **Grund- und Nahversorgung** eine wichtige Rolle zu. Ferner stellt die **Sicherung des jeweiligen Baugebietscharakters**³ bei anhaltender Flächenknappheit eine Zielsetzung der Einzelhandelssteuerung dar.

Das aktuelle Urteil des Europäischen Gerichtshofs vom 30. Januar 2018 unterstreicht die Anforderungen an kommunale Planungskonzepte (die städtebaulich zu begründen sind) oder an die Steuerung auf regionaler Ebene.⁴ In einer gesonderten Mitteilung der Europäischen Kommission⁵ wird verdeutlicht, wie wichtig ein zeitnaher und zügiger Marktzugang in Form von „Verkaufsstellen“ für Einzelhändler ist.⁶ In der Folge sind insbesondere wirtschaftliche Bedarfsprüfungen, die letztlich zu einer wirtschaftlichen Bewertung einer Einzelhandelsaktivität führen, untersagt.

² Vgl. Urteile BVerwG (27.03.2013), Az. BVerwG 4 CN 7.11 und OVG NRW (28.01.2014), Az 10 A 152/13.

³ Durch den generellen bzw. gezielten Ausschluss von Einzelhandel in Gewerbegebieten können diese für das produzierende und verarbeitende Gewerbe gesichert werden. Auch der Regionalplan 3.0 des südlichen Oberrheins nimmt eine Abgrenzung der regionalplanerischen Innenstadt – Vorranggebiet vor. Dieser ist ebenfalls zu berücksichtigen.

⁴ Vgl. Urteil vom 30. Januar 2018, wonach der Europäische Gerichtshof (C-31/16) entschieden hat, dass Beschränkungen von Einzelhandelsnutzungen in Bauleitplänen am Maßstab der Europäischen Dienstleistungsrichtlinie (RL 2006/123/EG) zu messen sind. Damit sind sie auf Verstöße gegen das Diskriminierungsverbot sowie auf ihre europarechtliche Erforderlichkeit und Verhältnismäßigkeit hin zu prüfen. Niederlassungsfreiheit bedeutet aus GMA-Sicht hier, dass für ansiedlungswillige Unternehmen auch Standorte ermöglicht werden; einer Kontingentierung von Standorten oder Verkaufsflächen – etwa bedingt durch eine wie auch immer wahrgenommenen Marktsättigung – hat die Europäische Kommission eine klare Absage erteilt. Welche Auswirkungen dies für die kommunale Bauleitplanung hat, ist noch offen.

⁵ Vgl.: Ein den Anforderungen des 21. Jahrhunderts gewachsener europäischer Einzelhandel; Mitteilung der Kommission an das europäische Parlament, den Rat, den europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen; Brüssel 19.04.2018; Drucksache 127/18, Dokument COM(2018)/219 final.

⁶ Die Kommission setzt sich mit der vielerorts beklagten Dauer und Komplexität der Niederlassungsverfahren in den Ländern der Union auseinander. Die Beschränkungen von Einzelhandelsnutzungen in Bauleitplänen haben sich am Maßstab der europäischen Dienstleistungsrichtlinie zu messen.

Dagegen werden Niederlassungsvorschriften für die weitere Einzelhandelsentwicklung, die städtebauliche und raumordnerische Ziele verfolgt, geschützt und befördert.

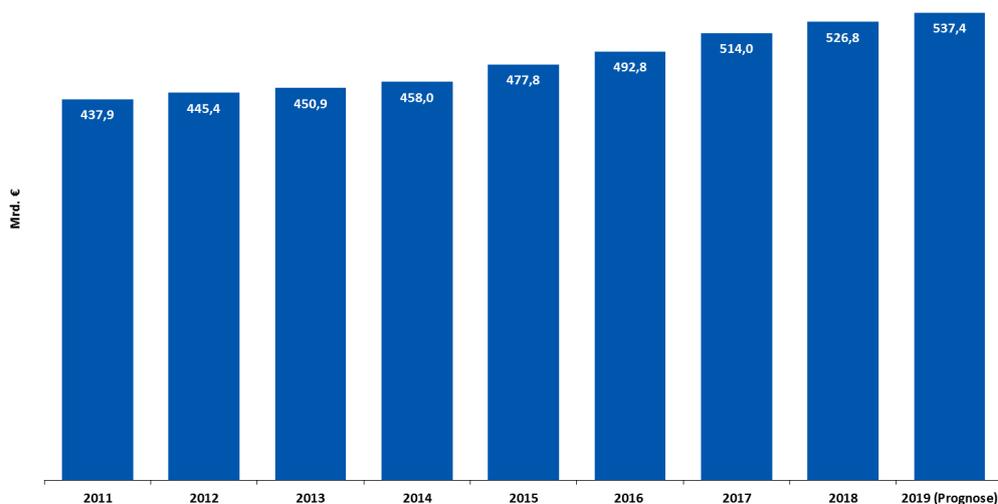
4. Einzelhandelskonzept als Instrument um auf veränderte Konsum- und Flächenbedarfe zu reagieren

Diskussionen zur Einzelhandelsentwicklung waren in Deutschland noch bis vor wenigen Jahren durch den Gegensatz von „Grüne Wiese“ und innerstädtischen Geschäftslagen geprägt. Seit Anfang des letzten Jahrzehnts bestimmt die fortgeschrittene Digitalisierung die Diskussion um die Zukunft des stationären Einzelhandels.

4.1 Entwicklungen der letzten Jahre

Über den gesamten Handel hinweg war die Einzelhandelsentwicklung in Deutschland bis 2011 noch durch ein beachtliches Verkaufsflächenwachstum gekennzeichnet. In den letzten Jahren hat sich das Flächenwachstum bundesweit jedoch deutlich abgeschwächt bzw. ist gänzlich zum Stillstand gekommen.⁷ Der Aufschwung in Deutschland hat in den letzten Jahren zu einem steten Anstieg der Umsätze im Einzelhandel geführt.⁸

Abbildung 1: Umsatzentwicklung im deutschen Einzelhandel 2011 – 2019 (Prognose)



Quelle: Statistisches Bundesamt; HDE, zit in: handelsdaten aktuell 2019, S. 64

⁷ Zwischen 2012 und 2019 betrug der Anstieg nur noch rd. 2 % (Vgl. Kapitel III. 3.).

⁸ Umsatzwachstum Einzelhandel in Deutschland von 2017 bzw. 2018: + 2,0 %; Angaben HDE, Prognose für 2018.

Das gute konjunkturelle Umfeld in Deutschland insgesamt war – anders als in den Jahren Anfang der vorletzten Dekade – zuletzt kein Garant mehr für Flächenwachstum im Einzelhandel; ein guter Teil des Umsatzwachstums entfiel auf den Onlinehandel. Viele Handelsunternehmen unterscheiden kaum noch zwischen stationär und online und ermöglichen dem „hybriden“ Kunden, für den „online“ und „offline“ zwei attraktive Absatzkanäle darstellen, den Zugang zur Ware.

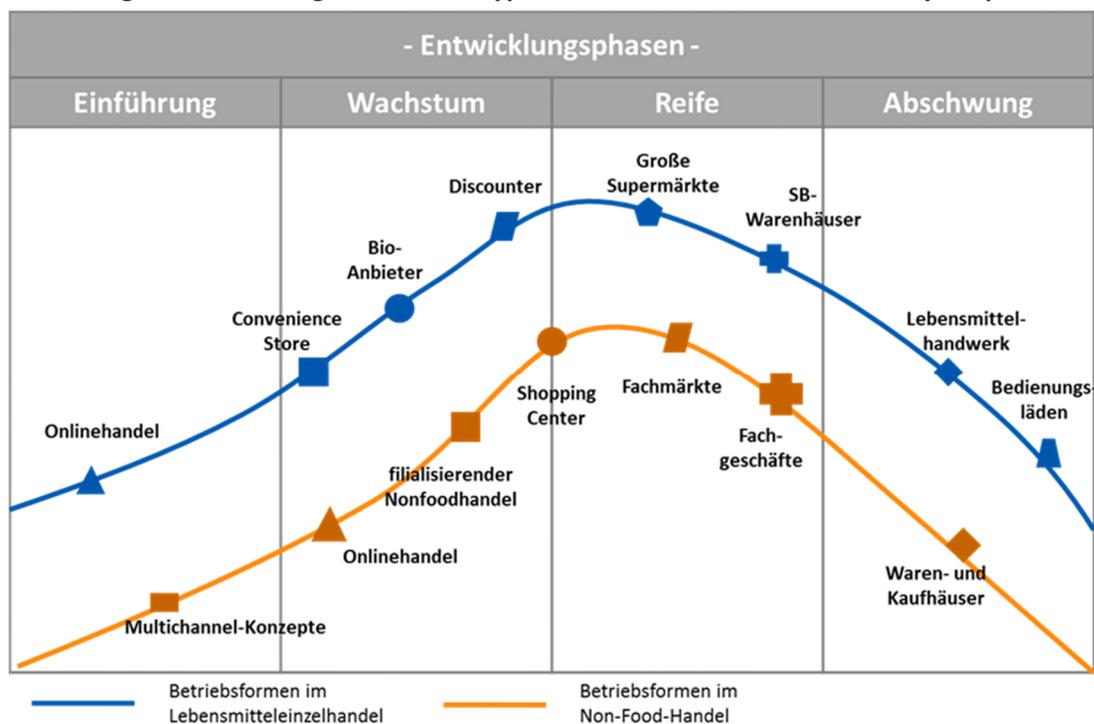
Abbildung 2: Konsumtrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden“ Verbrauchers



GMA-Darstellung 2020

Diese Entwicklungen bleiben nicht ohne Auswirkungen auf die Ausbildung unterschiedlicher Betriebstypen im Einzelhandel. Diese sind schematisch in der folgenden Abbildung dargestellt.

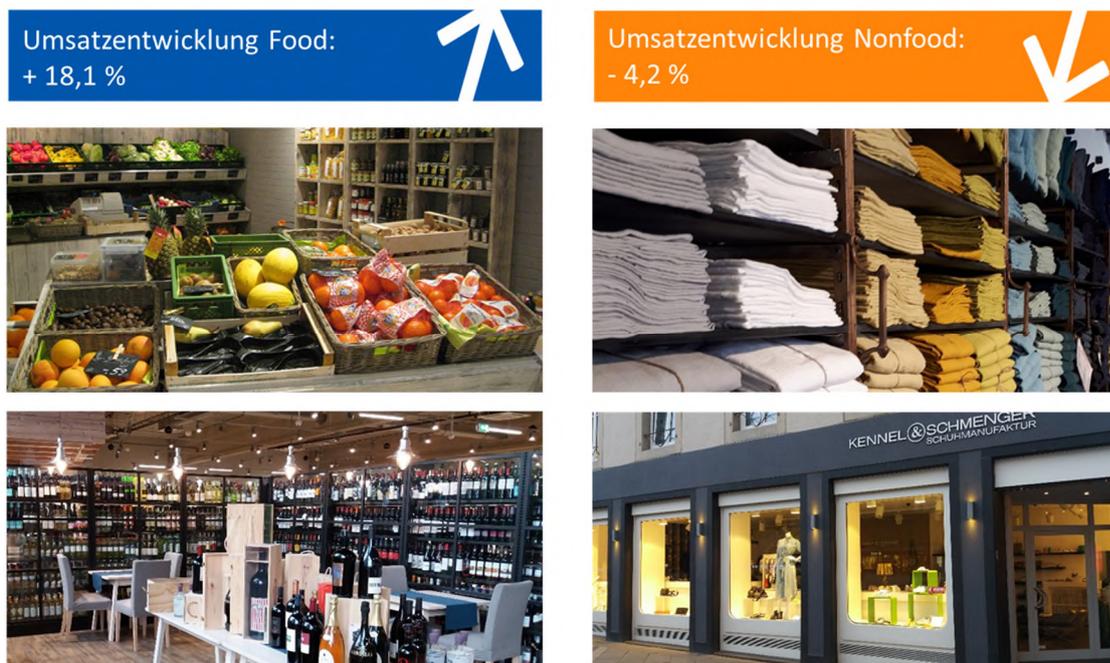
Abbildung 3: Entwicklung der Betriebstypen im Einzelhandel nach Lebenszyklusphase



GMA-Darstellung 2020

Als zentraler Veränderungsfaktor der weiteren Einzelhandelsentwicklung ist die **Digitalisierung** herauszustellen: Die Folgen sind im **Nonfoodsegment** (v. a. in zentrenprägenden Sortimenten) offensichtlich – Textil- und Schuhanbieter, Elektronik- und Buchhändler zählen zu den innenstadtorientierten Sortimenten, welche die höchsten Umsatzanteile abgegeben haben.

Abbildung 4: Umsatzentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel Food / Nonfood 2008 – 2018



GMA-Darstellung 2020, in Anlehnung an Habona-Report 2018

Im **Lebensmittelbereich** zeigt sich, dass die (kosten-)intensiven Bemühungen der (Online-) Händler zum Aufbau ihrer Marktanteile bislang nur geringen Erfolg haben: In Städten trifft die online-affine Kundschaft i. d. R. auf ein sehr engmaschiges Netz an Nahversorgern.⁹ Im ländlichen Raum bzw. einwohnerschwächeren Räumen hingegen, wo der Onlinelebensmittelhandel einen tatsächlichen Mehrwert i. S. von Versorgungssicherheit darstellen könnte, wurde bislang noch kein nachhaltig rentables Geschäftsmodell entwickelt. Kostendruck und Umweltschutz lassen eine ökonomisch nachhaltige Lösung der „Logistik der letzten Meile“¹⁰ kaum möglich erscheinen.¹¹ Für Grimmen wird der Onlinehandel mit Lebensmitteln auf absehbare Zeit für den täglichen Einkauf keine nennenswerte Rolle spielen.

Die **Polarisierung** zwischen dem sog. „Run-Shopping“ (versorgungsorientierter Routineeinkauf) und dem „Fun-Shopping“ (freizeitorientierter Späßeinkauf) setzt sich fort und wird durch die Möglichkeiten der Digitalisierung angetrieben. In der Folge verliert die sog. „unprofilierter Mitte“

⁹ Zum Teil auch mit erweiterten Öffnungszeiten, Kioske und Eckläden gestalten die Grenze zur Gastronomie fließend und sind teilweise weit in die Abendstunden geöffnet.

¹⁰ Damit wird umgangssprachlich die „Endzustellung“ von Logistikkosten zum Endverbraucher bezeichnet – in dünn besiedelten Räumen fehlt oft der Logistikunternehmer.

¹¹ Vgl. u. a. Supermarkt statt online, Pressemitteilungen z. B. in der Stuttgarter Zeitung, Hamburger Abendblatt et al.; 24.05.2018; online-Lebensmittelhandel: die Verkürzung der letzten Meile; hi-heute.de; 07.08.2018, S. 4 – 9.

weiter an Bedeutung. Gewinner sind neben den digitalen Marktplätzen und Plattformen v. a. attraktive und multifunktionale Innenstädte, die das Grundbedürfnis nach gemeinschaftlichem „Erlebnis“ und nach Sensation bzw. Aufenthaltsqualität bedienen.

Verbrauchernahe und gut erreichbare Nahversorgungslagen profitieren von der Entwicklung, da sie neben dem Faktor Zeitersparnis und kurze Wege zunehmend auch die emotionale Ebene ansprechen.

Abbildung 5: Anforderungen an Grund- und Nahversorgungsstandorte



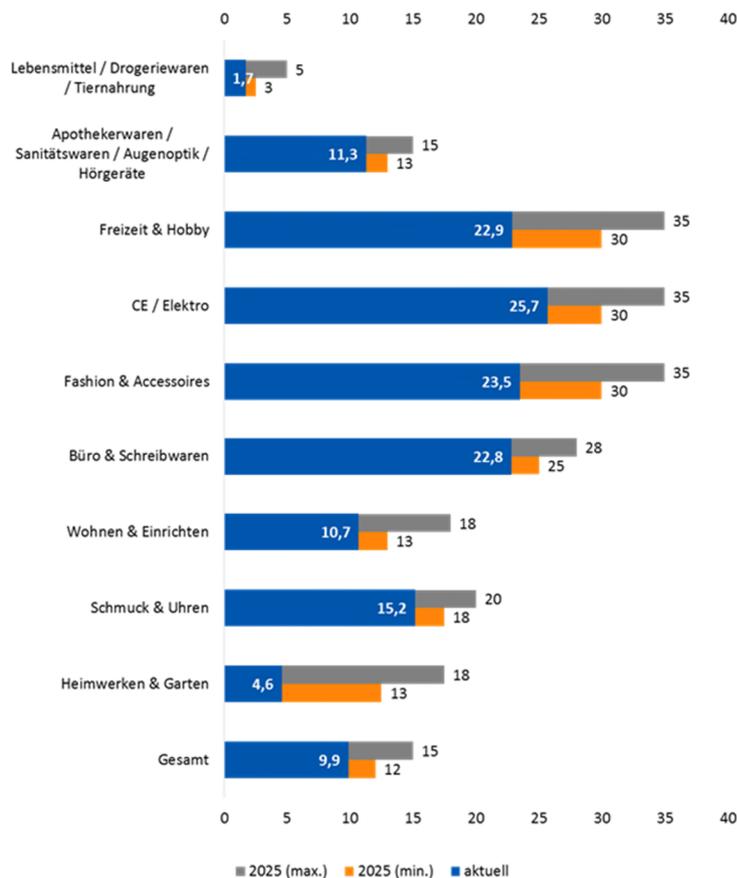
GMA-Darstellung 2020

4.2 Konsequenzen für die (Innen-)Stadtentwicklung

Konsens besteht darin, dass der digitale Handel als ergänzender Vertriebskanal seinen festen Platz in der Konsumentenwelt gefunden hat. Insbesondere die sog. zentrenrelevanten Sortimente werden vergleichsweise stark vom Onlinehandel bedient (z. B. Fashion und Accessoires). Trotz wachsender Marktanteile wird mittelfristig der stationäre Einzelhandel der wichtigste Einkaufskanal bleiben (vgl. Abbildung 7).

In welchem Umfang der Flächenbedarf im stationären Einzelhandel v. a. aufgrund logistischer Entwicklungen (City-Logistik, same-hour-delivery etc.) sinken wird und in welchem Umfang ein steigender Flächenbedarf für Lager und Logistik in den Gewerbegebieten einhergeht, ist noch nicht abschließend geklärt. Damit eröffnen sich an gut im Markt positionierten Standorten, auch für den stationären Handel weiterhin Chancen, da Entwickler und Handelsunternehmen vorrangig dort Standorte nachfragen werden.

Abbildung 6: Entwicklungsszenarien des Onlinehandels bis 2025



GMA-Darstellung 2020

Im Ergebnis lässt die aktuelle Entwicklung eine Dreiteilung erwarten (vgl. Abbildung 7):

- (1) Zentrale Innenstadtlagen und ausreichend große Einkaufszentren in **Metropolen** und **Großstädten** können nach wie vor eine anhaltend hohe Flächennachfrage erzeugen. Dort ist auch die Grundlage für einen guten Branchenmix mit attraktiven Marken und ausgeprägten Synergien vorhanden (z. B. Gastronomie, Kultur).
- (2) Durch den digitalen Wandel sind die Herausforderungen für Mittelstädte am größten. So bestehen mit Blick auf den Einzelhandel die größten Entwicklungschancen in Zentren, welche es schaffen, ein umfassendes, freizeit- und erlebnisorientiertes Angebot vorzuhalten.
- (3) Die Handelsbedeutung von Kleinstädten wird bis auf wenige Ausnahmen (z. B. Kultur-, Kur- oder Tourismusorte) deutlich zurückgehen und sich auf die Nahversorgung (Lebensmittelmärkte, Drogeriemärkte u. a. m.) beschränken.

Abbildung 7: Gewinner und Verlierer des digitalen Wandels



GMA-Darstellung 2020

Für Grimmen kommt es darauf an, sich in einen starken Wettbewerb zu behaupten und sich gegenüber anderen regionalen Standorten mit einem „Alleinstellungsmerkmal“ wie z. B. der zu großen Teilen erhaltenen mittelalterlichen Altstadt, der sehr guten Autobahnanbindung, der Naherholungs- / Freizeitfunktion und dem Gesundheitswesen (zahlreiche Fachärzte) zu profilieren.

5. Ausblick für Grimmen

5.1 Generelle zukunftsfähige Entwicklungen

Für Grimmen sind zukünftig folgende Aspekte wesentlich:

- /// Welche Rolle soll Grimmen in der Region und für sein Marktgebiet spielen?
- /// Neben den Entwicklungen im Einzelhandel selbst verändert sich bundesweit und in Grimmen das Verbraucherverhalten: Zahlreiche Image- und Besucherbefragungen der GMA in Innenstädten und an Nahversorgungsstandorten unterschiedlicher Standortkategorie verdeutlichen, dass der digitale Wandel auch als Chance sowohl für die Innenstädte als auch für qualifizierte Nahversorgungsstandorte begriffen werden muss.
- /// Zeitreihenbefragungen zeigen auf, dass das Thema „Einkaufen“ nicht mehr der dominierende Besuchsgrund der Innenstädte ist; Einkauf wird immer stärker mit anderen Aktivitäten verknüpft (Arztbesuch, Kultur- oder Bildungsangebote, andere Freizeitaktivitäten). Veränderten Konsumentenbedürfnissen kann jedoch nicht dauerhaft ein gleichbleibendes (Einzelhandels-)Angebot präsentiert werden; neue Konsumbedürfnisse erfordern neue Angebote.

Der räumliche Aspekt der Veränderungen im Einzelhandel lässt sich für Grimmen anhand der notwendigen Schlussfolgerungen für die Klein- und Mittelstädte und ihrer Innenstadtentwicklung aufzeigen:

- // Weiterentwicklung der Innenstadt als gesamtstädtisch bedeutsamer Kommunikations- und Wirtschaftsraum,
- // Förderung der funktionalen Dichte durch Entwicklung und Einbindung weiterer Nutzungen (Gastronomie, Dienstleistungen, Handwerk usw.) und Vernetzung der Angebote,
- // konsequentes Bespielen der Alleinstellungsmerkmale der Stadt in Verbindung mit Events und anderen Aktivitäten,
- // dem Thema Wohnen in der Innenstadt kommt eine wachsende Bedeutung bei der Innenstadtentwicklung zu; vertikale Mischung (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie und Wohnen im Obergeschoss) ist weiter zu fördern,
- // Sicherstellung einer funktionierenden Nahversorgung und sonstigen öffentlichen Daseinsvorsorgen (Schulen, Kinderbetreuung etc.) zur Sicherung der Attraktivität als Wohnstandort,
- // konsequente Aufwertung des öffentlichen Raumes für alle Nutzergruppen sowie Schaffung einer Atmosphäre, die zum Verweilen einlädt.

Unter diesen Prämissen soll die weitere Einzelhandelsentwicklung der Stadt Grimmen strategisch fortgeführt werden.

5.2 Angebotsstrukturen und Entwicklungen der Nahversorgung

Die Nahversorgung wird heute durch sehr unterschiedliche Anbieter- und Betriebsformen abgedeckt, wobei insbesondere die Lebensmittelmärkte strukturprägend sind. Es werden folgende Betriebstypen vom EHI Köln unterschieden¹²:

Kleines Lebensmittelgeschäft

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood I-Sortiment¹³ anbietet.

Lebensmitteldiscounter

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood I-Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II¹⁴ führt.

¹² vgl. EHI Handelsdaten aktuell 2018, Seite 381.

¹³ Drogeriewaren, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

¹⁴ Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

Supermarkt

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

Convenience Store

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

Ethnischer Lebensmittelmarkt

Als ethnische Lebensmittelmärkte werden Lebensmittelmärkte bezeichnet, die i. d. R. von Inhabern mit Migrationshintergrund geführt werden und überwiegend ausländische Lebensmittelspezialangebote führen, wie z. B. Asiamarkt.

Großer Supermarkt

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

SB-Warenhaus

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

Besondere Bedeutung für die Entwicklung des **Lebensmitteleinzelhandels** kommt discountierenden Angebotsformen zu. Es handelt es sich um Vertriebskonzepte, die auf eine konsequente Niedrigpreispolitik setzen wie z. B. Lebensmitteldiscounter. Diese verfügen über einen Marktanteil im Lebensmittelsektor von ca. 45 %¹⁵, wobei mittlerweile über 16.000 Lebensmitteldiscounter in Deutschland vorhanden sind. Supermärkte und SB-Warenhäuser konnten ebenfalls in den letzten Jahren noch expandieren, kleinere Lebensmittelgeschäfte hingegen verzeichneten einen hohen Bedeutungsverlust. So verringerte sich die Anzahl der kleineren Lebensmittelgeschäfte von über 11.200 (2010) auf etwa 8.600 Geschäfte (2018)¹⁶. Als Standorte für großflächige Lebensmitteldiscounter oder Supermärkte wurden in den letzten Jahren aufgrund raumordnerischer Vorgaben zunehmend Standorte in städtebaulich integrierten Lagen nachgefragt.

In einem Lebensmitteldiscounter werden im feststehenden Sortiment (ohne wöchentliche Aktionswaren) zwischen 1.200 Artikel (Aldi Nord) und 4.000 Artikel (Netto Markendiscout) angeboten. Ein Supermarkt führt auf einer Verkaufsfläche von rd. 1.200 m² bereits über 15.000 Artikel und auf einer Verkaufsfläche von rd. 1.800 m² über 30.000 Artikel. Der Angebots- und Umsatz-

¹⁵ Quelle: EHI Köln (Euro Handels Institut), Handelsdaten aktuell, 2019.

¹⁶ Quelle: EHI Köln (Euro Handels Institut), Handelsdaten aktuell, 2019.

schwerpunkt entfällt sowohl bei Discountern als auch bei Supermärkten auf den kurzfristigen Bedarf, wenngleich mit unterschiedlichen Anteilen. Bei Discountern liegt dieser Anteil bei etwa 85 %, bei kleineren Supermärkten bei rd. 95 % und bei großen Supermärkten bei etwa 75 %.

Tabelle 1: Verkaufsflächengrößen unterschiedlicher Betriebstypen

mögliche / typische Angebotelemente	Mindest-Einwohnerzahl im Einzugsgebiet	Verkaufsfläche in m ² (ca.-Werte)
Supermarkt in sehr ländlich geprägten Räumen	4.000	1.200
Großer Supermarkt (z. B. famila, E-Center)	15.000	2.500
Supermarkt (z. B. Edeka, Rewe)	7.000	1.800
Lebensmitteldiscounter Netto Markendiscount	4.000	800 – 1.200
Lebensmitteldiscounter Penny	3.000	800
Lebensmitteldiscounter Aldi-Nord	8.000	1.200 – 1.400
Lebensmitteldiscounter Lidl	8.000	1.300 – 1.500
Getränkemarkt	5.000 – 10.000	300 – 500
Drogeriefachmarkt Rossmann	ab 10.000	600 – 800
Drogeriefachmarkt dm	ab 20.000	800

GMA-Standortforschung 2020

Die Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel wird durch demographische Faktoren beeinflusst, wie die älter werdende Gesellschaft, heterogene Lebens- / Familienbilder und zunehmende Unterschiede zwischen ländlichen und urbanen Regionen.¹⁷ Auch der technologische Wandel wirkt sich im Lebensmitteleinzelhandel aus. So führt der Einsatz neuer Technologien zu ständigen Optimierungsprozessen, v. a. in der Warenlogistik und in der Warenbewirtschaftung. Hinsichtlich der Verkaufsflächengrößen, Sortimente etc. sind folgende Veränderungen zu erwarten:

- / Die umsatzstärksten Betreiber im Lebensmittelhandel, aber auch im Drogeriehandel, werden weiterhin ihr **Standortnetz** konsequent **optimieren** und **modernisieren**. Das beinhaltet v. a. den Neubau (green building) und die Erweiterung der Verkaufsfläche. In Abhängigkeit vom Betriebstyp und vom jeweiligen Betreiber werden unterschiedliche Größen als zukunftsfähig angesehen.
- / Grundsätzlich ziehen sich die Themen **Bio**, **regionale Produkte**, **internationale Produkte**, zunehmend auch **fair** gehandelte Produkte, durch die gesamte Branche. War es lange eine Nische für die „Kleinen“, bieten jetzt alle Betreiber diese Sortimente an. Gleichzeitig bildete sich der Betriebstyp des „Biosupermarktes“ heraus.
- / Auch kleinere Verpackungsgrößen und bequemes Einkaufen durch breitere Gänge sowie niedrigere Regalhöhen für die Kunden werden zu größeren Einheiten beitragen.

¹⁷ Vielfach gehören ländliche Regionen zu den sog. Entleerungsgebieten, während städtische Regionen von Zuwanderungsgewinnen profitieren.

Strukturveränderungen werden sich durch den **Onlinehandel** ergeben. Allerdings konzentrierte sich der Erfolg im Lebensmittelhandel bislang auf Spezialanbieter für logistikaffine und wenig preissensible Produkte (z. B. Wein, Spirituosen). Über den gesamten Lebensmittelhandel machte dies nicht einmal einen Umsatzanteil von 1 % aus. Aktuell haben sich jedoch alle Händler dem Thema angenommen, wobei neben dem klassischen Onlinehandel mit Bring- bzw. Lieferservice (z. B. edeka24, rewe.de) dem Konzept des Drive-In-Modells tendenziell größere Erfolgchancen in Deutschland eingeräumt werden (z. B. Edeka, Rewe, Real). Es bleibt jedoch abzuwarten, in welchem Umfang und Dauer sich die Marktanteile, v. a. vor dem Hintergrund des vergleichsweise sehr engen und leistungsfähigen stationären Grundversorgungsnetzes in Deutschland, verschieben werden.

6. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel

Städte und Gemeinden haben mit dem BauGB (Baugesetzbuch) und der BauNVO (Baunutzungsverordnung) ein planungsrechtliches Instrumentarium zur Hand, mit dem die Standortentwicklung im Einzelhandel gesteuert wird.

6.1.1 Gebiete mit Bebauungsplan

Nach § 30 BauGB ist ein Vorhaben im Geltungsbereich eines qualifizierten Bebauungsplans zulässig, wenn es diesen Festsetzungen nicht widerspricht und die Erschließung gesichert ist. Werden in Bebauungsplänen die in der BauNVO bezeichneten Baugebietstypen festgelegt, sind Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe der §§ 2 bis 9 BauNVO wie folgt vorgesehen:

Tabelle 2: Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben differenziert nach Baugebietstypen

Baugebiet	Bezeichnung	Zulässigkeit Einzelhandel	Großflächiger Einzelhandel
WA, WS	Allgemeines Wohngebiet, Kleinsiedlungsgebiet	Läden, die der Versorgung des Gebietes dienen	nein
WR	Reines Wohngebiet	Nur ausnahmsweise: Läden zur Deckung des täglichen Grundbedarfs für die Bewohner des Gebiets	nein
WB	Besonderes Wohngebiet	Läden, soweit mit Wohnnutzung vereinbar	nein
MD	Dorfgebiet	Allgemein zulässig*	nein
MI	Mischgebiet	Allgemein zulässig*	nein
MU	Urbanes Gebiet	Allgemein zulässig*	nein
GE GI	Gewerbegebiet Industriegebiet	Allgemein zulässig*	nein
MK	Kerngebiet	Allgemein zulässig	ja
SO	Sondergebiet	Allgemein zulässig	ja

* sofern nicht sondergebietspflichtig gem. § 11 Abs. 3 BauNVO; GMA-Darstellung 2020

Für großflächige Einzelhandelsbetriebe enthält § 11 Abs. 3 BauNVO eine Sonderregelung. **Einkaufszentren** und **großflächige Einzelhandelsbetriebe** mit bestimmten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen sind **außer in Kerngebieten nur in den festgesetzten sonstigen Sondergebieten** zulässig.

In Gebieten mit einfachen Bebauungsplänen gem. § 30 Abs. 3 BauGB richtet sich die Zulässigkeit nach § 34 oder § 35 BauGB.

Zudem können nach § 1 Abs. 5, 6 BauNVO in Bebauungsplänen Nutzungsarten ausgeschlossen oder nur ausnahmsweise zugelassen werden:

- „(5) Im Bebauungsplan kann festgesetzt werden, dass bestimmte Arten von Nutzungen, die nach den §§ 2 bis 9 sowie 13 und 13a allgemein zulässig sind, nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können, sofern die allgemeine Zweckbestimmung des Baugebiets gewahrt bleibt.
- (6) Im Bebauungsplan kann festgesetzt werden, dass alle oder einzelne Ausnahmen, die in den Baugebieten nach den §§ 2 bis 9 vorgesehen sind,
 1. nicht Bestandteil des Bebauungsplans werden oder
 2. in dem Baugebiet allgemein zulässig sind, sofern die allgemeine Zweckbestimmung des Baugebiets gewahrt bleibt.“

6.1.2 Gebiete ohne Bebauungsplan

Nach § 34 Abs. 1 BauGB ist ein Vorhaben zulässig, wenn es sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der zu überbauenden Grundstücksfläche in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und gleichzeitig die Erschließung gesichert ist. Nach § 34 Abs. 2 BauGB ist hinsichtlich der Art der baulichen Nutzung die BauNVO anzuwenden, wenn die Eigenart der näheren Umgebung einem der Baugebiete der BauNVO, z. B. Gewerbegebiet, Mischgebiet, entspricht. Nach § 34 Abs. 3 BauGB dürfen vom Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Ansiedlungsgemeinde oder in einer Nachbarkommune ausgehen. Im Einzelfall (z. B. Erweiterung) kann vom Erfordernis des Einfügens abgewichen werden.

In Gemengelage, z. B. Mischgebieten, ist eine Steuerung ohne Aufstellung eines Bebauungsplanes möglich. Dies soll der Sicherung zentraler Versorgungsbereiche und insbesondere dem Schutz der Angebotsstrukturen in Innenstädten dienen.

Mit der Novellierung des BauGB 2007 schuf der Gesetzgeber die Möglichkeit, über § 9 Abs. 2 a BauGB im unbeplanten Innenbereich einen Bebauungsplan aufzustellen, in dem zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen festgelegt oder ausgeschlossen werden können.

6.1.3 Besonderes Städtebaurecht

Das Besondere Städtebaurecht mit den §§ 136 ff. BauGB bietet zudem Kommunen die Möglichkeit, im Rahmen von Stadterneuerungs- oder Entwicklungsmaßnahmen die besonderen Vorschriften zur Steuerung anzuwenden. So kann durch die Festlegung von Sanierungsgebieten über die jeweilige Sanierungszielsetzung sehr dezidiert die künftige Entwicklung gerade auch im Einzelhandelsbereich geplant und gesteuert werden. Die Regelungen nach §§ 144 ff. BauGB stellen verschiedene Sachverhalte wie beispielsweise den Verkauf von Liegenschaften oder auch deren Anmietung grundsätzlich unter Genehmigungsvorbehalt.

Neben diesen Rechtstatbeständen sind insbesondere die möglichen Förderungen für baulich-investive Maßnahmen und die Umgestaltung im öffentlichen Bereich attraktiv.

Durch die Programme der städtebaulichen Erneuerung sind Fördermöglichkeiten geschaffen worden, die gerade auch an private Grundstückseigentümer zur Modernisierung oder Instandsetzung der Gebäudesubstanz weitergegeben werden können.

6.2 Landes- und Regionalplanung

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

- (1) Einzelhandelsgroßprojekte und Einzelhandelsagglomerationen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO sind nur in Zentralen Orten zulässig. (Z)
- (2) Einzelhandelsgroßprojekte nach (1) sind nur zulässig, wenn die Größe, die Art und die Zweckbestimmung des Vorhabens der Versorgungsfunktion des 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)
- (3) Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind nur in Innenstädten / Ortszentren und in sonstigen Zentralen Versorgungsbereichen zulässig. (Z)

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.

Zentrenrelevante Kernsortimente sind

- die Sortimente gemäß Abbildung 21 sowie

- weitere Sortimente, die von einer Gemeinde als zentrenrelevant festgelegt werden (ortspezifische Sortimentsliste).

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

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

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

- (5) Zukunftsfähige Zentren- und Nahversorgungsstrukturen der Zentralen Orte sind auf der Grundlage von Einzelhandelskonzepten zu entwickeln. Dabei sind auch die Nahversorgungsstrukturen im Nahbereich der Zentralen Orte zu berücksichtigen. In den kommunalen Einzelhandelskonzepten sind die Zentralen Versorgungsbereiche festzulegen. (Z)

- (6) Ausnahmsweise können Einzelhandelsgroßprojekte in Umlandgemeinden der Stadt-Umland-Räume angesiedelt werden.

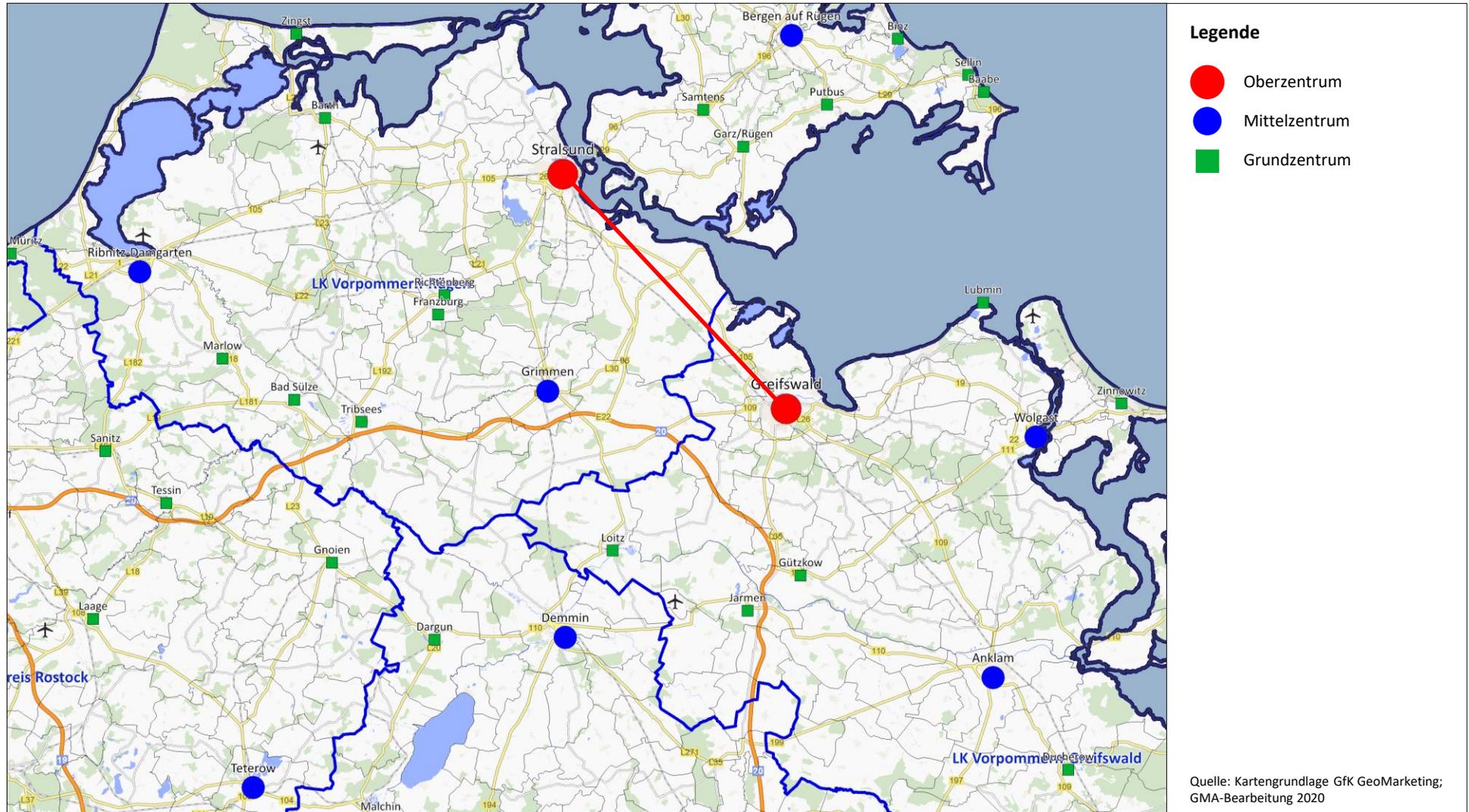
Voraussetzung hierfür ist ein interkommunal abgestimmtes Einzelhandelskonzept für den jeweiligen Stadt-Umland-Raum. Bei der Aufstellung der Einzelhandelskonzepte für den jeweiligen Stadt-Umland-Raum sind die in (2), (3) und (4) formulierten Ziele zu berücksichtigen. (Z)

Abbildung 8: Zentrenrelevante Kernsortimente (im LEP M-V: Abbildung 21)¹⁸

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

¹⁸ Auf kommunaler Ebene kann bedingt durch die örtlichen Gegebenheiten davon abgewichen werden.

Karte 1: Lage im Raum und zentralörtliche Struktur



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

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

Seit dem 20.09.2010 ist das **Regionale Raumentwicklungsprogramm für die Planungsregion Vorpommern (RREP)** rechtskräftig. Es ersetzt das ab 1998 gültige Regionale Raumordnungsprogramm Vorpommern (RROP Vorpommern). Das RREP Vorpommern 2010 enthält folgende Ziele zur Steuerung großflächigen Einzelhandels:

- (1) „Einzelhandelsgroßprojekte i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO sind nur in Zentralen Orten bei einer Geschossfläche von mehr als 5.000 m² nur in den beiden Teilen des gemeinsamen Oberzentrums Stralsund-Greifswald sowie in den Mittelzentren Anklam, Bergen auf Rügen, Grimmen, Pasewalk, Ribnitz-Damgarten, Uecker-münde und Wolgast zulässig. (Z)
- (2) Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten sind nur an städtebaulich integrierten Standorten zulässig.

Bei Standortentwicklungen außerhalb der Innenstadt ist unter Berücksichtigung der Entwicklung des Zentralen Ortes (Gesamtstädtisches Einzelhandelskonzept) nachzuweisen, dass diese die Funktionsentwicklung und Attraktivität der Innenstadt nicht gefährden. (Z)
- (3) Neuansiedlungsvorhaben von zentrenrelevanten Einzelhandelsgroßprojekten in den Umlandgemeinden der beiden Teile des gemeinsamen Oberzentrums Stralsund-Greifswald sind nicht zulässig. (Z)“

Das Mittelzentrum Grimmen übernimmt eine Versorgungsfunktion für einen Nahbereich mit ca. 18.000 Einwohnern. Der Mittelbereich umfasst ca. 22.000 Einwohner.

7. Zentrale Versorgungsbereiche

7.1 Begriff „Zentraler Versorgungsbereich“

Mit dem § 11 Abs. 3 BauNVO ist der Begriff des „zentralen Versorgungsbereiches“ bereits lange Bestandteil der planungsrechtlichen Grundlagen. Mit der Novellierung des Baugesetzbuches im Jahr 2004 und der Einführung des zusätzlichen Absatzes 3 in § 34 BauGB erfuhr der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches im Baugesetz einen wesentlichen Bedeutungszuwachs.

Dies verdeutlichen die vier Schutznormen, die (auch) zentrale Versorgungsbereiche erfassen¹⁹:

¹⁹ Quelle: Ulrich Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, Bonn, 2007, S. 77 f.

- /// **§ 11 Abs. 3 BauNVO** weist großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige vergleichbare **großflächige Handelsbetriebe**, die sich u. a. „auf die Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche in der Stadt oder in anderen Städten nicht nur unwesentlich auswirken können“, ausdrücklich nur Kerngebieten und speziell für diese Nutzung festgesetzten Sondergebieten zu.
- /// **§ 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB** in der seit dem 20. Juli 2004 geltenden Fassung erweitert das interkommunale Abstimmungsgebot dahin, dass sich Städte sowohl gegenüber Planungen anderer Städte als auch gegenüber der Zulassung einzelner Einzelhandelsnutzungen auf „Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche“ berufen können.
- /// **§ 34 Abs. 3 BauGB** knüpft die Zulässigkeit von Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich, die sonst nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB zuzulassen wären, zusätzlich daran, dass von ihnen „keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Stadt oder in anderen Städten“ zu erwarten sein dürfen.
- /// **§ 9 Abs. 2a BauGB** ermöglicht es den Städten nunmehr, für die im Zusammenhang bebauten Ortsteile i. S. v. § 34 BauGB „zur Erhaltung oder Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche“ mit einem einfachen Bebauungsplan die Zulässigkeit bestimmter Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzung zu steuern.

Nach **§ 1 Abs. 6 BauGB** sind bei der Aufstellung der Bauleitpläne insbesondere „die Erhaltung und Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche“ zu berücksichtigen. Durch diese unterschiedlichen Schutznormen sind zentrale Versorgungsbereiche unter verschiedenen Aspekten geschützt. Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches wurde als unbestimmter Rechtsbegriff eingeführt, sodass keine allgemein gültige Definition vorliegt. Das OVG Münster führt in einem Urteil (Beschluss vom 11.12.2006, 7 A 964/05) hierzu aus:

„Zentrale Versorgungsbereiche“ sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Stadt, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Stadt zukommt. Ein „Versorgungsbereich“ setzt mithin vorhandene Nutzungen voraus, die für die Versorgung der Einwohner der Stadt - ggf. auch nur eines Teiles des Stadtgebietes - insbesondere mit Waren aller Art von Bedeutung sind. [...].

Entscheidend ist, dass der zentrale Versorgungsbereich eine städtebaulich integrierte Einzelhandelslage darstellt und nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine zentrale Funktion für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich übernimmt²⁰. In diesem Bereich ist Einzelhandel vorhanden, welcher aufgrund der Qualität und des Gewichts einen über die eigenen Grenzen und damit über den unmittelbaren Nahbereich hinausgehenden Einzugsbereich hat²¹.

²⁰ Vgl. u. a. BVerwG Urteil 4 C 7.07 vom 11.10.2007 bzw. Urteil 4 C 2.08 vom 17.12.2009.

²¹ Vgl. u. a. OVG Sachsen, Bautzen, Urteil vom 13.05.2014; AZ 1 A 432 / 10, juris RN 30 ff.

Für einen zentralen Versorgungsbereich ist die Konzentration verschiedener Versorgungseinrichtungen maßgeblich, wobei der Einzelhandel durch Komplementärnutzungen (bspw. Dienstleister, Ärzte, Gastronomie / Hotellerie, öffentliche Einrichtungen) ergänzt wird.

7.2 Abgrenzung und Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche

Bei der Festlegung eines zentralen Versorgungsbereiches handelt es sich um eine Abwägung unterschiedlicher Kriterien, wenngleich die städtebauliche Integration und die Versorgungsfunktion als „**Muss-Kriterien**“ gelten. Die Abgrenzung²² erfolgt anhand der faktischen Prägung, wobei folgende Anforderungen mindestens erfüllt sein müssen:

- /// **Städtebaulich integrierte Lage:** Diese ist durch die Einbettung in eine bzw. Zuordnung zu einer zusammenhängenden Wohnbebauung charakterisiert, d. h. es muss ein baulicher Zusammenhang mit einem Wohnumfeld in mindestens zwei Himmelsrichtungen vorliegen. Fußläufige Austauschbeziehungen zwischen Wohnumfeld und Einzelhandel sind Voraussetzung. Städtebauliche, natürliche oder topografische Barrieren zwischen Geschäftslage und Wohnbereichen (z. B. Autobahn, Flüsse, Geländesprünge) mindern die Integrationsfähigkeit einer Lage, schließen sie jedoch per se nicht aus. Entscheidend ist die fußläufige Anbindung, welche über ergänzende Hilfsmittel (z. B. Ampelanlagen, Querungshilfen) sichergestellt werden kann. Grundlage ist die Bewertung der konkreten Situation vor Ort.
- /// **Zusammenhängende Versorgungslage:** Die vorhandenen oder geplanten Einzelhandelsbetriebe müssen in einem räumlichen und funktionalen Kontext stehen und vom Kunden als zusammenhängende Versorgungslage wahrgenommen werden. Dies wird v. a. durch kurze Entfernungen zwischen den Geschäften und wenigen Lücken, d. h. reine Wohnhäuser, wahrgenommen.
- /// **Magnetbetriebe:** Eine hohe Kundenfrequenz wird maßgeblich von „Magnetbetrieben“ gewährleistet, wozu großflächige Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Drogeriemärkte, Kauf- und Warenhäuser zählen. Auch informelle Planungen können eine Rolle spielen, sofern diese von einer Kommune als Arbeitsgrundlage für ihre Planungen verwendet werden²³ und sich die Planungsabsichten bereits konkretisiert haben.²⁴
- /// In Abgrenzung zu Solitärstandorten des Einzelhandels zeichnen sich zentrale Versorgungsbereiche durch **Einzelhandel** und **ergänzende Nutzungen** (z. B. Dienstleister, Gastronomie, Kultur, Freizeit, öffentliche Einrichtungen) aus.

²² BVerwG, Urteil vom 11.11. 2007; BVerwG, Urteil vom 17.12.2009.

²³ Vgl. OVG Lüneburg, Beschluss vom 30.11.2005, 1ME172/05.

²⁴ d. h., die Umsetzung muss in einem absehbaren zeitlichen Rahmen erfolgen, vgl. VG München, Urteil vom 07.11.2005, M8K05.1763.

- /// **Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus:** Die Betriebe in einem zentralen Versorgungsbereich können sowohl einen überörtlichen als auch einen auf einen bestimmten örtlich begrenzten Bereich als Versorgungsbereich abdecken. Ein übergemeindliches Einzugsgebiet ist dafür nicht Voraussetzung. Auch Betriebe in Lagen, welche auf die Nahversorgung eines örtlich begrenzten Einzugsgebietes zugeschnitten sind, können einen zentralen Versorgungsbereich ausmachen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherung der wohnortnahen Versorgung. Ein Zentraler Versorgungsbereich muss jedoch einen über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich haben und damit über den unmittelbaren Nahbereich hinauswirken.

Der Idealzustand eines zentralen Versorgungsbereichs ist durch eine durchgängige, kompakte Geschäftslage gekennzeichnet. Die Längenausdehnung spielt i. S. der **fußläufigen Erreichbarkeit** eine entscheidende Rolle. Ein wichtiger Faktor ist die Anbindung an den **öffentlichen Personennahverkehr** und eine ausreichende **Pkw-Erreichbarkeit**.

II. Situationsanalyse des Einzelhandelsstandortes Grimmen

1. Makrostandort Grimmen

Die Stadt Grimmen ist eine Kleinstadt im Süden des Landkreises Vorpommern-Rügen im nördlichen Mecklenburg-Vorpommern. Die Stadt gliedert sich in die Kernstadt und elf teilweise räumlich abgesetzte Ortsteile, die eher dörflich geprägt sind. Grimmen liegt zwischen Stralsund und Greifswald (je ca. 25 km), die ein gemeinsames Oberzentrum bilden. Das Mittelzentrum Grimmen grenzt an Wittenhagen, Sundhagen, Süderholz, Wendisch Baggendorf, Splietsdorf und Papenhagen.

In den letzten fünf Jahren nahm die **Einwohnerzahl** in Grimmen um ca. 4 % ab, während der Landkreis Vorpommern-Rügen um ca. 0,7 % zulegen konnte.

Tabelle 3: Einwohnerentwicklung von Grimmen im Vergleich

Daten	Einwohner (31.12.)		Veränderung 2013 / 2018	
	2013	2018	abs.	in %
Grimmen	9.969	9.572	-397	-4,0
Glewitz	534	535	1	0,2
Gransebieth	566	563	-3	-0,5
Gremersdorf-Buchholz	666	713	47	7,1
Papenhagen	547	581	34	6,2
Splietsdorf	476	452	-24	-5,0
Süderholz	4.002	3.991	-11	-0,3
Wendisch Baggendorf	548	536	-12	-2,2
Wittenhagen	1.145	1.118	-27	-2,4
Summe Nahbereich	18.453	18.061	-392	-2,1
Deyelsdorf	498	470	-28	-5,6
Drechow	239	234	-5	-2,1
Grammendorf	515	533	18	3,5
Hugoldsdorf	134	122	-12	-9,0
Tribsees	2.629	2.608	-21	-0,8
Zwischensumme	4.015	3.967	-48	-1,2
Summe Mittelbereich	22.468	22.028	-488	-2,2
Barth	8.543	8.658	115	1,3
Hansestadt Stralsund	57.301	59.421	2.120	3,7
Ribnitz Damgarten	15.104	15.167	63	0,4
Süderholz	4.002	3.991	-11	-0,3
LK Vorpommern-Greifswald	238.185	236.697	-1.488	-0,6
LK Vorpommern-Rügen	223.109	224.684	1.575	0,7

Quelle: Amt für innere Verwaltung Mecklenburg-Vorpommern

Der Einwohnerrückgang in Grimmen resultierte überwiegend aus einer negativen natürlichen Bevölkerungsbilanz, wobei auch der Wanderungssaldo leicht negativ ist. Zwischen 2016 und 2018 waren 178 Geburten zu verzeichnen, denen 523 Sterbefälle gegenüberstanden (Saldo: - 345 Personen). Der Wanderungssaldo fällt nur leicht negativ aus; hier standen 1.552 Zuzügen im gleichen Zeitraum 1.644 Fortzüge gegenüber (Saldo: - 92 Personen).

Tabelle 4: Natürliche Bevölkerungsbilanz und Zu- bzw. Fortzüge

	2016	2017	2018
Geburten	58	63	57
Sterbefälle	171	170	182
Natürliche Bevölkerungsbilanz	-113	-107	-125
Zuzüge	648	444	460
Fortzüge	667	489	488
Wanderungssaldo	-19	-45	-28

GMA-Zusammenstellung 2020, Quelle: Amt für innere Verwaltung Mecklenburg-Vorpommern

Die Einwohnerverluste konzentrieren sich nach Angaben der Stadtverwaltung primär auf die Kernstadt. In den kleineren Ortsteilen liegen die Einwohnerveränderungen i. d. R. im niedrigen einstelligen Bereich.

Tabelle 5: Einwohnerentwicklung von Grimmen nach Stadtteilen

Daten	Einwohner (31.12.)		Veränderung 2013 / 2018	
	2013	2018	abs.	in %
Appelhof	115	115	0	0,0
Gerlachsruh	20	18	-2	-10,0
Grellenberg	66	70	4	6,1
Grimmen	9.047	8.669	-378	-4,2
Groß Lehmhagen	175	164	-11	-6,3
Heidebrink	13	15	2	15,4
Hohenwarth	46	50	4	8,7
Hohenwieden	46	42	-4	-8,7
Jessin	211	208	-3	-1,4
Klein Lehmhagen	122	123	1	0,8
Stoltenhagen	235	231	-4	-1,7
Vieltlipp	61	54	-7	-11,5
Grimmen gesamt	10.157	9.759	-398	-3,9

GMA-Zusammenstellung 2020, Quelle: Stadtverwaltung Grimmen

2019 waren in Grimmen insgesamt **3.817 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte** ohne Freiberufler und Beamte, am Arbeitsort registriert. In Relation zur Einwohnerzahl liegt in Grimmen ein Besatz von 399 Beschäftigten / 1.000 Einwohner vor. Dieser Wert liegt deutlich über dem des

Kreises Vorpommern-Rügen sowie des Landes und hebt die wirtschaftliche Bedeutung des Arbeitsplatzstandortes Grimmen hervor.

Den **2.360 Einpendlern** nach Grimmen standen **1.896 Auspendler** gegenüber, woraus sich ein positiver Pendlersaldo von + 3.027 Personen ableitet. Für den Einzelhandel in Grimmen ergeben sich daraus aufgrund arbeits- und berufsbedingter Einkaufsverflechtungen überschaubare zusätzliche Potenziale, da der Arbeitsweg häufig mit Einkäufen kombiniert wird.

Tabelle 6: Beschäftigtenbesatz und Ein- / Auspendlersaldo im Vergleich

	Beschäftigte	EW	Besch. / 1.000 EW	Einpendler	Auspendler	Saldo
Barth, Stadt	2.054	8.658	237	947	1.897	-950
Bergen auf Rügen, Stadt	5.471	13.460	406	3.244	3.236	8
Binz	3.018	5.397	559	1.656	933	723
Grimmen, Stadt	3.817	9.572	399	2.360	1.896	464
Ribnitz-Damgarten, Stadt	4.808	15.167	317	2.441	3.411	-970
Stralsund, Hansestadt	25.767	59.421	434	12.158	6.818	5.340
Anklam, Stadt	5.855	12.385	473	3.546	1.717	1.829
Greifswald, Hansestadt	28.716	59.382	484	12.704	7.630	5.074
Wolgast, Stadt	3.602	12.028	299	2.054	2.647	-593
Demmin, Hansestadt	4.791	10.657	450	3.004	1.813	1.191
Vorpommern-Rügen	75.381	224.684	335	8.968	18.169	-9.201
Mecklenburg-Vorpommern	578.848	1.609.675	360	33.122	75.969	-42.847

Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30.06.2019, GMA-Darstellung 2020

Der **Tourismus** spielt in Grimmen nur eine untergeordnete Rolle. Ein Hotel ist in Grimmen nicht zu finden. Das nächste Hotel (Hotel im Golfpark Strelasund) liegt im benachbarten Süderholz. Eine gewisse Bedeutung ist jedoch dem Tagestourismus zuzusprechen. Neben der Altstadt mit ihren drei Stadttoren, dem Rathaus und der St. Marien-Kirchen (Backsteingotik) sind mehrere touristische Ziele im Stadtgebiet vorhanden. Die größte Bedeutung kommt dem Kulturhaus „Treffpunkt Europas“ mit ca. 29.000 Besuchern²⁵ p. a. zu, ca. 5.600 Besucher²⁶ p. a. hat das Naturbad zu verzeichnen. Den Wasserturm besuchen im Schnitt ca. 3.500 Personen²⁷ p. a., während das Heimatmuseum sinkende Besucherzahlen²⁸ verzeichnet. Direkt südlich der Altstadt befindet sich der Tierpark. Auf dem Stockcar-Areal finden dreimal jährlich je zweitägige Motorsport-Veranstaltungen statt.

²⁵ Quelle: <http://www.treffpunkt-grimmen.de/>, Zahlen für 2017

²⁶ Quelle: <https://www.ostsee-zeitung.de/Vorpommern/Grimmen/Naturbad-An-Spitzentagen-kamen-mehr-als-200-Besucher>

²⁷ Quelle: <https://www.ostsee-zeitung.de/Vorpommern/Grimmen/Wasserturm-wird-85-Jahre-alt>

²⁸ Quelle: <https://www.ostsee-zeitung.de/Vorpommern/Grimmen/Kaum-Interesse-am-Grimmener-Museum>

Eine **ÖPNV-Anbindung** ist durch zehn Buslinien gewährleistet, die zahlreiche Haltestellen in Grimmen anfahren und u. a. eine Anbindung an Stralsund, Tribsees, Greifswald, Rodde, Bad Sülze, Reinberg, Strahlbrode und Glewitz ermöglichen. An die Regionalbahn ist Grimmen über den RE 5 (u. a. Stralsund – Berlin) angebunden.

2. Aktueller Einzelhandelsbestand in Grimmen

Zum Zeitpunkt der Erhebungen gab es in der Stadt Grimmen **insgesamt:**

- /// 79 Betriebe des Ladeneinzelhandels und Lebensmittelhandwerks
- /// ca. 24.500 m² Verkaufsfläche
- /// ca. 68,8 Mio. € Bruttoumsatzleistung p. a.

Tabelle 7: Einzelhandelsbestand der Stadt Grimmen

Warengruppen	Anzahl der Einzelhandelsbetriebe	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	27	10.600	35,5
Gesundheit / Körperpflege	5	950	6,7
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf, Zeitschriften, Bücher, PBS, Spielwaren	8	1.380	3,8
Bekleidung, Schuhe, Sport	12	2.790	7,1
Elektrowaren, Medien, Foto	7	660	3,2
Hausrat, Einrichtung, Möbel	6	1.905	2,2
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Sonstige Sortimente	10	5.915	8,5
Optik, Hörgeräte / Uhren, Schmuck	4	300	1,7
Nichtlebensmittel insg.	52	13.900	33,3
Einzelhandel insg.	79	24.500	68,7

Aus Datenschutzgründen ist eine Ausweisung bei drei und weniger Betrieben nicht möglich
GMA-Erhebungen 2019 / 2020 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

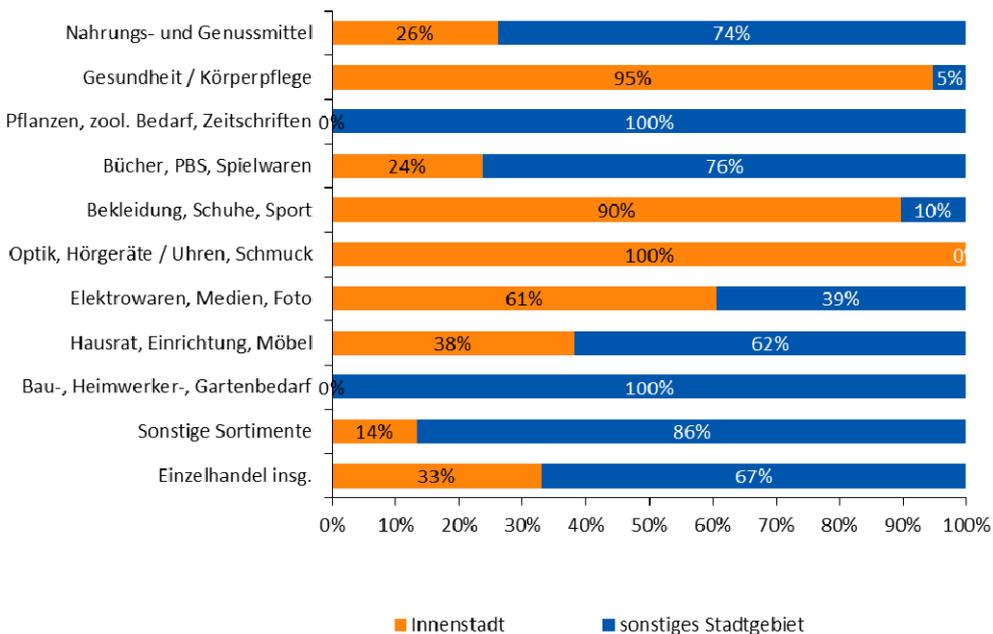
Räumlich konzentrieren sich die Einzelhandelsbetriebe in Grimmen entlang der Hauptverkehrsachse in Ost-West-Richtung (Tribseeser Chaussee, Tribseeser Straße, Friedrichstraße). Innerhalb der Innenstadt sind außerdem zahlreiche kleinflächige Betriebe entlang der Achse Bahnhofstraße – Mühlenstraße – Lange Straße vorhanden. Größter Magnetbetrieb innerhalb der historischen Altstadt war das Outlet von Kaufhaus Stolz, das zum Erhebungszeitpunkt im Räumungsverkauf begriffen war. Der Verkaufsflächenschwerpunkt ist im Bereich der Friedrichstraße zu finden, wo zahlreiche moderne Märkte ansässig sind. Im Gewerbegebiet „Zum Rauhen Berg“ ist u. a. das EGN-Baucenter mit Baumarkt vertreten. Am Vietlipper Damm ist auf den Verbundstandort von Aldi und Dänisches Bettenlager hinzuweisen. In der Ladenpassage an der Berthold-Brecht-Straße wurde zum Erhebungszeitpunkt ein ehemaliger Edeka-Markt zu einem CAP-Markt umgebaut.

Weitere Nahversorgungsbetriebe sind an der Heinrich-Heine-Straße und der Stralsunder Straße zu finden.

Nach **Lagen und Sortimenten** differenziert zeigt sich, dass die Innenstadt v. a. bei Nahrungs- und Genussmitteln sowie Gesundheit, Körperpflege und den klassischen Innenstadtsortimenten Bekleidung, Schuhe, Sport und bei Optik, Hörgeräte / Uhren, Schmuck die Spitzenposition einnimmt und die größte Angebotstiefe / -breite darstellen kann. Auch Elektrowaren, Medien, Foto und Hausrat, Einrichtung, Möbel sind überwiegend in der Innenstadt vertreten. An dezentralen Standorten sind insbesondere der zoologische Bedarf sowie Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf angesiedelt.

Im Gewerbegebiet „Stoltenhäger Straße“ (nördlich der historischen Altstadt) sind mehrere A+V-Anbieter vorhanden, die u. a. Möbel und Hausrat anbieten. Das östlich gelegene Gewerbegebiet „Zum Rauhen Berg“ beherbergt neben dem Baumarkt überwiegend produzierendes Gewerbe, aber auch einen Betrieb für Bürotechnik / Büromöbel, einen Fachmarkt für Tierfutter und Großhandelsbetriebe (Handelshof).

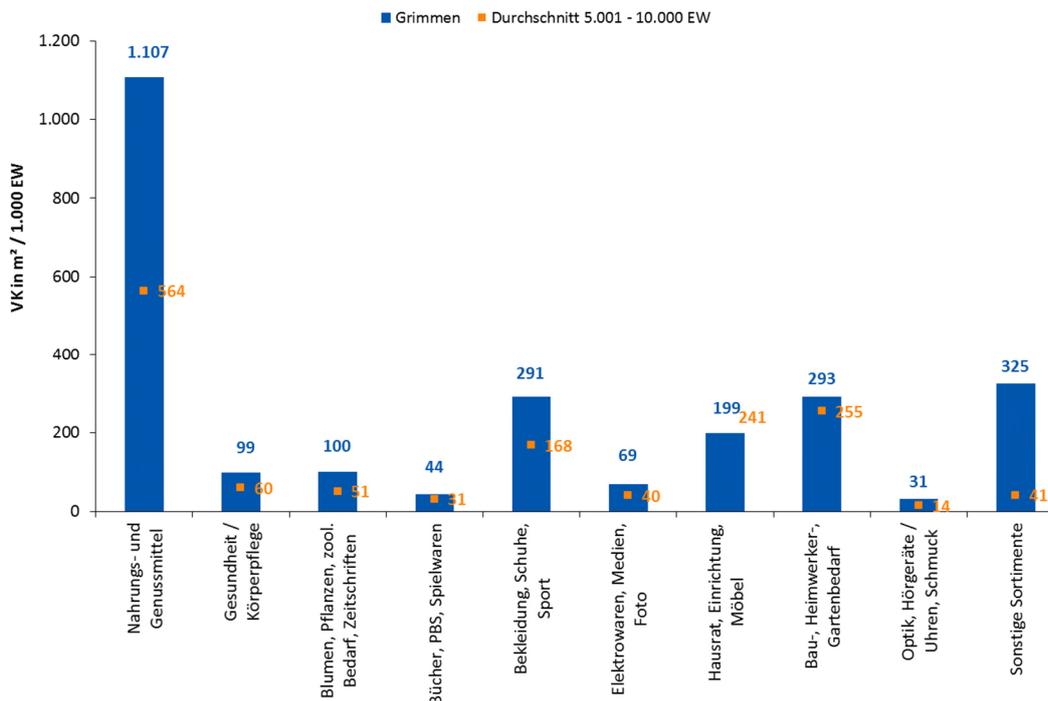
Abbildung 9: Einzelhandelsbestand in Grimmen nach Lagen



GMA-Darstellung 2020

Die Verkaufsflächenausstattung liegt mit ca. 2.560 m² pro 1.000 Einwohner auf einem überdurchschnittlichen Niveau, was die mittelzentrale Versorgungsfunktion von Grimmen in den meisten Sortimenten belegt. Insbesondere Nahrungs- und Genussmittel und Bekleidung, Schuhe sind stark ausgeprägt. Zudem stellen große A+V-Betriebe, v. a. die großflächige Flohmarkthalle, eine Besonderheit dar. Als Mittelzentrum kommt Grimmen insbesondere im kurz- und mittelfristigen Bedarf eine Versorgungsaufgabe zu.

Abbildung 10: Verkaufsflächenausstattung in Grimmen nach Hauptwarengruppen



GMA-Darstellung 2020

3. Aktueller Einzelhandelsbestand im Nahbereich

In der südöstlich angrenzenden Gemeinde **Süderholz** ist insbesondere auf das Gewerbegebiet „Pommerndreieck“ hinzuweisen. Hier ist Kaufhaus Stolz ansässig (Verlagerung aus der Grimmeiner Innenstadt). Eine weitere Einzelhandelsimmobilie befand sich zum Erhebungszeitpunkt im Innenausbau. Darüber hinaus sind im Nahbereich mit Ausnahme von z. B. Bäckereien keine größeren Einzelhandelsbetriebe vorhanden.

Im **weiteren Umland** finden sich insbesondere Lebensmittelanbieter in Franzburg, Tribsees, Loitz sowie im gemeinsamen Oberzentrum Greifswald / Stralsund und deren Stadt-Umland-Gemeinden u. a. Neuenkirchen, Lüssow, Kramerhof). Diese Standorte begrenzen das Einzugsgebiet der Stadt Grimmen insbesondere in nördlicher und östlicher Richtung.

4. Nahversorgungssituation

Die **Lebensmittelmärkte** sind als **Hauptträger der Nahversorgung** zu klassifizieren. Weitere Betriebe des täglichen Bedarfs kommen ergänzend hinzu. Die Betriebstypen unterscheiden sich in einer Vielzahl von Kriterien, dies betrifft nicht nur die Größe, sondern auch die Sortimentszusammensetzung sowie den Bedeutungsgrad für die wohnortnahe Versorgung (Nahversorgung). Für ein hinsichtlich der Größe des Ortes angemessenes Angebot im kurzfristigen Bedarf sind eine Reihe verschiedener Faktoren, wie z. B. die Größe der Betriebe, Sortimentszusammensetzung, räumliche Verteilung der Betriebe im Stadtgebiet, Verhältnis der Betriebstypen zueinander, entscheidend.

In Grimmen wird die Nahversorgungsstruktur und -qualität insbesondere durch zwei Supermärkte und fünf Lebensmitteldiscounter geprägt. Ein kleinflächiger CAP-Supermarkt (ca. 400 m²) wurde zum Erhebungszeitpunkt neu eröffnet. Wichtig ist mit Blick auf die quartiersnahe Versorgung deren räumliche Verteilung innerhalb des Stadtgebietes. Zur **Bewertung der räumlichen Versorgungssituation** wurde um die Standorte der **Lebensmittelmärkte** jeweils eine fußläufige Laufdistanz von 1.000 m gesetzt²⁹, welche etwa zehn Gehminuten entspricht. Es soll aufgezeigt werden, wie viele Einwohner in kurzer Distanz zu einem Lebensmittelmarkt wohnen und damit theoretisch als „versorgt“ gelten.

Tabelle 8: Anzahl der Einwohner im fußläufigen Einzugsgebiet

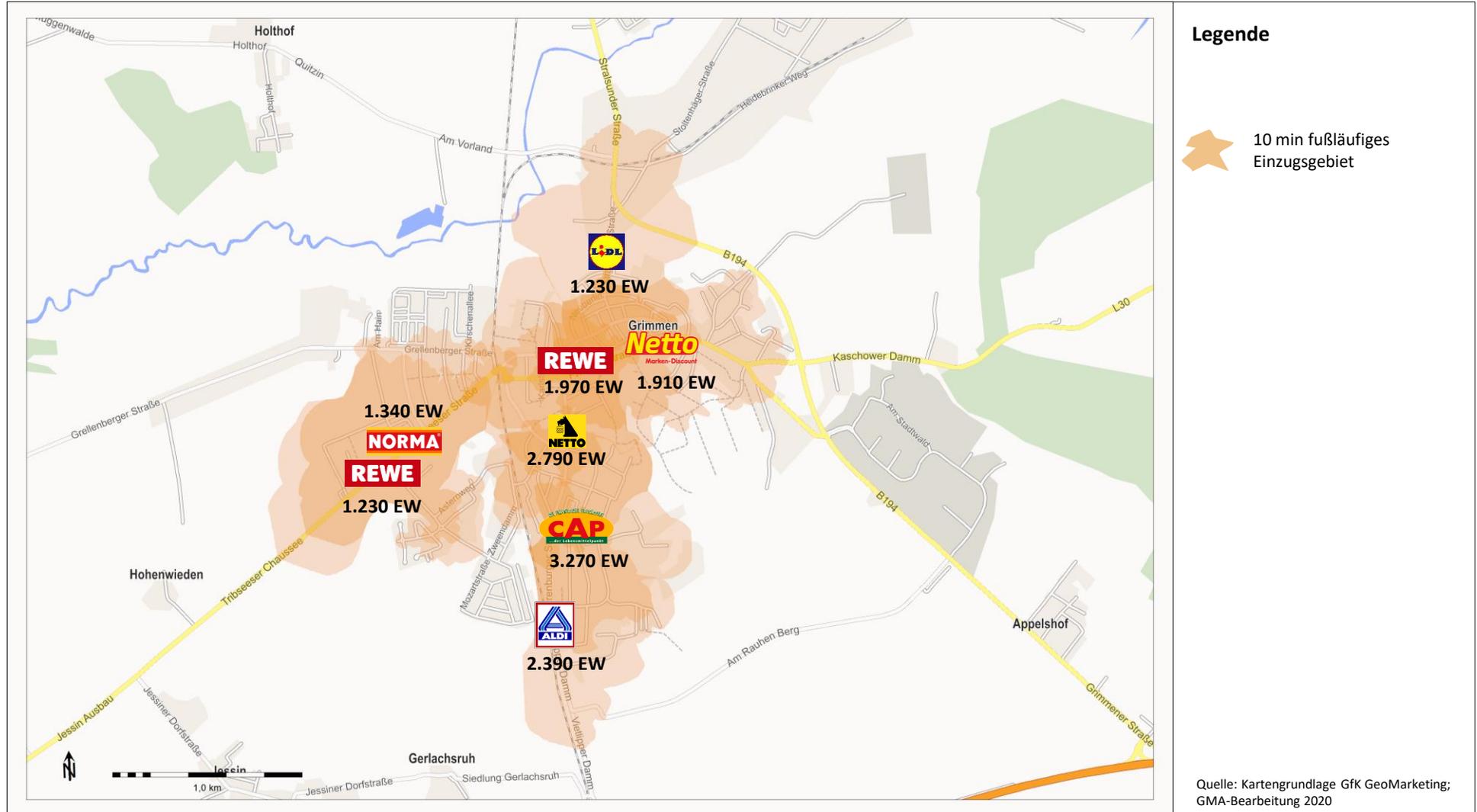
Anbieter	Straße	Einwohner im fußläufigen Einzugsgebiet (ca.-Werte)
Aldi	Vietlipper Damm 1	2.390
CAP	Erich-Weinert-Straße 38	3.270
Lidl	Stralsunder Straße 8	1.230
Netto Markendiscount	Friedrichstraße 70	1.910
Netto	Heinrich-Heine-Straße 77	2.790
Norma	Tribseeser Straße 20B	1.340
Rewe	Jarpenbeeker Damm 21	1.230
Rewe	Friedrichstraße 51	1.970

GMA-Darstellung 2020

In der **Kernstadt** kann eine überwiegend flächendeckende Nahversorgung gewährleistet werden. Räumliche Versorgungslücken sind nur in den Wohngebieten an der Straße der Befreiung sowie südlich der Straße Zweendamm festzustellen. Die Märkte an der Tribseeser Straße (Rewe, Norma) sichern die verbrauchernahe Nahversorgung in den Wohngebieten westlich der Bahn- gleise. Der überwiegend durch Plattenbauten geprägte Stadtteil Südwest wird durch Netto im Norden, Aldi im Süden und CAP im Zentrum versorgt. Um die historische Altstadt sind mit Rewe / Rossmann, Netto Marken-Discount (jeweils Friedrichstraße) und Lidl (Stralsunder Straße) drei Nahversorger verteilt, wobei die Märkte an der Friedrichstraße einer gesamtstädtischen Versorgungsfunktion dienen.

²⁹ Die 10 min-fußläufige Entfernungen wird mit Hilfe einer Geomarketing-Software auf Basis der vorhandenen Straßenzüge berechnet. Dabei werden städtebauliche Gegebenheiten mit einbezogen (z. B. Autobahnen, Fluss, Bahntrassen als Zäsur). Größtenteils nicht berücksichtigt, werden jedoch Abkürzungen oder „Schleichwege“ (z. B. über Parkflächen, Grünanlagen).

Karte 2: Fußläufige Einzugsgebiete der wesentlichen Lebensmittelanbieter



5. Einzelhandelsrelevanten Planungen

Für den Standort von **Norma** an der Tribseeser Straße ist der Neubau der Filiale auf der benachbarten Potenzialfläche mit ca. 1.300 m² Verkaufsfläche im Gespräch. Der **Lidl-Markt** an der Stralsunder Straße ist aufgrund der Einbahnstraßenregelung in der südlichen Stralsunder Straße sowie der historischen Altstadt nur eingeschränkt anfahrbar. Die Fa. Lidl strebt die Verlagerung des Marktes an der Tribseeser Straße an den Standort der ehemaligen Produktionsgenossenschaft des Handwerks (PGH) an. Der neue Standort soll ca. 1.400 m² Verkaufsfläche aufweisen. Der Bestandsmarkt soll nicht durch Lebensmitteleinzelhandel nachgenutzt werden. Für den bisherigen Standort von **Kaufhaus Stolz** (zum Erhebungszeitpunkt Stolz Outlet im Räumungsverkauf) ist zukünftig Wohnungsbau vorgesehen.

6. Wesentliche Änderungen seit 2007

Im Vergleich zu 2007 ist festzustellen, dass der Strukturwandel in Grimmen weiter vorangeschritten ist. Die Anzahl der Betriebe ging von 122 um ca. 35 % auf 79 Betriebe zurück. Gleichzeitig stieg die Verkaufsfläche von ca. 20.770 m² im Jahr 2007 um ca. 3.730 m² auf ca. 24.500 m² im Jahr 2020. Einen großen Anteil daran hat die positive Entwicklung im Bereich Friedrichstraße, wo moderne und nachgefragte Nahversorgungs- und Fachmarktformate (u. a. Rewe, Rossmann, Tedi, Netto Marken-Discount, Anika Schuhe, NKD, Kik) entstanden sind. Diese Entwicklung ging einher mit einer weiteren Verschiebung der Einzelhandelsfunktion aus der historischen Altstadt an die Friedrichstraße (u. a. Ernsting's family).

Gegenüber der historischen Altstadt, die in Form von Einbahnstraßen erschlossen und nur durch drei historischen Stadttor anfahrbar ist (Begrenzung der Fahrzeughöhe und -breite), bietet der Bereich Friedrichstraße für Kunden und Anlieferung eine wesentlich bessere verkehrliche und ÖPNV-Erreichbarkeit.

Die Abwanderung von Kaufhaus Stolz aus dem Mittelzentrum Grimmen an das Gewerbegebiet „Pommerndreieck“ (Süderholz) ist als bedeutende Fehlentwicklung zu werten. Nach der Verlagerung des Kaufhauses ist in der Grimmener Altstadt kein Magnetbetrieb mehr vorhanden, zahlreiche Ladenlokale stehen leer.

Das EGN-Baucenter konnte seine Baumarktfäche moderat vergrößern, auch Aldi am Vietlipper Damm ist neu errichtet worden.

Der Verkaufsflächenzuwachs ist dennoch ausschließlich auf Nahrungs- und Genussmittel sowie zoologischen Bedarf zurückzuführen, die übrigen Warengruppen sind in Grimmen rückläufig.

III. Nachfragesituation

1. Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Grimmen

Die Abgrenzung des Marktgebietes des Einzelhandelsstandortes Grimmen stellt eine wesentliche Grundlage zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials dar. Als Marktgebiet wird der Raum bezeichnet, in dem sich die Verbraucher zum Einkauf überwiegend auf den Einzelhandelsstandort orientieren. Bei der Abgrenzung wurden folgende Kriterien herangezogen:

- /// Angebotssituation in Grimmen und im Umland
- /// siedlungs- und zentralörtliche Strukturen in Grimmen und im Umland
- /// verkehrliche und topografische Gegebenheiten in Grimmen bzw. im Umland und die damit zusammenhängenden Zeit-Distanz-Werte
- /// Ergebnisse des Einzelhandelskonzeptes Grimmen 2008
- /// Ergebnisse der Befragung einzelner Einzelhändler in Grimmen im Januar 2020.

Die Abgrenzung des bisherigen Marktgebietes kann durch die aktuelle Untersuchung bestätigt werden. Das Mittelzentrum Grimmen spricht ein relativ kompaktes Marktgebiet an, das sich im Wesentlichen auf die unmittelbaren Umlandgemeinden beschränkt, aber in westlicher Richtung bis Tribsees reicht. Im Norden und Osten machen sich insbesondere die Städte Stralsund und Greifswald bemerkbar, die als gemeinsames Oberzentrum über ausgeprägte Einzelhandelsangebote verfügen. Des Weiteren ist in den jeweiligen Stadt-Umland-Räumen auf weitere Einzelhandelsstandorte (z. B. Strelapark Kramerhof, Ostsee-Center Lüssow, Fachmarktzentrum Neuenkirchen) hinzuweisen. In südlicher Richtung wird das Marktgebiet durch den Einzelhandel im Mittelzentrum Demmin begrenzt. Insgesamt sind rd. 22.300 Einwohner im Marktgebiet des Einzelhandels von Grimmen wohnhaft.

2. Kaufkraftpotenzial für den Einzelhandel in Grimmen

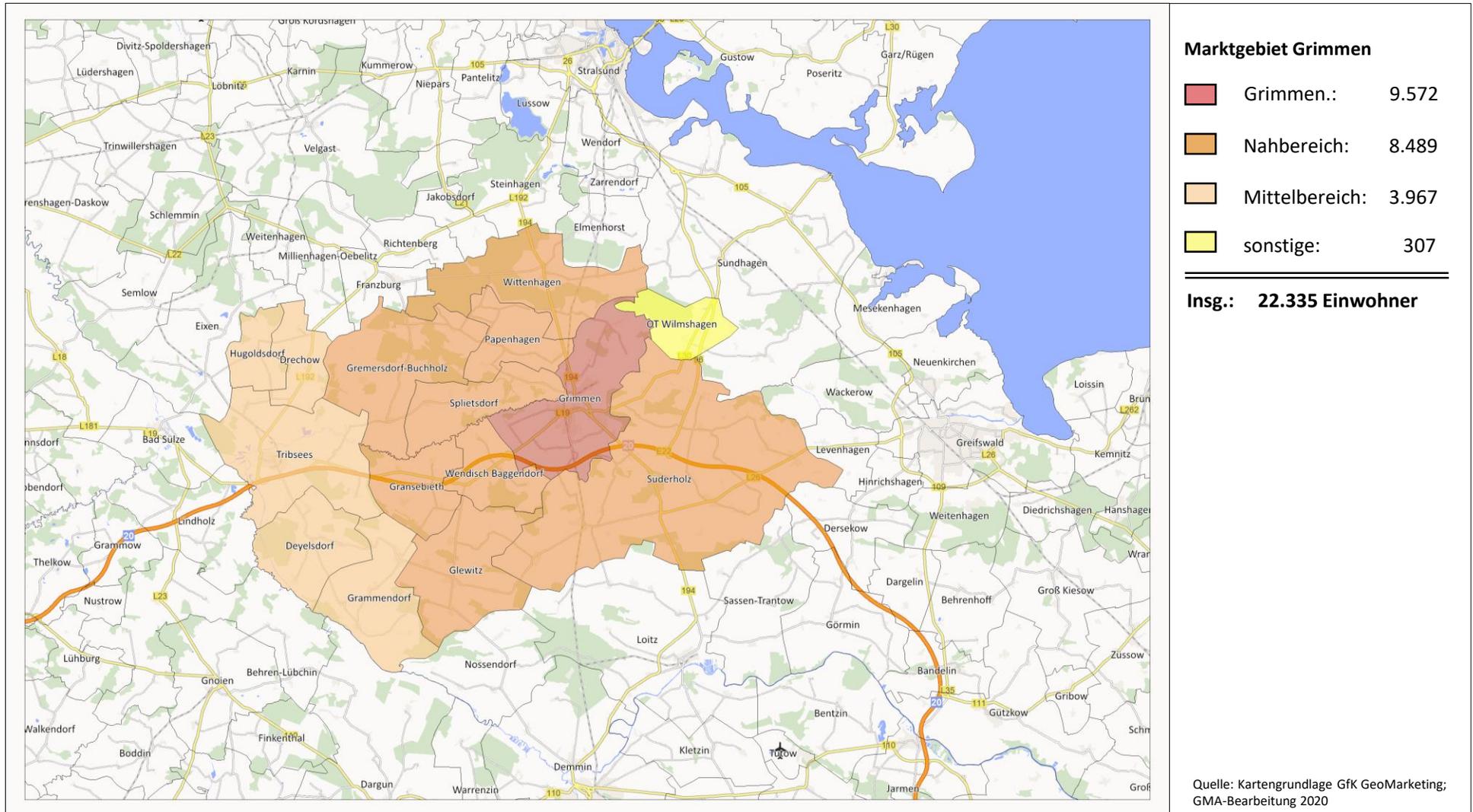
Das Kaufkraftpotenzial wird für den stationären Einzelhandel im engeren Sinne (ohne Autohandel) berechnet. Die jährliche Pro-Kopf-Ausgabe lag in Deutschland bei ca. 6.035 €³⁰.

Neben den Pro-Kopf-Ausgaben ist zur Berechnung der Kaufkraft das lokale Kaufkraftniveau zu berücksichtigen. In Grimmen lag im Jahr 2018 mit 83,8 ein unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau³¹ vor, ebenso in den Gemeinden des Nah- und Mittelbereichs. Die Werte rangieren von 72,3 (Hugoldsdorf) bis 84,3 (Drechow).

³⁰ Bei Apotheken wird nur der Anteil der nicht verschreibungspflichtigen Medikamente berücksichtigt.

³¹ Verwendung regionaler Kaufkraftkennziffern von Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg 2018: Werte über 100 deuten auf einen im Vergleich zum Bundesdurchschnitt höheres Kaufkraftniveau, Werte unter 100 auf ein unter dem Bundesdurchschnitt liegendes Niveau hin.

Karte 3: Marktgebiet des Einzelhandels in Grimmen



Entsprechend des Kaufkraftniveaus wird der durchschnittliche Ausgabesatz (6.035 € p. a.) für den Einzelhandel gewichtet, d. h. in Grimmen liegt der Ausgabesatz bei ca. 5.057 € p.a. pro Einwohner und damit etwa 978 € unter dem durchschnittlichen Ausgabesatz. Dies wirkt sich beschränkend auf die Einzelhandelsentwicklung aus. Auf die Hauptsortimente verteilt sich das Kaufkraftpotenzial wie folgt:

Tabelle 9: Kaufkraft in Mio. € im Marktgebiet

Warengruppe	Grimmen	Gemeinden im Nahbereich	Gemeinden im Mittelbereich	Übrige Gemeinden im Marktgebiet	Gesamt
Nahrungs- und Genussmittel	17,7	16,3	7,2	0,6	41,8
Gesundheit, Körperpflege	3,6	3,3	1,5	0,1	8,5
Blumen, zool. Bedarf, Zeitschriften	1,6	1,5	0,6	0,1	3,8
Bücher, Schreib- / Spielwaren	2,0	1,8	0,8	0,1	4,7
Bekleidung, Schuhe, Sport	5,9	5,4	2,4	0,2	13,9
Elektrowaren, Medien, Foto	4,5	4,1	1,8	0,2	10,6
Hausrat, Einrichtung, Möbel	4,9	4,5	2,0	0,2	11,6
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	4,2	3,9	1,7	0,1	9,9
Optik / Uhren, Schmuck	1,2	1,1	0,5	0,0	2,8
Sonstige Sortimente	2,8	2,6	1,1	0,1	6,6
Nichtlebensmittel insgesamt	30,7	28,2	12,4	1,1	72,4
Gesamt	48,4	44,5	19,6	1,7	114,2

GMA-Berechnungen 2020

Im Marktgebiet des Einzelhandels von Grimmen ist eine Kaufkraft von **114,2 Mio. €** vorhanden.

3. Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose

Die Entwicklung des Kaufkraftvolumens bis zum Prognosehorizont 2030 ist neben konjunkturellen Einflüssen auch von künftigen Entwicklungen des Verbraucherverhaltens, z. B. Online-Einkäufen sowie den soziodemografischen Faktoren abhängig.

Die Prognose zur Bevölkerungsentwicklung des Landes Mecklenburg-Vorpommern sowie der kreisfreien Städte und Landkreise bis 2030 aus dem Jahr 2013 (Basisjahr 2010) kommt zu dem Schluss dass im Landkreis Vorpommern-Rügen für das Jahr 2030 gegenüber dem Jahr 2018 von einem Bevölkerungsrückgang um ca. 10 % auszugehen ist. Da die Bevölkerungsentwicklung in Grimmen von 2013 bis 2015 mit - 4,2 % bereits höher ausgefallen ist als der Rückgang im Landkreis (ca. - 0,6 %), ist für Grimmen auch ein Einwohnerrückgang um mehr als 10 % nicht auszuschließen. Für die Kaufkraftprognose bedeutet dies, dass die Kaufkraft in Grimmen ebenfalls eine rückläufige Entwicklung erwarten lässt. Somit wird sich der Einzelhandel in Grimmen zukünftig in einem kaufkraftseitig schrumpfenden Umfeld behaupten müssen. Daher sind besondere Anstrengungen vonnöten, um die Kaufkraftbindung im zugeordneten Mittelbereich zu erhöhen. Die

Modernisierung der Lebensmittelanbieter und der Fachmärkte in Grimmen stellt bereits einen Schritt in diese Richtung dar. Es ist dennoch davon auszugehen, dass zukünftig noch weniger Einzelhandelsflächen nachgefragt werden, weshalb einer Konzentration auf den Grimmener Kernbereich eine besondere Bedeutung zukommt.

4. Kaufkraftströme

Bei der Berechnung der Kaufkraftströme wird ermittelt, wie viel der Kaufkraft der Wohnbevölkerung durch den Einzelhandel vor Ort gebunden wird (Kaufkraftbindung), wie viel Kaufkraft an andere Einkaufsstandorte³² außerhalb des Stadtgebietes fließt (Kaufkraftabfluss) und wie hoch der Umsatz des Einzelhandels in Grimmen mit auswärtigen Kunden ist (Kaufkraftzufluss).

Zur Ermittlung der Kaufkraftbewegungen konnte auch auf die Ergebnisse der Einzelhandelsbefragungen zurückgegriffen werden.

Durch Gegenüberstellung der Umsatzleistung durch die Wohnbevölkerung mit dem Kaufkraftpotenzial in Grimmen lässt sich die **Kaufkraftbindung** bezogen auf die Wohnbevölkerung ermitteln.

Für den Einzelhandel der der Stadt Grimmen stellt sich die Bilanz wie folgt dar:

ca. 68 – 69 Mio. €	Umsatz
- ca. 37 – 38 Mio. €	Kaufkraftzufluss (Umsatz mit auswärtigen Kunden)
= ca. 30 – 31 Mio. €	Umsatz der Wohnbevölkerung von Grimmen.

Der Einzelhandel in Grimmen bindet gegenwärtig ca. 64 % der Kaufkraft, d. h. etwa ein Drittel der örtlichen Kaufkraft fließt an andere Einkaufsorte außerhalb der Stadt ab. Bei den Kaufkraftbewegungen bestehen sortimentspezifisch jedoch große Unterschiede. Die höchste Kaufkraftbindung wird im kurzfristigen Bedarf erreicht (ca. 87 %). Im mittelfristigen Bedarf fällt die Kaufkraftbindung mit ca. 50 % deutlich niedriger aus, im langfristigen Bedarf wird noch ca. 40 % der Kaufkraft vor Ort gebunden.

Aus dem Umland fließen dem Einzelhandel ca. 37 – 38 Mio. € zu, was die mittelzentrale Teilfunktion von Grimmen unterstreicht. Mit ca. 24 – 25 Mio. € entfällt der Großteil hiervon auf den kurzfristigen Bedarf. Im mittelfristigen Bedarf beträgt der Kaufkraftzufluss aus dem Umland ca. 4 – 5 Mio. €, weitere ca. 6 – 7 Mio. € entfallen auf den langfristigen Bedarf.

Mit Fachmarktformaten im unteren Preis- und Markengenre (v. a. Kik, Takko, NKD) deckt der Einzelhandel in Grimmen den Niedrigpreisbereich sehr gut ab. Höherwertige Angebote sind v. a. in Greifswald und Stralsund vorhanden.

³² inkl. Online- und Versandhandel

IV. Einzelhandelskonzept für Grimmen

1. Ziele des Einzelhandelskonzeptes

Zur Sicherung und gezielten Weiterentwicklung des lokalen Einzelhandels ist die Verabschiedung eines Einzelhandelskonzeptes zu empfehlen, welches künftig als Grundlage zur Beurteilung von Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben im Zuge der vorbereitenden und verbindlichen Bauleitplanung herangezogen werden sollte³³. Dieses berücksichtigt auch die übergeordneten Ziele der Landesplanung (LEP Mecklenburg-Vorpommern) und insbesondere die Versorgungsaufgabe als Mittelzentrum.

Die wesentlichen Ziele für die Einzelhandelsentwicklung in Grimmen werden wie folgt gesehen:

/// **Sicherung der Versorgungsfunktion als Mittelzentrum**

- Stärkung der Innenstadt gegenüber dezentralen Standorten, d.h. keine Ansiedlungen bzw. Erweiterungen großflächiger Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment außerhalb der Innenstadt
- Sicherung der Versorgungsfunktion im kurzfristigen Bedarf für die Gemeinden des Nahbereichs
- Ausbau der mittelzentralen Funktion durch Sicherung der Versorgungsfunktion für die Gemeinden des Mittelbereichs im mittelfristigen Bedarf

/// **Sicherung der wohnortnahen Versorgung mit Angeboten des kurzfristigen Bedarfs**

- Sicherung und Stärkung der Nahversorgungszentren und ggf. Ausbau des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels

Zur Steuerung des Einzelhandels auf kommunaler Ebene werden zwei einander bedingende und aufeinander aufbauende städtebauliche Konzepte benötigt:

/// **Sortimentskonzept:** Die Sortimentsliste definiert ortsspezifisch die nahversorgungs- und zentrenrelevanten bzw. nicht zentrenrelevanten Sortimente und dient damit als Grundlage für die bauplanungsrechtliche Beurteilung großflächiger Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels.

/// **Standortkonzept:** Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt die Festlegung und Begründung zentraler Versorgungsbereiche i. S. von § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2 a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO. Auf dieser Basis werden im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes standort- und branchenspezifische Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung formuliert.

Mit dem Sortiments- und Standortkonzept sollen die Rahmenbedingungen für eine zukunftsorientierte und geordnete Einzelhandelsentwicklung geschaffen werden. An dieser Stelle ist darauf

³³ Durch den Beschluss der Stadtverordnetenversammlung wird diese informelle Planungsgrundlage zu einem Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB und ist damit im Rahmen der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage zu berücksichtigen.

hinzuweisen, dass ein Einzelhandelskonzept nur die Rahmenbedingungen für eine adäquate Entwicklung bereitstellt. Es entbindet jedoch nicht von Modernisierungs- und Aufwertungsmaßnahmen in zentralen Versorgungsbereichen.

2. Überprüfung des Sortimentskonzeptes

Das **Sortimentskonzept** bildet die branchenbezogene Grundlage für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung bzw. zur bauplanungsrechtlichen Beurteilung zukünftiger Ansiedlungs- / Erweiterungsvorhaben. Dabei ist zu definieren, welche Einzelhandels assortimente hinsichtlich des Angebotscharakters, der Attraktivität der Sortimente sowie der Betriebsstruktur heute im Wesentlichen dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet werden können bzw. zukünftig zugeordnet werden sollen und welche Sortimente auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs angesiedelt werden können bzw. sollen. Hierzu werden die Vorgaben des LEP M-V 2016 berücksichtigt und die bestehende Liste aus dem Jahr 2008³⁴ aktualisiert und an die derzeitigen Entwicklungen in Grimmen angepasst.

Im Allgemeinen sind **zentrenrelevante Sortimente** Warengruppen, bei denen von einem besonderen „Gefährdungspotenzial“ für die gewachsenen Zentren auszugehen ist, wenn diese außerhalb der Zentren angeboten werden. Auf das Vorhandensein dieser Sortimente und deren Anziehungskraft gründet sich das aus städtebaulicher Sicht wünschenswerte „Einkaufserlebnis“ bzw. eine zusätzliche Belebung der integrierten Lagen (z. B. durch Verbundkäufe). Zu zentrenrelevanten Sortimenten gehören **nahversorgungsrelevante Sortimente**, da eine möglichst wohnortnahe Versorgung im kurzfristigen Bedarf erreicht werden soll. Das Angebot an **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** stellt an städtebaulich nicht integrierten Standorten keine wesentliche Gefährdung für zentrale Lagen dar. Sie sind an solchen Standorten unter Umständen aus planerischer Sicht auf Grund ihres großen Platzbedarfs und der Verkehrsfrequenz sogar erwünscht.

Zur Bewertung der Sortimente werden folgende Kriterien zugrunde gelegt:

Tabelle 10: Kriterien zur Bewertung der Zentrenrelevanz von Sortimenten

Kriterium	Prüfmaßstäbe
Warenbeschaffenheit / Transport	Sperrigkeit, Abtransport
Flächenbedarf	Warenbeschaffenheit, Verkaufsflächenbedarf
Bedeutung für Attraktivität und Branchenmix in der Stadt	Alltagstauglichkeit, Zielgruppenansprache, Leitassortiment
Magnetfunktion	Bekanntheit, Anziehungseffekte auf Kunden
Synergien mit anderen Sortimenten	Kopplungseffekte zwischen Sortimenten
Städtebauliche Ziele, Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Stadt	Anteil der Verkaufsfläche in der Innenstadt

GMA-Zusammenstellung 2020

³⁴ vgl. Einzelhandelskonzept für die Stadt Grimmen, 2008

Die nachfolgende Übersicht stellt die Einstufung der Sortimente dar. Diese orientiert sich an der räumlichen Verteilung des Einzelhandels in Grimmen, den rechtlichen Vorgaben und berücksichtigt die städtebauliche Zielsetzungen. So können z. B. Warengruppen, die derzeit nicht im zentralen Versorgungsbereich angeboten werden bzw. dort nicht ihren Verkaufsflächenschwerpunkt aufweisen, als zentrenrelevant eingestuft werden. Voraussetzung dafür ist, dass Ansiedlungen im zentralen Versorgungsbereich möglich erscheinen und dort zu einer maßgeblichen Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsstandortes beitragen.

Großflächige Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind häufig in dezentralen Lagen angesiedelt. Diese Sortimente sind i. d. R. nicht kritisch im Hinblick auf die Ziele der Einzelhandelsentwicklung in zentralen Versorgungsbereichen zu sehen. Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente erfüllt darstellenden Charakter und ist im Gegensatz zu den zentrenrelevanten Sortimenten nicht abschließend und um weitere Sortimente ergänzbar.

Mit Blick auf die sog. zentrenrelevanten Randsortimente bei großflächigen Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment sind die Vorgaben des LEP (LEP M-V 2016, Abschnitt 4.3.2) zu berücksichtigen:

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

Zu beachten ist ferner, dass bei Erweiterungen in vorhandenen großflächigen Einzelhandelsbetrieben jeweils das gesamte Vorhaben, also nicht nur die Erweiterungsfläche, bewertet werden müssen. Dies bezieht damit auch die Betrachtung der Randsortimente mit ein.

Tabelle 11: Sortimentsliste des Einzelhandels von Grimmen

Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente
<ul style="list-style-type: none"> - medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel - Bücher, Papier / Bürobedarf / Schreibwaren - Spielwaren - Bekleidung, Wäsche - Schuhe, Lederwaren - Elektrogeräte, Geräte der Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Foto und optische Erzeugnisse - Wolle, Kurzwaren, Handarbeiten, Stoffe - Lampen, Leuchten - Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik - Antiquitäten - Kunstgegenstände, Bilder / Rahmen - Heimtextilien, Haus- / Tischwäsche, Bettwäsche (Bettbezüge, Laken) - Uhren, Schmuck - Parfümeriewaren - Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (ohne Sportgroßgeräte) - Optik, Akustik - Fahrräder / Zubehör - Musikalien, Musikinstrumente - Zeitschriften, Zeitungen 	<ul style="list-style-type: none"> - Tiernahrung und zoologischer Bedarf - Baumarkt- und Gartenmarktbedarf - Eisenwaren und Werkzeuge - Farben, Lacke, Tapeten - baumarktrelevante Haushaltswaren (u.a. Aufbewahrungsboxen, Wäscheständer, Leitern) - Sanitär / Fliesen - Rollläden, Rollos, Markisen - Sportgroßgeräte - Kinderwagen, Autokindersitze - Möbel, Küchen, Büromöbel, Badmöbel, -ausstattung, Gartenmöbel - Teppiche, Bodenbeläge - Campingartikel - Auto- / Motorradzubehör - Reitsportartikel, Jagdbedarf - Bettwaren (Decken, Kopfkissen, Tagesdecken) und Matratzen
davon nahversorgungsrelevante Sortimente	
<ul style="list-style-type: none"> - Nahrungs- und Genussmittel - Gesundheits- und Körperpflegeartikel - Schnittblumen 	

GMA-Empfehlungen 2020

Im Vergleich zu der Sortimentseinstufung 2008 werden Fahrräder als zentrenrelevant eingestuft, da das Angebot sich bereits auf die Innenstadt und das Nahversorgungszentrum Süd-West konzentriert und ein weiterer Ausbau dieses Sortiments in zentralen Versorgungsbereichen erfolgen sollte. Außerdem wird analog zu Augenoptik auch die Hörgeräteakustik als zentrenrelevantes Sortiment eingestuft. Aufgrund der bestehenden Konzentration auf die Innenstadt bleiben Elektrogroßgeräte unter den zentrenrelevanten Sortimenten.

Das Instrumentarium der Sortimentsdifferenzierung erwies sich im Gegensatz zu in früheren Jahren praktizierten Flächenfestsetzungen ohne entsprechende Sortimentshinweise als rechtssicher. So können mit dem Instrumentarium der Baunutzungsverordnung die zentrenrelevanten Sortimente in den Gewerbegebieten ausgeschlossen werden.

Die kommunale Bauleitplanung kann hier zwei Wege wählen:

- /// Die positive Festsetzung, d. h. es werden bestimmte Sortimente zugelassen, alle anderen werden ausgeschlossen.
- /// Die negative Festsetzung, d. h. es werden bestimmte Sortimente ausgeschlossen, alle anderen werden zugelassen.

Mit diesen Festsetzungen bestehen für Kommunen Differenzierungsmöglichkeiten, mit denen zentrenrelevante Sortimente auch unterhalb der Grenze der Großflächigkeit ausgeschlossen werden können, um damit zentrale Versorgungsbereiche zu stärken und weiterzuentwickeln.

Von dem Ausschluss des zentrenrelevanten Einzelhandels können bestimmte Betriebstypen, wie Werksverkauf, Nachbarschaftsläden, Tankstellenshops, Kioske usw. ausgenommen und ausnahmsweise zugelassen werden, soweit sie zentrenverträglich sind. Gleichzeitig ist generell darauf hinzuweisen, dass alle bestehenden Betriebe **Bestandsschutz** genießen.

3. Überprüfung des Standortkonzeptes

Das Standortkonzept soll als räumliche Grundlage für die Einzelhandelsentwicklung dienen. Hier liegt ein wesentliches Augenmerk auf der Bewertung von Ansiedlungsbegehren großflächiger Einzelhandelsbetriebe, sowohl bei Ansiedlungen innerhalb der Standortkommune als auch bei Planungen in den Nachbarkommunen. Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt eine Einordnung der bestehenden Einkaufslagen in Grimmen in eine Zentren- und Standortstruktur. Dazu werden die bestehenden Handlungslagen überprüft und der zentrale Versorgungsbereich festgelegt.

In der historischen Altstadt wird der **zentrale Versorgungsbereich Innenstadt** abgegrenzt und festgelegt. Das bisherige Wohngebietszentrum Bahnhofsviertel, dessen Entwicklung ursprünglich begrenzt werden sollte, stellt sich heute als vitalster Teil der Grimmener Einkaufsinnenstadt dar, der besser mit der kleinteiligen, historischen Altstadt verknüpft werden muss.

Das Wohngebietszentrum **Tribseeser Straße** und das Nahversorgungszentrum **Süd-West** werden bestätigt und als Nahversorgungszentren (zentrale Versorgungsbereiche) ausgewiesen.

Die Standortbereiche in der Heinrich-Heine-Straße (Netto) und am Vietlipper Damm (Aldi) stellen überwiegend **solitäre Nahversorgungsstandorte** dar, die eine Nahversorgungsfunktion für die umliegenden Wohngebiete übernehmen. Der Standort von Lidl an der Stralsunder Straße zwischen der Altstadt und den Gewerbegebieten Stralsunder Straße / Stoltenhäger Straße ist aufgrund der Einbahnstraßenregelung in der Altstadt hauptsächlich über die Bundesstraße anfahrbar, Kunden aus Richtung Süden (Altstadt) können nicht wieder in südliche Richtung zurückfahren. Für den Lidl-Discounter wird auch aufgrund des mangelnden Wohngebietsbezugs in drei Himmelsrichtungen eine Verlagerung hinter den Bahnhof an die Tribseeser Straße angestrebt.

Karte 4: Zentren- und Standortstruktur in Grimmen

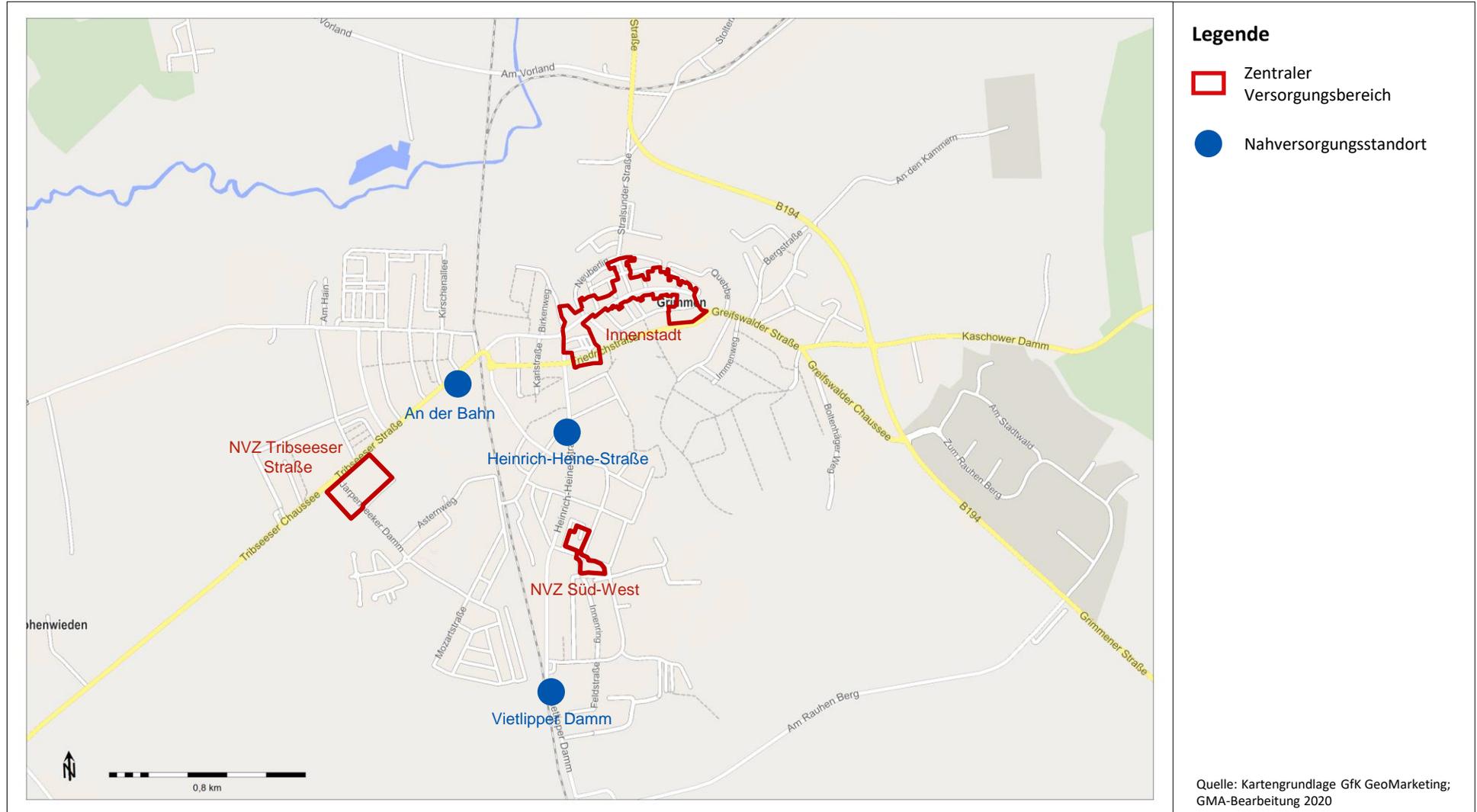


Tabelle 12: Einzelhandelsbestand nach Lagen

Lage	Betriebe		Verkaufsfläche	
	absolut	in %	absolut	in %
Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	37	47	8.130	33
Nahversorgungszentren	14	18	5.470	22
Streu- und Nebenlagen	19	24	3.830	16
Dezentrale Lagen, Gewerbegebiete	9	11	7.070	29
Gesamt	79	100	24.500	100

GMA-Berechnungen 2020

Kleinere Läden bzw. Einzelhandelsbetriebe (< 800 m² VK) bedürfen nicht der planungsrechtlichen Steuerung, deren Zulässigkeit ist nach den entsprechenden Gebietstypen der BauNVO geregelt.

3.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Foto 1: ehem. Kaufhaus Stolz, Mühlenstraße



Aufnahmen: GMA 2020

Foto 2: Rewe-Neubau, Friedrichstraße



Räumliche Situation

- Entsprechend der faktischen Prägung umfasst der zentrale Versorgungsbereich den Bereich der historischen Altstadt zwischen den Stadttoren im Verlauf Lange Straße, Sundische Straße und Mühlenstraße sowie einen Teil der Bahnhofstraße, teilweise bis an die Friedrichstraße heran. Das Zentrum ist mit den Einzelhandelsschwerpunkten Friedrichstraße / Straße der Solidarität (u. a. Rewe, Rossmann, Tedi) und Friedrichstraße / Strohstraße (u. a. NKD, Netto, K+K Schuhe) bipolar aufgestellt.
- Die fortschreitende Verlagerung von Magnetbetrieben aus der ehemaligen Hauptlage Mühlenstraße an andere Standorte, u. a. an die Friedrichstraße hat dazu geführt, dass die Bedeutung des Einzelhandels im Bereich Lange Straße / Mühlenstraße / Sundische

Straße zurückgegangen ist. Im Gegenzug ist dort die Bedeutung von Dienstleistungsangeboten, insbesondere von Gesundheitseinrichtungen und (Fach-) Arztpraxen gestiegen. Die Friedrichstraße weist hingegen zwei starke Einzelhandelspole mit mehreren nahversorgungs- und zentrenrelevanten Magnetbetrieben auf, die aus dem gesamten Stadtgebiet verkehrlich und durch den ÖPNV gut erreichbar sind.

- /// Im Norden reicht der zentrale Versorgungsbereich bis zum Stralsunder Tor an der Nordpromenade, nördlich dessen ist mit Ausnahme von Lidl am Altstadt-Parkplatz kaum noch Einzelhandel vorhanden. Innerhalb der historischen Altstadt wirkt sich die Wohnnutzung an der Norderhinterstraße und der Domstraße begrenzend aus.
- /// Im Osten wird das Zentrum durch die Freiflächen am Greifswalder Tor begrenzt, hier ist auch der historische und begehbare Wasserturm zu finden.
- /// Im Süden reicht das Zentrum bis an den Stadtpark und wird durch die Wohnbebauung im Bereich Südpromenade und Badstuberstraße begrenzt. Hier befinden sich u. a. Anknüpfungspunkte zum Tierpark Grimmen.
- /// Im Westen reicht das Zentrum entlang der Bahnhofstraße bis zur Straße der Solidarität, westlich hiervon ist nur noch vereinzelt Einzelhandel anzutreffen. Der vormals als Wohngebietszentrum Bahnhofsviertel ausgewiesene Standortbereich unmittelbar westlich des Mühlentores stellt von der Friedrichstraße bis zur Bahnhofstraße den vitalsten Teil der Innenstadt dar. Daher bietet dieser Bereich Potenziale zur funktionalen Anknüpfung an den Marktplatz (Mühlenstraße) zur Belebung der Altstadt.

Versorgungsfunktion

- /// Die Betriebe der Innenstadt übernehmen insbesondere im kurz- und mittelfristigen Bedarf eine Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt und den Mittelbereich. Auch der Elektronik- und Hausgerätebereich ist mit mehreren Anbietern vertreten. An der Friedrichstraße finden sich moderne Fachmärkte sowie die Lebensmittelmärkte Rewe und Netto Markendiscout, außerdem filialisierte Fachgeschäfte (u. a. Vodafone, Kind Hörgeräte). In der Altstadt sind vermehrt kleine, Inhabergeführte Fachgeschäfte zu finden (u. a. Bekleidung, Feinkost, Foto, Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik, Bücher und Elektronik). Die Einzelhandelsfunktion wird ergänzt durch Gesundheitseinrichtungen, Dienstleistungsbetriebe, Gastronomie sowie öffentliche Einrichtungen und Handwerksbetriebe. In der kleinteilig strukturierten historischen Altstadt stehen zahlreiche Ladeneinheiten leer, mit der Schließung der zuletzt als Outlet betriebenen Filiale von Kaufhaus Stolz ist dort kein großflächiger Magnetbetrieb mehr vorhanden.
- /// ca. **8.130 m² Verkaufsfläche** in 37 Einzelhandelsbetrieben.

- /// **strukturprägende Betriebe:** Anika Schuhe, c&t Mode, Ernsting's family, Euronics Schneider, Kik, K+K Schuhe, Kleiderbügel, NKD, Rewe, Rossmann, Tedi.
- /// **öffentliche Einrichtungen:** Stadtverwaltung, Rathaus, Agentur für Arbeit.
- /// **Komplementärnutzungen:** 57 ergänzende Nutzungen, Schwerpunkt bei Dienstleistungen und Gesundheit.
- /// **Leerstände:** 19 Ladenlokale (Leerstandsquote ca. 17 %).
- /// Im **Lebensmittelbereich** ist insbesondere auf den in 2018 neu eröffneten Rewe-Lebensmittelmarkt hinzuweisen, Netto Markendiscount ist in 2019 modernisiert und erweitert worden. Beide Märkte sind hinsichtlich des Marktauftritts auf dem aktuellen Stand und können als leistungsfähige Magnetbetriebe beurteilt werden. In der Marktstraße ist auf ein Käsefachgeschäft hinzuweisen, des Weiteren sind Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Fleischerei) vorhanden.
- /// **Drogeriewaren** werden hauptsächlich bei Rossmann angeboten, der 2019 am ehemaligen Standort von Rewe (bis 2018) neu eröffnet hat. Auch Rewe und Netto führen Drogeriewaren. Die Ansiedlung eines zeitgemäßen Drogeriemarktes ist für die Gesamtstadt als Erfolg zu werten, das Angebot ist für die Stadtgröße angemessen.
- /// **Apotheken** sind in der Bahnhofstraße und der Mühlenstraße vorhanden. Die räumliche Nähe zu Gesundheitseinrichtungen ist positiv hervorzuheben. Ein **Sanitätshaus** ist in der Strohstraße vorhanden. Unmittelbarer Handlungsbedarf besteht nicht.
- /// **Blumen** werden in der Innenstadt nicht in einem eigenen Fachgeschäft angeboten, allerdings ist in der Bahnhofstraße gegenüber des Friedhofs auf das sehr kompetente Blumenhaus Schütte mit eigenen Gewächshäusern hinzuweisen. Somit besteht in zentraler Lage in Grimmen ein gutes Angebot im Bereich Schnittblumen.
- /// **Zoologischer Bedarf** ist in der Innenstadt nicht vorhanden, dieser wird überwiegend dezentral bei den flächengrößeren Spezialanbietern Landhof Schmidt und Fatterscheune Grimmen angeboten. Ein Ausbau dieses Sortiments in der Innenstadt ist daher nicht erforderlich.
- /// Im Segment **Bücher, Schreib- und Spielwaren** ist in der Innenstadt auf die Buchhandlung Steffen hinzuweisen, Schreib- und Spielwaren finden sich u.a. unter den Randsortimenten von Rossmann. Das Angebot ist vor dem Hintergrund der hohen Marktanteile im online-Handel als nur bedingt ausbaufähig einzustufen.
- /// Die Sortimente **Bekleidung, Schuhe, Sport** werden überwiegend im unteren bis mittleren Preissegment in unterschiedlichen Fachmärkten und Fachgeschäften geführt. An der Friedrichstraße finden sich die Fachmärkte Kik und NKD, mit Kleiderbügel ist auch

ein Fachgeschäft im Umfeld des neuen Rewe-Marktes anzutreffen. Weitere Fachgeschäfte für Damenmode (u. a. c&t Mode, Outfit, instyle) und Herrenbekleidung finden sich am Markt / in der Mühlenstraße. Mit Ernsting's family (2019 von der Mühlenstraße an die Bahnhofstraße verlagert) ist ein moderner Spezialist für Kinderbekleidung vorhanden. Schuhe werden in den Filialen von Anika Schuhe und K+K Schuhe angeboten. Sportartikel sind nur als Randsortimente vertreten. Die Verlagerung von Kaufhaus Stolz aus der Grimmener Altstadt in das Gewerbegebiet Pommerndreieck im Jahr 2015 und die Schließung des zunächst am Standort verbliebenen Outlets zum Jahreswechsel 2019/2020 ist problematisch, da sowohl ein Teil des zentrenrelevanten Angebotes als auch ein innerstädtischer Frequenzbringer aus dem Mittelzentrum an einen autokundenorientierten, nahegelegenen Konkurrenzstandort direkt vor der Stadtgrenze verlagert worden ist. Räumlich bietet sich für etwaige Neuansiedlungen im Bereich Bekleidung, Schuhe, Sport insbesondere der bisherige Standort von Kaufhaus Stolz am Mühlentor an.

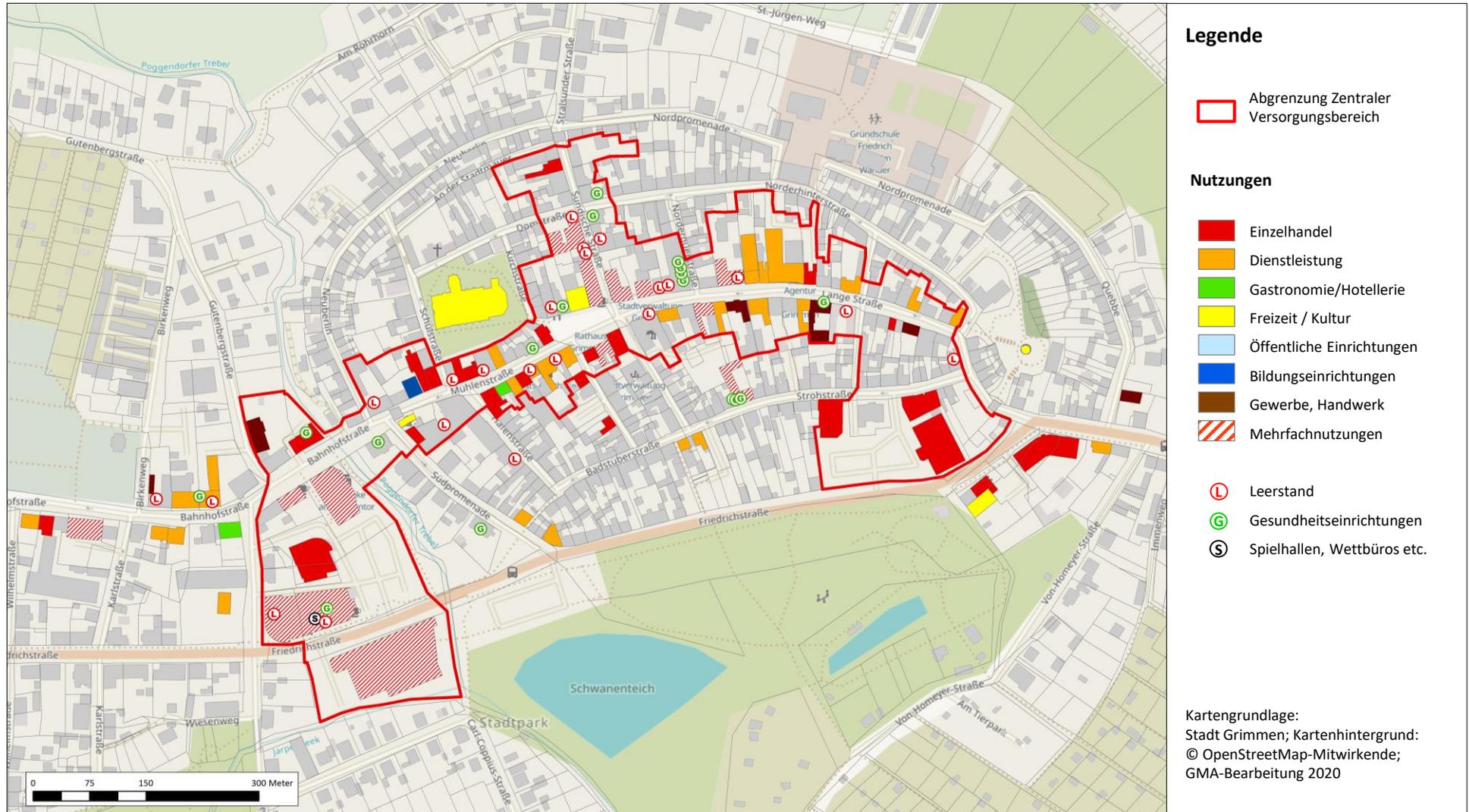
- Bei **Elektrowaren, Medien, Foto** sind in der Innenstadt zwei Handyshops vorhanden (aetka und Vodafone), der Angebotsschwerpunkt für dieses langfristige Sortiment liegt mit Euronics Schneider an der Mühlenstraße. Elektrohausgeräte werden auch von mehreren Installationsbetrieben am Rand der Innenstadt angeboten. In der Langen Straße ist ein Computergeschäft hervorzuheben. Diese Ausstattung ist für die Stadtgröße und die Kaufkraft im Marktgebiet angemessen, aufgrund der ausgeprägten Marktanteile im Online-Handel (ca. 30 %) ist eine weitere Ergänzung in diesem Sortiment in der Innenstadt nicht zu erwarten.
- Die Sortimente **Hausrat, Einrichtung, Möbel** sind in der Innenstadt von Grimmen unterrepräsentiert, es gibt ein Fachgeschäft für Dekorationsartikel und eines für Gardinen und Dekostoffe. Nach der Schließung von Kaufhaus Stolz werden diese Sortimente hauptsächlich als Randsortimente in den Fachmärkten geführt. Da der bisherige Standort des Dänischen Bettenlagers am Vietlipper Damm u. a. aus verkehrlichen Gründen nicht ideal ist und das Unternehmen einen Alternativstandort in Grimmen sucht, sollte einer Verlagerung des Dänischen Bettenlagers in den südlichen Innenstadtbereich mit Anbindung an die Hauptverkehrsstraße Friedrichstraße Priorität eingeräumt werden.
- Bei **Optik, Akustik / Uhren, Schmuck** sind zwei inhabergeführte Optiker und ein Hörgeräteakustiker (Kind) vorhanden, das Brillenhaus Grimmen bietet ebenfalls Hörgeräteakustik an. Schmuck wird in einer Goldschmiedewerkstatt geführt. Das Angebot bei Optik / Akustik ist als gut zu bewerten, bei Uhren, Schmuck sind nur noch geringe Entwicklungspotenziale erkennbar.

- /// **Fahrräder** werden in einem Fachgeschäft in der Knochstraße geführt, hier sind gerade vor dem Hintergrund der E-Mobilität (E-Bikes, E-Lastenräder etc.) zusätzliche Entwicklungsperspektiven erkennbar.
- /// Bei den **sonstigen Angeboten** ist auf den Sonderpostenanbieter Tedi hinzuweisen, auch ein An- und Verkauf ist vorhanden.
- /// Das Spektrum an **Komplementärnutzungen** umfasst u. a. das Rathaus, die Kirche, Gastronomie, konsumnahe Dienstleistungsbetriebe (z.B. Friseur, Reisebüro, Kreditinstitute), weitere Dienstleister (z. B. Rechtsanwalt, Steuerberater, Versicherung, Bestattungen), (fach-) ärztliche und medizinische Praxen. Im **Gastronomiebereich** sind ein Frühstückscafé, ein Imbiss, eine Milchbar und eine Seniorenbegegnungsstätte vorhanden. Das Restaurant am Markt hat auf unbestimmte Zeit geschlossen. Zur Belebung der Innenstadt und zur Steigerung der Attraktivität des öffentlichen Raums wird ein Ausbau der (Außen-) Gastronomie im zentralen Bereich um den Markt empfohlen, ggf. in Verbindung mit einem Hotel.
- /// Die **historischen Stadttore** erschweren mit ihrer geringen Durchfahrtsbreite die Anlieferung von Einzelhandelsbetrieben. Außerdem wird durch die rückläufige Bevölkerungsentwicklung und die steigenden Marktanteile des Online-Handels zukünftig der Bedarf an Handelsflächen in den Nebenlagen (z. B. Sundische Straße, Strohstraße) geringer ausfallen.
- /// Der Bereich **Mühlenstraße / Markt** sollte an den prosperierenden Rewe- / Rossmann-Standort besser angebunden und einzelhändlerisch als Teil der Hauptlage weiter ausgebaut werden. Dem bisherigen Standort von Kaufhaus Stolz kommt hierbei als „Trittsstein“ eine Schlüsselrolle für die Einzelhandelsentwicklung zu. Weiterhin sollte neben dem Facheinzelhandel der Bereich Gastronomie / Hotellerie und Freizeit weiter bespielt werden.
- /// Der Bereich **Lange Straße** sollte vorrangig als Standort für höherwertige Dienstleistungen und Gesundheitseinrichtungen sowie gewerbliche Nutzungen (z. B. Büronutzung, Werkstätten, Agenturen) weiterentwickelt werden. Einzelhandel kann einen Beitrag zur Entwicklung leisten und ist nach wie vor erwünscht, wird aber zukünftig in den Nebenlagen an Bedeutung verlieren.
- /// Der Bereich **Friedrichstraße** bietet für Kunden die beste verkehrliche und ÖPNV-Erreichbarkeit und ermöglicht Einzelhandelsgroßbetrieben eine problemlose Anlieferung. Ansiedlungen und Standortverlagerungen weiterer Einzelhandelsgroßbetriebe (z. B. Möbelanbieter) sollten primär auf den Bereich Friedrichstraße zwischen Straße der Solidarität und Greifswalder Tor konzentriert werden.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- ➔ Sicherung und Stärkung der Innenstadt als mittelzentraler Versorgungsstandort
- ➔ Verbesserung der funktionalen Verbindung zwischen dem Bereich Friedrichstraße und der historischen Altstadt
- ➔ Förderung der funktionalen Dichte durch Entwicklung und Einbindung weiterer Nutzungen (z. B. Ärzte, Gastronomie, Dienstleistungen, Handwerk usw.)
- ➔ Weiterentwicklung des touristischen Potenzials
- ➔ Erhöhung und Sicherung der Aufenthaltsqualität für alle Nutzergruppen

Karte 5: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



3.2 Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Süd-West

Foto 3: Getränkemarkt, Zum Innenring


Aufnahmen: GMA 2020

Foto 4: Süd-West-Passage


Räumliche Situation

- // Entsprechend der faktischen Prägung umfasst der zentrale Versorgungsbereich das Einkaufs- und Dienstleistungszentrum Süd-West-Passage und den schräg gegenüberliegenden Getränkemarkt (vormals Lebensmitteldiscounter). Das Gelände der ehemaligen Wäscherei und die nördlich vorgelagerte Immobilie sind als Potenzialflächen für eine zukünftige Weiterentwicklung des Zentrums einzustufen.
- // Das Nahversorgungszentrum wird ringsum durch die Wohnhochhäuser der in Plattenbauweise errichteten Großsiedlung Süd-West (ca. 2.870 Wohneinheiten) eingefasst, die zwischen den 1960er und der 1980er Jahren entstanden ist.

Versorgungsfunktion

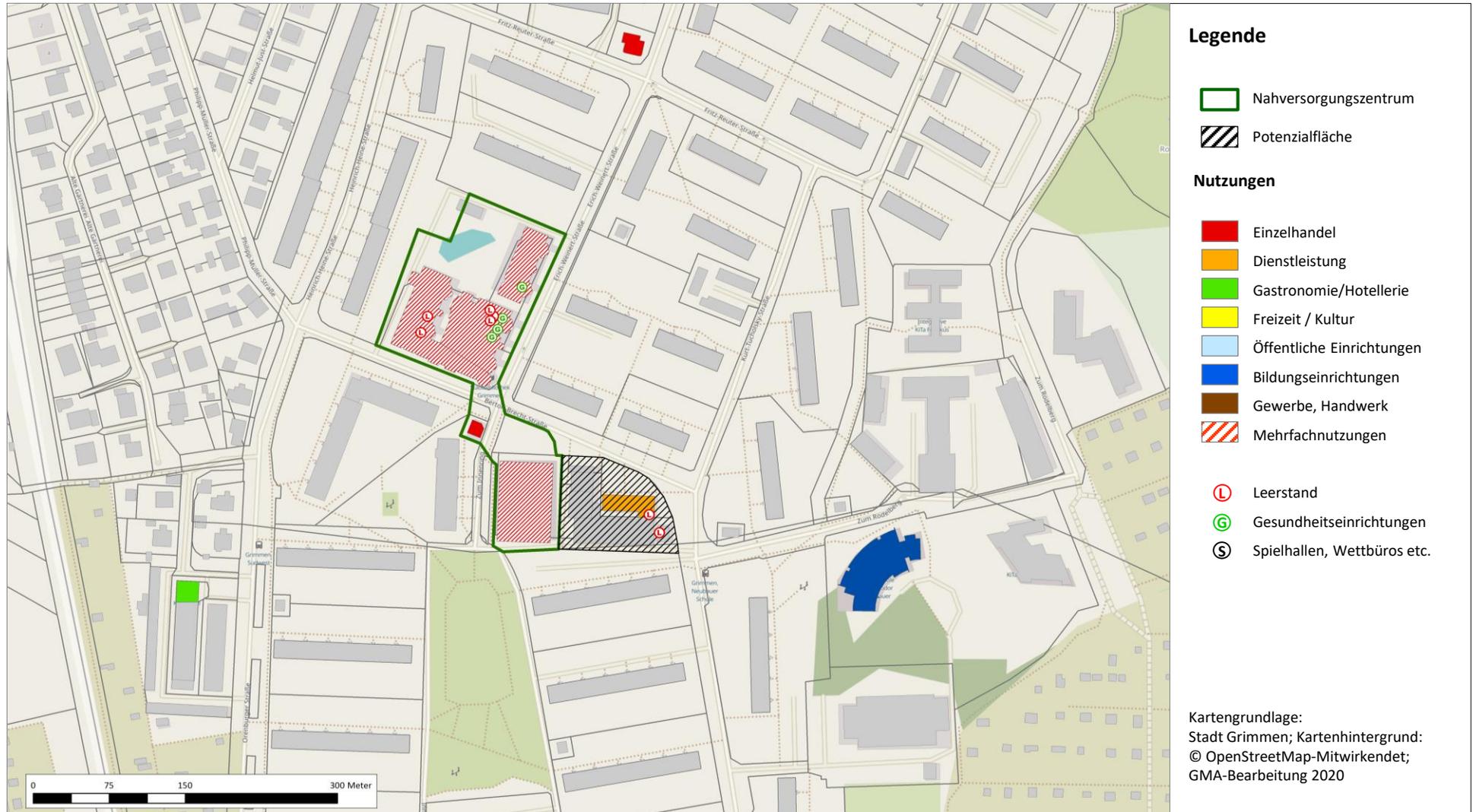
- // Die Betriebe im Nahversorgungszentrum Süd-West übernehmen eine Nahversorgungsfunktion für die Anwohner der umliegenden Wohnsiedlung. Der ehemalige Netto-Discounter wird inzwischen durch einen Getränkemarkt, einen Asia-Imbiss und ein Fahrradgeschäft genutzt.
- // ca. **1.000 m² Verkaufsfläche** in 5 Einzelhandelsbetrieben.
- // **Einzelhandelsbetriebe:** CAP Integrationsmarkt, Getränkemarkt, Blumenhaus Martens, Schreibwaren Rube, Top Auto und Fahrrad.
- // **öffentliche Einrichtungen:** Stadtbibliothek.
- // **Komplementärnutzungen:** 18 ergänzende Nutzungen, Schwerpunkt bei Dienstleistungen und Gesundheit.
- // **Leerstände:** 7 Ladenlokale (Leerstandsquote ca. 23 %).

- Im **Lebensmittelbereich** ist insbesondere auf den im Februar 2020 neu eröffneten CAP-Lebensmittelmarkt hinzuweisen, der die Nachfolge des Edeka-Frischemarktes angetreten hat.
- Im Segment **Bücher, Schreib- und Spielwaren** ist das Fachgeschäft Rube vertreten, das neben Schreibwaren u. a. Taschen und Artikel aus dem Glas, Porzellan, Keramik anbietet.
- Fahrräder** werden in einem Fachgeschäft hinter dem Getränkemarkt geführt, auch hier sind gerade vor dem Hintergrund der E-Mobilität (E-Bikes, E-Lastenräder etc.) zusätzliche Entwicklungsperspektiven möglich.
- Das Spektrum an **Komplementärnutzungen** umfasst v. a. konsumnahe Dienstleistungsbetriebe (z.B. Kosmetik, Sparkasse SB-Bereich, Änderungsschneiderei), einen Imbissbetrieb, Versicherung, Pflegedienst, eine Arztpraxis und Physiotherapie. Außerdem ist auf eine Begegnungsstätte und Beratungsangebote (z. B. sozialbetreute Hilfe, Familiensozialprojekt) sowie Büronutzungen hinzuweisen.
- Zum Erhebungszeitpunkt stand der Großteil der kleinteiligen Ladeneinheiten innerhalb der Süd-West-Passage leer, während entlang der Erich-Weinert-Straße nur vereinzelt Leerstände zu verzeichnen waren, darunter ein saisonbedingt nicht genutztes Eiscafé. Die innere Passage könnte zukünftig mehr für Kleingewerbe / Büronutzung in Frage kommen, neue Impulse für das Quartier sind durch den CAP-Markt zu erwarten.
- Langfristig wäre die Wiederansiedlung eines modernen Lebensmitteldiscounters eine sinnvolle Ergänzung.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- Sicherung und Stärkung der Nahversorgungsfunktion für den Bereich Süd-West
- Aufwertung / Wiedernutzbarmachung der ehemaligen Wäscherei
- Wiederansiedlung eines Lebensmitteldiscounters
- Erhöhung der Aufenthaltsqualität für alle Nutzergruppen

Karte 6: Nahversorgungszentrum Süd-West



3.3 Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Tribseeser Straße

Foto 5: Bereich Tribseeser Straße



Aufnahmen: GMA 2020

Foto 6: Bereich Jarpenbeeker Damm



Räumliche Situation

- / Entsprechend der faktischen Prägung umfasst der zentrale Versorgungsbereich das Areal des bisher solitär gelegenen Rewe-Marktes und der Agglomeration von Norma / Kik / Getränkeland. Die Freifläche zwischen beiden Bauteilen war ursprünglich für die Ansiedlung eines Bau- / Gartenmarktes vorgesehen und soll zukünftig für einen Neubau des Norma-Marktes herangezogen werden, somit werden die Areale funktional verbunden.
- / Im **Nordwesten** wird der zentrale Versorgungsbereich durch die Tribseeser Chaussee / Tribseeser Straße begrenzt, weiter nordwestlich schließen ein Park, Kleingärten und Wohnnutzung an. Im Westen liegen gewerbliche und öffentliche Nutzungen, u. a. die DRK-Rettungswache und die Volkshochschule.
- / Im **Nordosten** wird das Zentrum durch die straßenbegleitende Wohnnutzung entlang der Tribseeser Straße begrenzt. Hinter der Bebauung sind weitere Freiflächen vorhanden.
- / Im **Südosten** reicht das Zentrum bis an das Gymnasium Grimmen und an dessen Sportplatz heran.
- / Im **Südwesten** schließen landwirtschaftlich genutzte Flächen an.

Versorgungsfunktion

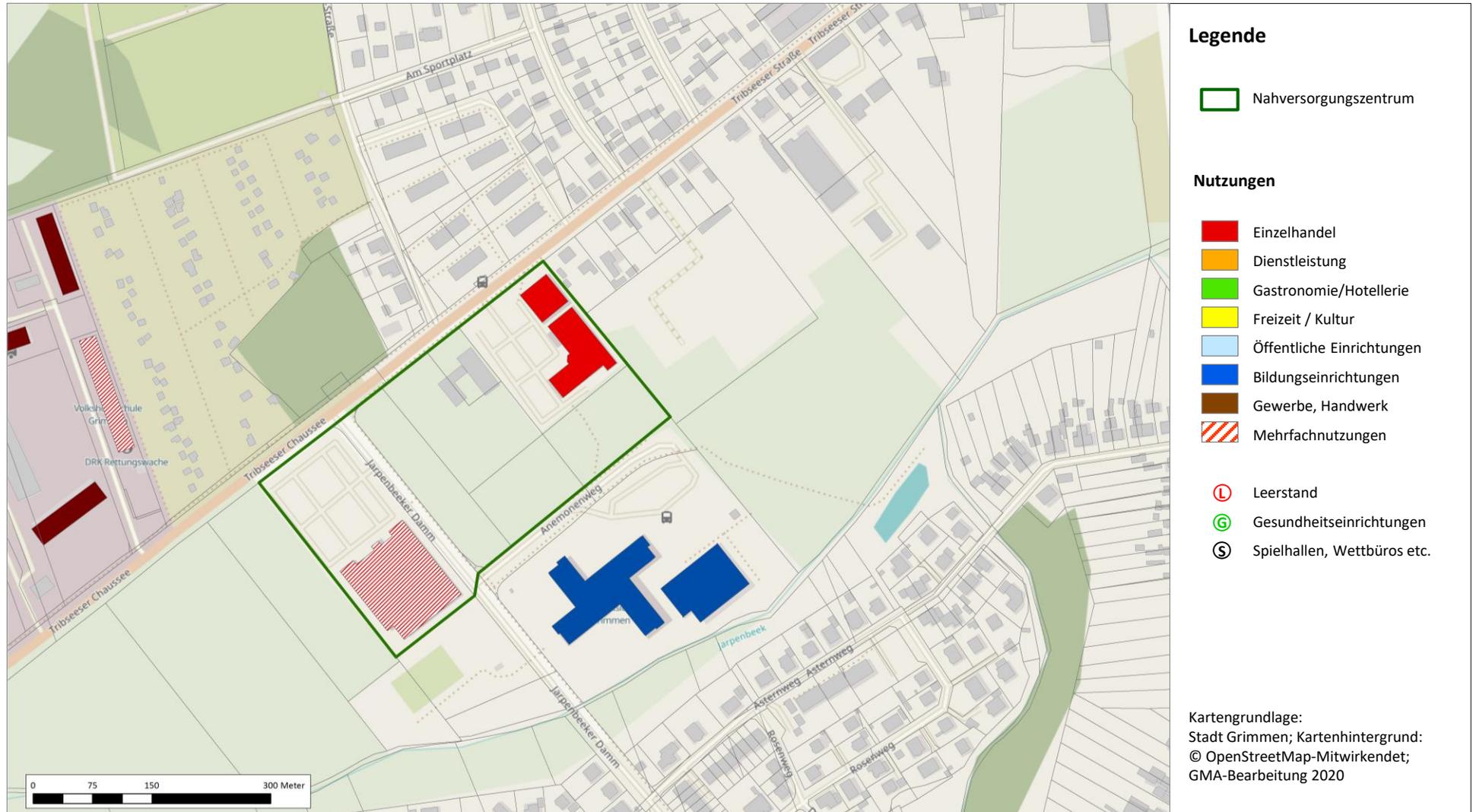
- / Die Betriebe im Nahversorgungszentrum Tribseeser Straße übernehmen insbesondere für den Westen der Stadt eine Nahversorgungsfunktion. Außerdem werden Küchen und Haushaltswaren angeboten.
- / ca. **4.850 m² Verkaufsfläche** in 10 Einzelhandelsbetrieben.

- /// **Einzelhandelsbetriebe:** Blumenfeen, Getränkeland, Grimmen Fleischerei, Inselbäckerei Kruse, Kik, Lila Bäcker, M&L Küchendesign, Mäc Geiz, Norma, Rewe.
- /// **Komplementärnutzungen:** Imbiss und Reisebüro.
- /// **Leerstände:** keine.
- /// Im **Lebensmittelbereich** sind mit Rewe und Norma ein Lebensmittelvollsortimenter und ein Lebensmitteldiscounter vorhanden. Während Rewe auf überdurchschnittlich großer Verkaufsfläche agiert und keinen unmittelbaren Handlungsbedarf offenbart, ist die Verkaufsfläche des Norma-Marktes mit ca. 700 m² sehr knapp bemessen. Für Norma ist ein Neubau (ca. 1.300 m² VK) auf der bisherigen Freifläche vorgesehen, wodurch ein modernes, umfassendes Angebot am Standort entstehen wird. Ergänzend ist auf einen Getränkemarkt und Lebensmittelhandwerk (Fleischerei, Bäckereien) hinzuweisen.
- /// Eine **Apotheke** ist derzeit nicht vorhanden, würde aber ggf. eine sinnvolle Ergänzung darstellen.
- /// **Blumen** werden bei Blumenfeen in der Vorkassenzone von Rewe angeboten.
- /// **Bekleidung** wird bei Kik geführt, auch Mäc Geiz bietet tlw. Bekleidungs assortimente an.
- /// Bei **Hausrat, Einrichtung, Möbel** ist insbesondere auf den sog. „Haushaltsdiscounter“ Mäc Geiz hinzuweisen, der neben Haushaltswaren auch Drogerieartikel, Dekorationsartikel, Textilien und Heimwerkersortimente führt. Mit M&L Küchendesign ist außerdem ein Küchenstudio ansässig.
- /// Das Spektrum an **Komplementärnutzungen** umfasst einen Imbiss und ein Reisebüro. Im direkten Umfeld des Nahversorgungszentrums liegen zudem das Gymnasium Grimmen, die Volkshochschule, DRK-Rettungswache und gewerbliche Nutzungen (u. a. Autowäsche).
- /// Der bestehende **Bebauungsplan** Nr. 17 sieht ursprünglich die (nicht realisierte) Ansiedlung eines Bau- / Gartenmarktes mit bis zu 8.000 m² VK vor. Die Ansiedlung nicht zentrenrelevanter Sortimente (z. B. Möbel- / Einrichtungsmarkt) ist weiterhin denkbar.
- /// Mit dem **Neubau des Norma-Marktes** wird das bislang getrennte Nahversorgungszentrum zusammenwachsen. Im Zuge dieser Entwicklung wird die bisherige Norma-Fläche frei, was weitere Potenziale zur Weiterentwicklung des Nahversorgungszentrums bietet.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- ➔ Sicherung und Stärkung der Nahversorgungsfunktion für den Bereich Grimmen-West
- ➔ Entwicklung eines zusammenhängenden Nahversorgungszentrums
- ➔ Ergänzung nahversorgungsaffiner Komplementärnutzungen aus dem Dienstleistungs- (z. B. Kreditinstitut, Textilverreinigung, Fahrschule, etc.) und Gastronomiebereich
- ➔ Erhöhung und Sicherung der Aufenthaltsqualität für alle Nutzergruppen

Karte 7: Nahversorgungszentrum Tribseeser Straße



3.4 Standortlagen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

3.4.1 Nahversorgungsstandort Heinrich-Heine-Straße



Aufnahme: GMA 2020

Am nördlichen Ende der Heinrich-Heine-Straße befindet sich eine Filiale von Netto. Diese übernimmt eine Nahversorgungsfunktion für die Wohngebiete südlich der Innenstadt und Teile der südlich anschließenden Großsiedlung Nord-West.

Kriterium	Bewertung
Einzelhandel	Netto, Stadtbäckerei Kühl, Grimmen Fleischerei
Verkaufsfläche	rd. 800 m ²
ergänzende Nutzungen	Kulturhaus Treffpunkt Europas, allgemeine Förderschule, Pflegedienst, Kirche St. Jakobus
Wohngebietsbezug	Lage zwischen der historischen Altstadt und der Großsiedlung Süd-West mit Wohngebietsbezug zu allen Seiten
B-Plan	Unbeplanter Innenbereich nach § 34 BauGB
verkehrliche Anbindung	gute Anbindung mit dem Pkw über Heinrich-Heine-Straße, Bushaltestellen „Bauamt“ und „Förderschule“ ca. 150 bzw. ca. 200 m südlich
Marktauftritt	Marktauftritt und Verkaufsflächengröße noch zeitgemäß
Handlungsbedarf	Aufstellung eines Bebauungsplans

Der Standort weist deutliche Überschneidungen mit den Einzugsgebieten der Innenstadt und des Nahversorgungszentrums Süd-West auf. Ein weiterer Ausbau der Nahversorgungsfunktion ist vor dem Hintergrund der planerisch wünschenswerten Aufwertung des Nahversorgungszentrums Süd-West nicht erforderlich. Die zentrenverträgliche Standortsicherung für nahversorgungsrelevante Sortimente sollte durch Aufstellung eines Bebauungsplanes gesichert werden.

3.4.2 Nahversorgungsstandort Vietlipper Damm



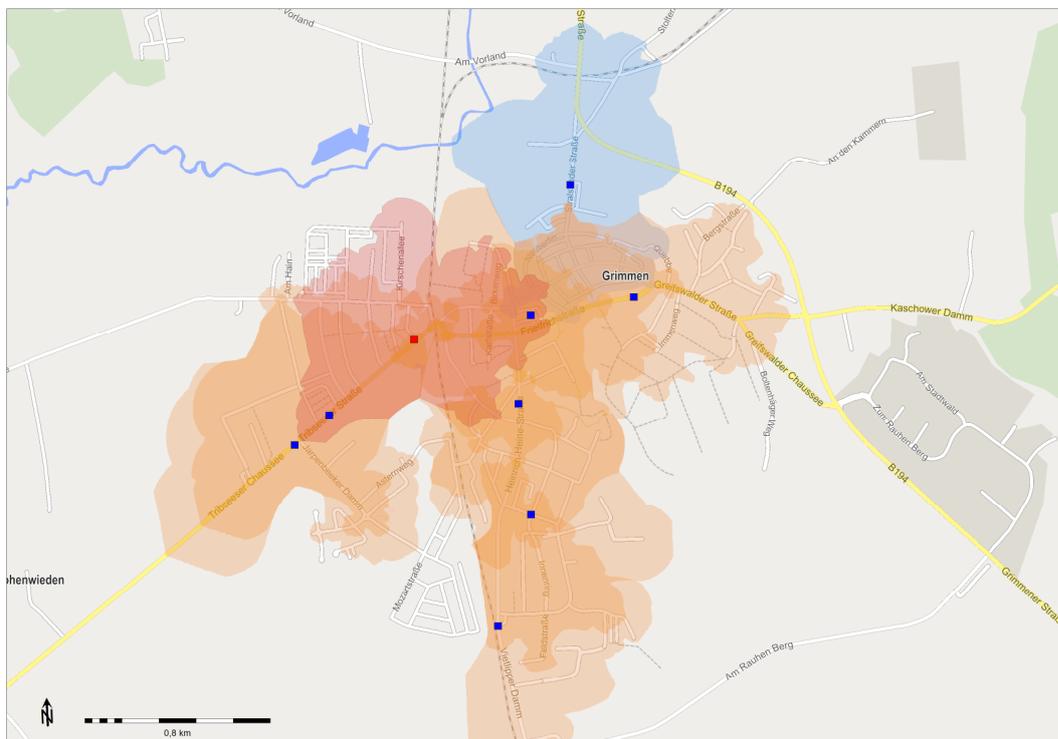
Aufnahme: GMA 2020

Am Südwestlichen Rand der Großsiedlung Süd-West sind ein Aldi Lebensmitteldiscounter und das Dänische Bettenlager ansässig. Die Filiale von Aldi ist im Jahr 2019 erneuert worden. Da der Vietlipper Damm keine Hauptverkehrsstraße darstellt (kein Durchgangsverkehr) ist der Standort in Randlage zum Betrieb eines Möbelmarktes aus betrieblicher Sicht jedoch ungeeignet. Für das Dänische Bettenlager sollte daher ein verkehrsgünstiger Standort in einem zentralen Versorgungsbereich (Nahversorgungszentrum Tribseeser Straße, Innenstadt) gefunden werden, um das teilweise zentrenrelevante Angebot in Grimmen zu erhalten.

Kriterium	Bewertung
Einzelhandel	Aldi, Dänisches Bettenlager
Verkaufsfläche	rd. 1.750 m ²
ergänzende Nutzungen	Jugendselbsthilfewerkstatt, Bauhof
Wohngebietsbezug	Siedlungsräumlich integrierte Lage mit Wohngebietsbezug in 3 Himmelsrichtungen. Im Süden ist durch den Bebauungsplan Nr. 18 „Wohnbebauung Vietlipper Damm“ auf dem Gelände des Bauhofs zukünftig weitere Wohnungsbauentwicklung möglich.
B-Plan	Unbeplanter Innenbereich nach § 34 BauGB
verkehrliche Anbindung	gute Anbindung mit dem Pkw über Vietlipper Damm, ÖPNV-Anbindung über Bushaltestelle „Südwest Wendepunkt“ unmittelbar nördlich des Standortes. Separater Fußweg straßenbegleitend vorhanden.
Marktauftritt	Der Aldi Discounter wurde Ende 2019 nach Neubau wiedereröffnet, Marktauftritt entsprechend modern.
Handlungsbedarf	Handlungsbedarf besteht beim Dänischen Bettenlager, der Betreiber strebt eine Standortverlagerung an.

Der am Standort vorhandene Lebensmitteldiscounter trägt seit Jahren zur wohnortnahen Nahversorgung im Süden von Grimmen bei. Die Aldi-Filiale wurde 2019 nach Abriss auf ca. 1.000 m² VK neu gebaut und weist keinerlei Handlungsbedarf auf, eine ursprünglich geplante Verlagerung an einen anderen Standort³⁵ ist nicht zustande gekommen. Die Ansiedlung weiterer kleinteiliger Handels- und Dienstleistungsangebote würde eine sinnvolle Ergänzung darstellen. Ein weiterer großflächiger Ausbau des Standortes mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten zulasten des Nahversorgungszentrums Süd-West sollte über einen Bebauungsplan begrenzt werden.

3.4.3 Perspektivischer Nahversorgungsstandort An der Bahn



Der Standort der ehemaligen Produktionsgenossenschaft (PGH) „Bau“ an der Tribseeser Straße westlich des Bahnhofs stellt eine Potenzialfläche zur Verlagerung der Lidl-Filiale aus der Stralsunder Straße dar, die seitens des Betreibers Lidl angestrebt wird.

Am bisherigen Standort von Lidl erstreckt sich die fußläufige Versorgungsfunktion (blaue Darstellung) im Wesentlichen auf die historische Innenstadt und die Misch- und Gewerbegebiete an der Stralsunder Straße. Die Größe der Einheit von Lidl (ca. 800 m² VK) entspricht nicht mehr dem aktuellen Standard (üblicherweise angestrebte Verkaufsfläche seitens des Betreiber Lidl: 1.400 m²) und kann aufgrund der fehlenden städtebaulichen Integration in der bestehenden Randlage nicht erweitert werden. Die Versorgung der historischen Innenstadt ist zudem bereits durch die Märkte von Rewe und Netto Markendiscount sichergestellt.

³⁵ Vgl. Einzelhandelskonzept Grimmen 2008, S. 77

Der Potenzialstandort an der Tribseeser Straße (An der Bahn) ist städtebaulich integriert und kann die fußläufige Versorgung auch in der Großwohnsiedlung an der Straße der Befreiung verbessern (rote Darstellung). Die verträgliche Verkaufsfläche sollte im Rahmen eines Bebauungsplanverfahrens festgesetzt werden.

3.5 Standortlagen des großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandels

Unter städtebaulichen Gesichtspunkten (Bündelung von Angeboten und Verkehrsströmen) ist – ergänzend zur Innenstadt – die Konzentration von nicht zentrenrelevanten Betrieben (großflächig und nicht großflächig) aus gutachterlicher Sicht zu empfehlen. Zusätzlich zu den zentralen Versorgungsbereichen werden daher Standortlagen für großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel ausgewiesen, die im Sinne einer „Arbeitsteilung“ die Zentren im Idealfall funktional ergänzen sollen. Teilweise eignen sich aufgrund der Siedlungsstruktur in Grimmen auch zentrale Versorgungsbereiche als Standorte für großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel, da diese an Hauptverkehrsachsen liegen und Flächenpotenziale aufweisen.

Als **Standort des zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandels** wurde im Einzelhandelskonzept Grimmen 2008 nur das damalige Wohngebietszentrum Tribseeser Straße benannt. Für den Baustoffhandel im Gewerbegebiet wurden Expansionsreserven im Baumarktbereich festgestellt, die zu einer Erhöhung der Kaufkraftbindung führen könnten. Der EGN-Baumarkt konnte im Jahr 2015 / 2016 auf ca. 2.000 m² VK erweitert werden.

Zukünftig sollen folgende Standortbereiche als vorrangige Standorte für die Ansiedlung von (großflächigem) Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten eingestuft werden und so – im Hinblick auf die gesamtstädtische Zentren- und Standortstruktur – eine ergänzende Funktion zur Innenstadt einnehmen:

Für den Fall der Verlagerung der Lidl-Filiale an die Tribseeser Straße kann der Standort an der **Stralsunder Straße** aufgrund der Nähe zur Bundesstraße 194 und vorhandener Flächenreserven durch einen (großflächigen) Einzelhandelsbetrieb mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment (z. B. Bau- / Möbel- / Garten- / Sonderpostenmarkt) nachbelegt werden.

Im **Nahversorgungszentrum Tribseeser Straße** soll großflächiger Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten als Ergänzung zur Nahversorgungsfunktion weiterhin zulässig sein.

Am **Nahversorgungsstandort Vietlipper Damm** (Aldi, Dänisches Bettenlager) soll die Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten weiterhin möglich sein.

4. Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung

Zur effektiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung sind standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben erforderlich.³⁶ Grundsätzlich kommen verschiedene Stufen zur Begrenzung und zum Ausschluss des Einzelhandels in Betracht:

- /// Ausschluss zentrenrelevanter Sortimente
- /// zusätzlicher Ausschluss großflächigen Einzelhandels i. S. von § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung
- /// Ausschluss des gesamten Einzelhandels.

Die Regeln folgen dem zentralen Grundsatz, dass Ansiedlungen bzw. Erweiterungen nicht zu einer Beeinträchtigung der Funktions- und Entwicklungsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche führen dürfen und sich die Dimensionierung eines Vorhabens am zugeordneten Versorgungsgebiet orientieren soll. Außerdem sind bei Ansiedlungen bzw. Erweiterungen die landesplanerischen Vorgaben zu beachten.

Im Folgenden werden auf Grundlage des Sortimentskonzeptes sowie der o. g. Zentren- und Standortstruktur in Grimmen branchen- und standortbezogene Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung definiert.

4.1 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

4.1.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Grimmen

Für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sollte keine Beschränkung hinsichtlich möglicher Einzelhandelsansiedlungen gelten. Das heißt, dass sowohl großflächige³⁷ Betriebe als auch nicht großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten zulässig und städtebaulich erwünscht sind. Auch die Ansiedlung großflächiger Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist hier grundsätzlich zulässig. Etwaige Flächenpotenziale sollten Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten vorbehalten werden, die für die Innenstadt eine frequenzerzeugende Wirkung haben.

4.1.2 Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Süd-West

Innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Nahversorgungszentrum Süd-West soll der Angebotsschwerpunkt bei möglichen Neuansiedlungen oder Erweiterungen bei Betrieben des kurzfristigen Bedarfsbereichs liegen, so dass hier grundsätzlich nahversorgungsrelevante Sortimente

³⁶ Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

³⁷ großflächiger Einzelhandel ab 800 m² Verkaufsfläche

(großflächig und nicht großflächig) anzusiedeln bzw. weiterzuentwickeln sind. Großflächige Betriebe (ab 800 m² Verkaufsfläche) mit zentrenrelevantem Einzelhandel sind unter Berücksichtigung der Vorrangstellung der Innenstadt nicht zu empfehlen bzw. bedürfen einer Einzelfallprüfung um negative städtebauliche Auswirkungen auf das Hauptzentrum Innenstadt auszuschließen. Die Realisierung von großflächigen Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist aus städtebaulichen Gründen nicht zu empfehlen. Betriebe unterhalb der Großflächigkeit sind im Sinne einer Angebotsergänzung für den Versorgungsbereich des Nahversorgungszentrums sowohl im zentrenrelevanten als auch im nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich möglich.

4.1.3 Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Tribseeser Straße

Innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Nahversorgungszentrum Tribseeser Straße soll der Angebotsschwerpunkt bei möglichen Neuansiedlungen oder Erweiterungen bei Betrieben des kurzfristigen Bedarfsbereichs liegen, so dass hier grundsätzlich nahversorgungsrelevante Sortimente (großflächig und nicht großflächig) anzusiedeln bzw. weiterzuentwickeln sind. Großflächige Betriebe (ab 800 m² Verkaufsfläche) mit zentrenrelevantem Einzelhandel sind unter Berücksichtigung der Vorrangstellung der Innenstadt nicht zu empfehlen bzw. bedürfen einer Einzelfallprüfung um negative städtebauliche Auswirkungen auf das Hauptzentrum Innenstadt auszuschließen. Die Realisierung von großflächigen Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist bedingt durch die Vorprägung (Küchenstudio, ehemaliger Planstandort für Möbel- / Baumarkt³⁸) weiterhin zu empfehlen. Betriebe unterhalb der Großflächigkeit sind im Sinne einer Angebotsergänzung für den Versorgungsbereich des Nahversorgungszentrums sowohl im zentrenrelevanten als auch im nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich möglich.

4.2 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels außerhalb zentraler Versorgungsbereiche

4.2.1 Nahversorgungsstandorte

Nahversorgungsstandorte weisen häufig bereits deutliche Zentrumsansätze auf und übernehmen Nahversorgungsfunktionen für die angrenzenden Wohnquartiere, wengleich die Gesamtausstattung nicht zur Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereichs ausreicht. **Großflächige** Betriebe mit **nahversorgungsrelevantem Kernsortiment** können zulässig sein, sofern sie keine Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 und 3 BauNVO hervorrufen.³⁹ Nahversorgungsstandorte kommen insbesondere für Maßnahmen der Bestandssicherung in Betracht. Die Standorte sollen vorwiegend der Deckung des Grundbedarfs der Einwohner des zugeordneten Nahbereichs dienen. Großflächige Ansiedlungsvorhaben im zentrenrelevanten Sortimentsbereich sind deshalb auszuschließen, vorhandene Betriebe genießen Bestandsschutz.

³⁸ Vgl. Einzelhandelskonzept Grimmen 2008, S. 77 - 78

³⁹ vgl. zur bauplanungsrechtlichen Prüffolge: OVG NRW, Urteil vom 02.12.2013 – 2 A 1510/12

Die Ansiedlung von kleinflächigem, nahversorgungs- und zentrenrelevantem Einzelhandel soll möglich sein, da hier i. d. R. keine Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche vorliegen. Dabei ist zu differenzieren zwischen kleinteiligen Angeboten wie Bäckereien, Blumenläden, Apotheken usw. und Drogeriemärkten unterhalb der Grenze zur Großflächigkeit. Bei Planung von **Agglomerationen** aus Lebensmittelmarkt und (mehreren) Fachmärkten muss im Zweifelsfall der Nachweis der Verträglichkeit durch ein Einzelfallgutachten erbracht werden.

4.2.2 sonstige siedlungsräumlich integrierte Lagen (z. B. Wohngebiete)

Siedlungsräumlich integrierte Lagen (z.B. Wohngebiete) sind gemäß Standortkonzept zunächst nicht als Einzelhandelsstandorte vorgesehen. Dennoch ist hier die Ansiedlung von kleinflächigen Anbietern mit zentren- oder nicht zentrenrelevanten Sortimenten grundsätzlich möglich, großflächige Betriebe sollten unabhängig von den geführten Sortimenten in sonstigen integrierten Lagen nicht angesiedelt werden. Auch kleinflächige Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollten nicht in sonstigen integrierten Standorten neu angesiedelt werden, da diese zu einer Belebung der Innenstadt beitragen und deshalb funktional betrachtet hierhin gehören.

4.2.3 sonstige siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen (v. a. Gewerbe- und Industriegebiete)

Um den zentralen Versorgungsbereich in seiner Struktur nicht zu beeinträchtigen sowie in der Entwicklung nicht zu behindern, sollte in den Gewerbegebieten die Ansiedlung von Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten (groß- und nicht großflächig) ausgeschlossen werden.

Abbildung 11: Übersicht Steuerungsempfehlungen

Ansiedlung in ... mit ...		Zentraler Versorgungs- bereich Innenstadt	Nahversor- gungs- zentrum Süd-West	Nahversor- gungs- zentrum Tribseeser Straße	Nahversor- gungs- standorte	sonstige Lagen	
						Städtebaulich integrierte Lagen	Städtebaulich nicht integrierte Lagen
nahversorgungs- relevantem Kernsortiment	großflächig*	✓	✓	✓	ⓘ	ⓘ	✗
	nicht großflächig	✓	✓	✓	✓	ⓘ	✗
zentrenrelevantem Kernsortiment	großflächig*	✓	✗	✗	✗	✗	✗
	nicht großflächig	✓	✓	✓	ⓘ	ⓘ	✗
nicht zentren- relevantem Kernsortiment	großflächig*	✓	✗	✓	✗	✗	✗
	nicht großflächig	✓	✓	✓	✓	✓	✓

GMA-Darstellung 2020

Aufgrund sortiments- und betriebstypenspezifischer Besonderheiten ist, wie bereits im Konzept aus 2008, eine ergänzende Regelung hinsichtlich der zentrenrelevanten Randsortimente bei großflächigen Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zu empfehlen. **Bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben** (ab 800 m² VK) mit **nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten** (z. B. Möbel-, Bau- und Gartenmärkte) sind zentrenrelevante Randsortimente⁴⁰ zulässig, sofern keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind. Dies ist in einer Einzelfallprüfung zu belegen. Als unverbindlicher Orientierungswert für ein verträgliches Randsortiment hat sich in der Praxis ein Anteil von max. 10 % der Verkaufsflächen bis zu einer Obergrenze von max. 800 m² VK insgesamt herausgebildet.

Bestehende Betriebe genießen grundsätzlich Bestandsschutz. Falls Erweiterungen angestrebt werden, müssen diese den rechtlichen Vorgaben entsprechen. Die Vorhaben müssen überprüft werden.

5. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes

Das Einzelhandelskonzept wurde in Abstimmung mit der Stadt Grimmen erarbeitet. Um eine Verbindlichkeit dieser informellen Planung herzustellen, sollte das Konzept durch die Stadtvertretung als Teil eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB beschlossen werden. Damit ist das Einzelhandelskonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen.

⁴⁰ Lt. OVG Münster sind als Randsortimente solche Waren zu betrachten, die ein Kernsortiment lediglich ergänzen und eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft zu den Waren des Kernsortiments haben. Gleichzeitig muss das Angebot des Randsortiments in seinem Umfang (Verkaufsfläche) und in seiner Gewichtigkeit (Umsatz) deutlich untergeordnet sein (vgl. OVG NRW, Beschluss vom 26.01.2000, 7 B 2023/99).

Zudem sollte geprüft werden, soweit noch nicht erfolgt, wie die Standortempfehlungen möglichst zeitnah in gültiges Baurecht umgesetzt werden können. Neue Festsetzungsmöglichkeiten v. a. im unbeplanten Innenbereich eröffnet der § 9 Abs. 2 a BauGB. Hiermit kann verhindert werden, dass an städtebaulich nicht gewünschten Standorten eine Entwicklung entsteht, die den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes entgegensteht. Für die Begründung kann das Einzelhandelskonzept verwendet werden, wenn es durch die Stadtvertretung beschlossen worden ist.

Die Untersuchung sollte aktiv genutzt werden, um sowohl Investoren als auch Handelsunternehmen gezielt anzusprechen. Das Einzelhandelskonzept verdeutlicht zum einen die Ausstattungsdefizite und Entwicklungspotenziale im Einzelhandel von Grimmen und vermittelt zum anderen – durch den Beschluss – Investitionssicherheit bezüglich möglicher Ansiedlungen / Verlagerungen in die zentralen Versorgungsbereiche. Dies gilt umso mehr, da ohne einen Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel außerhalb der Innenstadt eine Entwicklung innerhalb dieses Bereichs aus Investoren- bzw. Händlersicht mit höherem Risiko infolge sonst möglicher Wettbewerbsansiedlungen in Gewerbegebietslage verbunden wäre.

Das vorliegende Einzelhandelskonzept ist als aktuelle Grundlagenuntersuchung der Einzelhandelsentwicklung in Grimmen zu verstehen, welche insbesondere vor dem Hintergrund der Dynamik in der Einzelhandelsentwicklung in Abständen einer Überprüfung und ggf. Anpassung bedarf.

Verzeichnisse	Seite
Abbildungsverzeichnis	
Abbildung 1: Umsatzentwicklung im deutschen Einzelhandel 2011 – 2019 (Prognose)	8
Abbildung 2: Konsumtrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden“ Verbrauchers	9
Abbildung 3: Entwicklung der Betriebstypen im Einzelhandel nach Lebenszyklusphase	9
Abbildung 4: Umsatzentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel Food / Nonfood 2008 – 2018	10
Abbildung 5: Anforderungen an Grund- und Nahversorgungsstandorte	11
Abbildung 6: Entwicklungsszenarien des Onlinehandels bis 2025	12
Abbildung 7: Gewinner und Verlierer des digitalen Wandels	13
Abbildung 8: Zentrenrelevante Kernsortimente (im LEP M-V: Abbildung 21)	20
Abbildung 9: Einzelhandelsbestand in Grimmen nach Lagen	30
Abbildung 10: Verkaufsflächenausstattung in Grimmen nach Hauptwarengruppen	31
Abbildung 11: Übersicht Steuerungsempfehlungen	65
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lage im Raum und zentralörtliche Struktur	21
Karte 2: Fußläufige Einzugsgebiete der wesentlichen Lebensmittelanbieter	33
Karte 3: Marktgebiet des Einzelhandels in Grimmen	36
Karte 4: Zentren- und Standortstruktur in Grimmen	44
Karte 5: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	51
Karte 6: Nahversorgungszentrum Süd-West	54
Karte 7: Nahversorgungszentrum Tribseeser Straße	57
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Verkaufsflächengrößen unterschiedlicher Betriebstypen	16
Tabelle 2: Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben differenziert nach Baugebietstypen	17
Tabelle 3: Einwohnerentwicklung von Grimmen im Vergleich	26
Tabelle 4: Natürliche Bevölkerungsbilanz und Zu- bzw. Fortzüge	27
Tabelle 5: Einwohnerentwicklung von Grimmen nach Stadtteilen	27

Tabelle 6:	Beschäftigtenbesatz und Ein- / Auspendlersaldo im Vergleich	28
Tabelle 7:	Einzelhandelsbestand der Stadt Grimmen	29
Tabelle 8:	Anzahl der Einwohner im fußläufigen Einzugsgebiet	32
Tabelle 9:	Kaufkraft in Mio. € im Marktgebiet	37
Tabelle 10:	Kriterien zur Bewertung der Zentrenrelevanz von Sortimenten	40
Tabelle 11:	Sortimentsliste des Einzelhandels von Grimmen	42
Tabelle 12:	Einzelhandelsbestand nach Lagen	45