



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

# Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in Gadebusch

Fortschreibung des Einzelhandels-  
und Zentrenkonzepts



## Endbericht-Kurzversion

Im Auftrag der Stadt Gadebusch  
Hamburg, 25.01.2021



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

## **Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in Gadebusch**

Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts

Projektnummer: 20DLP2885

Exemplarnummer: 01

Projektleitung und -bearbeitung: Boris Böhm

Bearbeitet unter Mitarbeit von: Coralie Sucker

Im Auftrag der

**Stadt Gadebusch**

**Fachbereich II – Bau- und Ordnungsamt**

**Am Markt 1**

**19205 Gadebusch**

erarbeitet durch

**Dr. Lademann & Partner**

Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Friedrich-Ebert-Damm 311, 22159 Hamburg

Altmarkt 10d, 01067 Dresden

Prinzenallee 7, 40549 Düsseldorf

Königstraße 10c, 70173 Stuttgart

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

# Inhalt

	Abbildungsverzeichnis	III
	Tabellenverzeichnis	V
<b>1</b>	<b>Grundlagen</b>	<b>1</b>
1.1	Ausgangslage und Aufgabenstellung	1
1.2	Untersuchungsdesign	2
1.3	Vorgehensweise	6
<b>2</b>	<b>Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Gadebusch</b>	<b>8</b>
2.1	Lage im Raum und zentralörtliche Funktion	8
2.2	Sozioökonomische Rahmenbedingungen	11
2.3	Planerische Ausgangslage	17
<b>3</b>	<b>Nachfragesituation in der Stadt Gadebusch</b>	<b>19</b>
3.1	Marktgebiet der Stadt Gadebusch	19
3.2	Nachfragepotenzial der Stadt Gadebusch	21
<b>4</b>	<b>Angebotssituation des Einzelhandels in der Stadt Gadebusch</b>	<b>24</b>
4.1	Verkaufsflächenentwicklung	24
4.2	Raumstruktur des Einzelhandels	27
4.3	Betriebsgrößenstruktur	28
4.4	Leerstandssituation	29
4.5	Umsatzsituation des Einzelhandels in Gadebusch	32
4.6	Einzelhandelsrelevante Planvorhaben in der Stadt Gadebusch	35
4.7	Angebotssituation im Verflechtungsbereich	36
<b>5</b>	<b>Versorgungslage und Zentralitätsanalyse</b>	<b>37</b>
5.1	Verkaufsflächendichten in der Stadt Gadebusch	37
5.2	Bedeutung des Hauptgeschäftszentrums im Einzelhandelsgefüge	39

5.3	Nahversorgungssituation in Gadebusch	42
5.4	Zentralitätsanalyse für den Einzelhandel in Gadebusch	46
5.5	Analyse der Nachfrageverflechtungen	49
5.6	Zusammenfassende Stärken- und Schwächen-Analyse zum Einzelhandelsstandort Gadebusch	51
<b>6</b>	<b>Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Gadebusch</b>	<b>55</b>
6.1	Tragfähigkeitsrahmen für die Entwicklung des Einzelhandels bis 2025	55
6.1.1	Antriebskräfte der Einzelhandelsentwicklung	55
6.1.2	Verkaufsflächenspielräume bis 2025	58
6.2	Strategische Orientierungsprinzipien	63
<b>7</b>	<b>Zentrenkonzept für die Stadt Gadebusch</b>	<b>66</b>
7.1	Hierarchie und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche	66
7.2	Gesamtüberblick Zentrenkonzept für die Stadt Gadebusch	69
7.2.1	Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum	72
7.2.2	Nahversorgungsstandort Rehnaer Straße	76
7.2.3	(Perspektivischer) Nahversorgungsstandort Ratzeburger Chaussee	79
7.3	Zur Zentrenrelevanz der Sortimente „Gadebuscher Liste“	83
<b>8</b>	<b>Maßnahmenempfehlungen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels in Gadebusch</b>	<b>85</b>
<b>9</b>	<b>Einordnung der Planvorhaben in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept</b>	<b>92</b>
9.1	Umstrukturierung Hauptgeschäftszentrum	92
9.2	Verlagerungsvorhaben Rewe und Lidl	93
9.3	Verträglichkeit der Planvorhaben	94
<b>10</b>	<b>Zusammenfassung</b>	<b>96</b>
<b>I</b>	<b>Glossar</b>	<b>100</b>

# Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lage im Raum	8
Abbildung 2: Wettbewerbsstrukturen im Untersuchungsraum	10
Abbildung 3: Kaufkraftkennziffern im Vergleich	13
Abbildung 4: Marktgebiet des Einzelhandels	20
Abbildung 5: Nachfragepotential im Marktgebiet der Stadt Gadebusch	22
Abbildung 6: Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Gadebusch seit 2006/2008	24
Abbildung 7: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Gadebusch	25
Abbildung 8: Branchenstruktur des Einzelhandels	26
Abbildung 9: Aktive und inaktive Verkaufsfläche nach Standortlagen	30
Abbildung 10: großflächiger Leerstand Johann-Stelling-Straße	31
Abbildung 11: Leer stehenden Ladeneinheit an der Wollbrügger Straße im Hauptgeschäftszentrum	31
Abbildung 12: Umsatzstruktur des Einzelhandels in Gadebusch	32
Abbildung 13: Vorhabenplanung Ratzeburger Chaussee	35
Abbildung 14: Verkaufsflächenanteil der Innenstadt an der Gesamtstadt	40
Abbildung 15: Nahversorgungssituation in Gadebusch	43
Abbildung 16: Einzelhandelsrelevante Zentralitäten in der Stadt Gadebusch	47
Abbildung 17: Nachfragestromanalyse des Einzelhandels in Gadebusch	50
Abbildung 18: Hauptansatzpunkte der Flächenentwicklung in Gadebusch	58
Abbildung 19: Expansionsrahmen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels	60
Abbildung 20: Strategische Orientierungsprinzipien	64
Abbildung 21: Strategieempfehlung: „Stärken stärken“	65
Abbildung 22: Hierarchisches Zentrenmodell für die Stadt Gadebusch	70
Abbildung 23: Zentren- und Standortstruktur	71
Abbildung 24: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Hauptgeschäftszentrum	72
Abbildung 25: Lübsche Straße	73

Abbildung 26: Johann-Stelling-Straße und rückwertige Fachmärkte	73
Abbildung 27: Abgrenzung des Nahversorgungsstandorts Rehnaer Straße	76
Abbildung 28: Penny-Markt und gegenüberliegende Fachmarktzeile	78
Abbildung 29: Rehnaer Straße und Raiffeisen-Markt	78
Abbildung 30: Abgrenzung des (perspektivischen) Nahversorgungsstandorts Ratzeburger Chaussee	80
Abbildung 31: Potentialstandort rückwärtig des Rewe-Markts	82
Abbildung 32: Rewe-Markt und gegenüberliegende Tankstelle	82

# Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Einwohnerentwicklung in Gadebusch im Vergleich	12
Tabelle 2: Altersstruktur der Stadt Gadebusch in 2015 und 2020	13
Tabelle 3: Entwicklung der Arbeitslosenquoten	14
Tabelle 4: Ein- und Auspendler im Vergleich	15
Tabelle 5: Tourismusedwicklung im Vergleich	15
Tabelle 6: Marktgebiet des Einzelhandels	21
Tabelle 7: Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Gadebusch nach Standortbereichen	28
Tabelle 8: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Einzelhandels	34
Tabelle 9: Verkaufsflächendichten im Vergleich	38
Tabelle 10: Verkaufsflächenanteil des Hauptgeschäftszentrums an der Gesamtverkaufsfläche Gadebusch	41
Tabelle 11: Anteile der Betriebsformen des klassischen Lebensmitteleinzelhandels	44
Tabelle 12: Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten („Gadebuscher Liste“)	84

# 1 Grundlagen

## 1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

Die mecklenburg-vorpommerische Stadt Gadebusch befindet sich unweit der Grenze zu Schleswig-Holstein und ist dem **Landkreis Nordwestmecklenburg** zugeordnet. Die Stadt ist Verwaltungssitz des Amtes Gadebusch und Teil der Metropolregion Hamburg. Aktuell leben in Gadebusch **rd. 5.500 Einwohner**, mit leicht abnehmender Tendenz.

Über die Bundesstraßen 104 und 208, die beide durch das Stadtgebiet verlaufen und sich hier kreuzen, ist Gadebusch in das regionale Verkehrsnetz eingebunden und weist eine gute Erreichbarkeit von den Umlandkommunen auf. Die im Umland von Gadebusch lebenden Personen weisen daher traditionell eine hohe Einkaufsorientierung auf Gadebusch auf.

Seitens der Regionalplanung des Regionalen Planungsverbands Westmecklenburg ist Gadebusch die zentralörtliche Funktion eines **Grundzentrums** zugewiesen. Gadebusch soll damit als Kristallisationspunkt im Ländlichen Raum fungieren und die Grundversorgung für die Gemeinden des Nahbereichs sicherstellen (gemäß Regionalem Raumentwicklungsprogramm Westmecklenburg 2011). Der Versorgungsauftrag der Stadt Gadebusch erstreckt sich damit nicht nur auf das eigene Stadtgebiet, sondern umfasst darüber hinaus auch die Gemeinden Dragun, Kneese, Krembz, Lützow, Mühlen Eichsen, Perlin, Pokrent, Roggendorf, Rögwitz, Schildetal und Veelböken. Gadebusch selbst ist dem Ober- und Mittelbereich von Schwerin zugeordnet.

Gadebusch verfügt über ein beschlossenes **Zentrenkonzept aus dem Jahre 2008**. In diesem Zentrenkonzept wurde das Hauptgeschäftszentrum abgegrenzt, vier Nahversorgungsstandorte festgelegt und ein Solitärstandort bestimmt. Zudem wurde eine Sortimentsliste zur Bestimmung der Zentrenrelevanz von Einzelhandels Sortimenten aufgestellt. Das Zentrenkonzept basiert auf einer Einzelhandelsuntersuchung aus dem Jahre 2006.

Aktuell gibt es Bestrebungen des Einzelhandels, sich in der Stadt neu aufzustellen. Vor dem Hintergrund der sich veränderten sozioökonomischen Rahmenbedingungen, dem Wandel im Konsumverhalten und der aktuellen Standortanforderungen des Einzelhandels, schreibt die Stadt Gadebusch das Einzelhandelsgutachten aus 2006 fort, um mögliche Standortverschiebungen bewerten zu können.

## 1.2 Untersuchungsdesign

Folgende Untersuchungsschritte wurden zur Fortschreibung des Einzelhandel- und Zentrenkonzepts vorgenommen:

### Baustein 1: Grundlagenuntersuchung

Basis der Untersuchung stellt eine gründliche Analyse der IST-Situation dar. Neben den allgemeinen Rahmendaten wird dabei besonderes Augenmerk auf die Angebotsanalyse und -bewertung gelegt.

- Darstellung der **planerischen Ausgangssituation**; Vorgaben der Landes- und Regionalplanung<sup>1</sup>, zentralörtliche Bedeutung von Gadebusch und Versorgungsfunktion; Darstellung der regionalen Wettbewerbssituation;
- Analyse des **Makrostandorts** Gadebusch sowie der **sozioökonomischen Eckdaten** in der Stadt Gadebusch als Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung (Einwohnerentwicklung und -prognose, Erwerbstätigkeit, einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau, Tourismusaufkommen, Pendlerbeziehungen, Erreichbarkeitsbeziehungen etc.);
- Analyse der aktuellen **Angebotssituation des Einzelhandels** im Stadtgebiet von Gadebusch sowie im raumordnerisch zugewiesenen Nahbereich; hierzu war zunächst eine **flächendeckende und vollständige Erfassung sämtlicher Einzelhandelsbetriebe** in Gadebusch und im Nahbereich vorzunehmen; die Daten wurden über aussagekräftige Karten, Grafiken und Tabellen dargestellt und nach Lagen/ Standorten, Verkaufsflächen/Anzahl Betriebe, Branchen/Sortimenten und Betriebsformen analysiert; hierfür war auch eine einzelbetriebliche Umsatzschätzung sämtlicher Einzelhandelsbetriebe mit vorzunehmen, um auf Umsätze und Flächenproduktivitäten im örtlichen Handel schließen zu können<sup>2</sup>; darüber hinaus wurden die handelsergänzenden Dienstleister (z.B. Frisör, Bank, Post), Gastronomiebetriebe und öffentlichen/kulturellen/sozialen Nutzungen im Hauptgeschäftszentrum erfasst, da diese für die Attraktivität und Anziehungskraft des Ortskerns neben den Einzelhandelsnutzungen von großer Bedeutung sind; auch sämtliche Leerstandsflächen im Stadtgebiet wurden erhoben;
- Ermittlung und Darstellung von einzelhandelsrelevanten **Planvorhaben** im Untersuchungsraum;
- **Bewertung der Versorgungslage** in Gadebusch (Verkaufsflächendichten nach Branchen) unter Berücksichtigung der grundzentralen Versorgungsfunktion; Vergleich wichtiger einzelhandelsrelevanter Kennzahlen mit bundesdeutschen

---

<sup>1</sup> Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern 2016 und Regionales Raumentwicklungsprogramm Westmecklenburg (2011).

<sup>2</sup> Im Rahmen der einzelbetrieblichen Umsatzschätzung wurden für jeden Betrieb zunächst vertriebslinienspezifische Standard-Flächenproduktivitäten vergeben, die dann unter Berücksichtigung der Standort-/Lagequalität, der Wettbewerbssituation und der Kaufkraftverhältnisse entsprechend nach oben oder nach unten angepasst wurden.

Durchschnittswerten sowie geeigneten kommunalen Vergleichsdaten; Identifizierung von **Angebots- und Branchenlücken**; vergleichende Gegenüberstellung mit älteren Zahlen und Ableitung von Entwicklungstrends.

- Bewertung der **Funktionswahrnehmung des Ortskerns** im Verhältnis zu den übrigen Einzelhandelsstandorten im Stadtgebiet (u.a. anhand der Kenngrößen Citydichte und Cityanteil, gegliedert nach Hauptbranchengruppen<sup>3</sup>) sowie qualitative Einordnung der Innenstadt als Einzelhandelsstandort in das Einzelhandelsgefüge der Stadt/Region.
- **städtebauliche und versorgungsstrukturelle Analyse der relevanten Einzelhandelsstandorte** (zentrale Versorgungsbereiche, Nahversorgungszentren, Nahversorgungsstandorte, Sonderstandorte etc.) auf Basis intensiver Vor-Ort-Begehungen; Aussagen zur Versorgungsfunktion und Funktionsfähigkeit der einzelnen Standorte auf Basis einer kriteriengestützten Analyse (u.a. mit Aussagen zu Erreichbarkeit, Parkraumsituation, Aufenthaltsqualität, Städtebau/Architektur, Nutzungsmix, Lagequalität, Leerstandssituation, Potenzialflächen, Handelsdichte, Magnetbetriebe, Angebotsniveau, Betriebsformen, Branchen, Verkaufsflächen etc.); die Analyseergebnisse wurden in übersichtlichen und aussagekräftigen Standort-/Zentrenpässen zusammengefasst, die die Standorte beschreiben und charakterisieren; zudem wurden in den Zentrenpässen die wesentlichen Stärken und Schwächen der Zentren dargestellt und die Entwicklungspotenziale und Handlungsbedarfe zur Weiterentwicklung/Stabilisierung der Zentren benannt;
- Analyse der **bauplanungsrechtlichen Situation** (FNP, B-Pläne, unbeplanter Innenbereich) und der **Eigentümerstrukturen** an den relevanten Einzelhandelsstandorten (inkl. Standorte für Planvorhaben) und Ableitung von Schlussfolgerungen für die künftige Entwicklung der Zentrenstruktur;

## Baustein 2: Analyse der Nachfrage im Grundzentrum und im Einzugsgebiet

Der zweite Untersuchungsbaustein widmet sich der Analyse und Bewertung der aktuellen Nachfragesituation in Gadebusch.

- Ermittlung der Einwohnerzahl im Verflechtungsbereich (Gadebusch + Nahbereich) und Ableitung des einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzials** (sowohl insgesamt als auch gegliedert nach Branchen);
- Ermittlung und Bewertung zusätzlicher **Streukundenpotenziale** durch Touristen und Pendler; hierfür wurden aktuelle Tourismuszahlen und Daten zu Pendlerverflechtungen ausgewertet und in zusätzliche Kaufkraftpotenziale „umgerechnet“;
- Ermittlung des faktischen Marktgebiets (Einzugsgebiet), welches der Gadebuscher Einzelhandel derzeit anspricht und **Abgleich mit dem raumordnerisch zugewiesenen Nahbereich**;

<sup>3</sup> Citydichte = Verkaufsfläche der Innenstadt je Einwohner der Gesamtstadt; Cityanteil = Verkaufsflächenanteil der Innenstadt an der Gesamtverkaufsfläche

- Bestimmung der **Einzelhandelszentralität** der Stadt Gadebusch nach Branchen durch Gegenüberstellung von Umsätzen und Kaufkraftpotenzialen; dabei auch branchenspezifische Ermittlung und Bewertung der Kaufkraftbindung der ortsansässigen Bevölkerung, der Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland und der Kaufkraftabflüsse in das Umland sowie in den Online-Handel.

### Baustein 3: Konzeptentwicklung

Im Rahmen der Konzeptentwicklung werden die Grundlagen zur künftigen Einzelhandelssteuerung gelegt. Im Fokus stehen dabei vor allem die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sowie die Definition einer Sortimentsliste. Zudem gilt es den künftigen Flächenrahmen für die Einzelhandelsentwicklung zu bestimmen, um Erweiterungs- und Ansiedlungsbestrebungen einordnen zu können.

- Darstellung der Entwicklung der **Hauptantriebskräfte und Restriktionen der künftigen Flächenentwicklung** (z.B. Einwohnerentwicklung, Betriebsformenwandel, Kaufkraftentwicklung, strukturelle Defizite, Angebotslücken etc.); Ableitung des Flächenrahmens für die künftige Einzelhandelsentwicklung in Gadebusch nach Branchen (sortimentsseitige Entwicklungspotenziale) und Standorten (räumliche Entwicklungspotenziale);<sup>4</sup>
- Formulierung einer grundsätzlichen Einzelhandelsentwicklungsstrategie für die Stadt Gadebusch einschl. einer klaren Empfehlung für das anzustrebende hierarchische Standortprofil des Einzelhandels; Formulierung von **städtebaulichen Zielstellungen und Leitbildern zur Zentren- und Einzelhandelsentwicklung**;
- Überprüfung und (Neu-)Festlegung der örtlichen hierarchischen **Zentren- und Standortstruktur** (Hauptgeschäftszentrum, Nahversorgungszentren/-standorte, Sonderstandorte etc.) in der Stadt Gadebusch mit entsprechender Funktionszuweisung für die jeweiligen Standorte; diesbezüglich wurden Vorschläge für eine langfristig tragfähige, räumlich-funktionale Aufgabenteilung der einzelnen Standorte unterbreitet;
- kritische Überprüfung und ggf. modifizierte räumliche **Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs** Hauptgeschäftszentrum Gadebusch (inkl. Kartierung und Begründung) sowie ggf. weiterer Standortbereiche des Einzelhandels in Gadebusch anhand nachvollziehbarer Kriterien;<sup>5</sup>

<sup>4</sup>Nach einem aktuellen Urteil des EuGH (Visser/Appingedam) ist die europäische Dienstleistungsrichtlinie auch auf städtebauliche Pläne zur Steuerung von Einzelhandel anwendbar. Nachfrage- und kaufkraftorientierte Untersuchungen werden danach als unzulässige wirtschaftliche Bedarfsprüfungen grundsätzlich in Frage gestellt. Insofern sei darauf hingewiesen, dass der im Rahmen eines Einzelhandelskonzepts ermittelte Entwicklungsrahmen lediglich als Orientierungsrahmen für die künftige Einzelhandelsentwicklung zu verstehen ist und nicht ungefiltert in die Bauleitplanung übernommen werden kann.

<sup>5</sup> Dr. Lademann & Partner orientieren sich für die räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche grundsätzlich an der aktuellen Rechtsprechung zur Erarbeitung von Einzelhandelskonzepten und zur Definition und Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen, um die Rechtssicherheit des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts zu gewährleisten. Maßgeblich ist hier vor allem der Leitsatz aus dem Urteil vom 11.10.2007 des BVerwG 4 C 7.07.

- quantitative und qualitative Bewertung der Leistungs- und Zukunftsfähigkeit der wohnstandortnahen **Nahversorgungsstruktur**; dabei Ermittlung und Bewertung von Nahversorgungsdichten (nahversorgungsrelevante Verkaufsfläche je Einwohner gesamt/nach Teilräumen), der räumlichen Abdeckung der verbrauchernahen Versorgung (Identifizierung über- und unterversorgter Bereiche) und der nahversorgungsrelevanten Betriebstypenstruktur; Bewertung sämtlicher strukturprägender Lebensmittelbetriebe hinsichtlich möglicher Anpassungsbedarfe anhand transparenter Kriterien (z.B. Verkaufsflächengröße, Anzahl Stellplätze, Marktauftritt) vor dem Hintergrund des demografischen Wandels und veränderter Standortanforderungen und Betriebskonzepte<sup>6</sup>; Schlussfolgerungen und Empfehlungen zur Sicherung/Verbesserung der wohnortnahen Grundversorgung;
- **übergeordnete/gesamstädtische Empfehlungen** zur Sicherung und Stärkung des Einzelhandels in der Stadt Gadebusch sowie zur Strukturentwicklung (Branchenmix, Betriebstypenbesatz, Schließung von Angebotslücken etc.) unter Berücksichtigung der grundzentralen Versorgungsfunktion, der regionalen Wettbewerbssituation, der dynamischen Entwicklung des Online-Handels und der ermittelten Entwicklungsmöglichkeiten und -erfordernisse;
- Herausarbeiten **standortspezifischer Handlungsempfehlungen für die wesentlichen Einzelhandelsstandorte** im Stadtgebiet;
  - Aufzeigen von Entwicklungspotenzialen und Benennung konkreter Handlungsziele für das Hauptgeschäftszentrum sowie Identifizierung von Möglichkeiten zur Stabilisierung und Stärkung des Hauptgeschäftszentrums; dabei u.a. Identifizierung und Bewertung von Potenzialflächen und Umgang mit Leerständen (Nutzungsseignung für Einzelhandel?)
  - Entwicklungsempfehlungen für die sonstigen Einzelhandelsstandorte im Stadtgebiet unter Berücksichtigung der baurechtlichen Situation (Zukunftsfähigkeit, Weiterentwicklung, Nachnutzung, Überplanung etc.)
- Formulierung bzw. Aktualisierung der **ortstypischen Sortimentsliste** („Gadebuscher Liste“) zur Einstufung der Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz einzelner Branchen unter Bezug auf die Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamts (WZ 2008); maßgeblich für die Einstufung der Sortimente sind vor allem die faktische Zentrenrelevanz, die Eigenschaften der Warengruppen hinsichtlich Transportsensibilität, Platzbedarf und Flächenproduktivität/Mietkostenbelastung sowie planerische Überlegungen zur Attraktivitätssteigerung der zentralen

---

Die grafische Darstellung erfolgt mit Hilfe eines Geografischen Informationssystems (GIS). Üblicherweise verwenden wir Karten von TomTom und OpenStreetMap sowie Luftbilder von Esri bzw. GeoContent als Grundlage. Sollten Sie über eigenes Kartenmaterial verfügen, ist es (in den meisten Fällen) auch möglich, dieses als Kartengrundlage (z.B. für die Darstellung der Zentrenabgrenzungen) zu nutzen.

<sup>6</sup> Der Lebensmitteleinzelhandel hat seine Flächenansprüche in den letzten Jahren kontinuierlich ausgeweitet, um den Einkaufskomfort für die Kunden zu erhöhen (u.a. breitere Gänge, niedrigere Regale, ansprechendere Warenpräsentation), die Betriebsabläufe zu optimieren (weniger Lagerfläche) und die gestiegene Sortimentsvielfalt (u.a. Bio, Fair Trade, Regionalität, Frische) abbilden zu können.

Versorgungsbereiche<sup>7</sup>; für strittige Sortimente (z.B. Jagdbedarf, Kinderwagen, Reitsport etc.) wird u.U. eine Detailbetrachtung vorgenommen;

- **Bewertung der aktuellen Einzelhandelsvorhaben** im Stadtgebiet im Sinne einer Kompatibilitätsprüfung im Hinblick auf die städtebaulichen Zielstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts; auch wenn im Rahmen des Einzelhandelskonzepts noch keine detaillierte Verträglichkeitsanalyse vorgenommen wurde, sollten die städtebaulichen Wirkungen im Falle einer Umsetzung der Planvorhaben im Kontext der aktuellen Rahmenbedingungen und der Ziele und Leitlinien des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts sowie unter Berücksichtigung des Entwicklungsrahmens grob skizziert werden; im Ergebnis wurden klare Handlungsempfehlungen zum weiteren Umgang mit den einzelnen Planvorhaben abgegeben;
- Empfehlungen zur künftigen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung und **Umsetzung des Einzelhandelskonzepts** in der kommunalen Bauleitplanung; wurde ein Prüfschema für die Beurteilung künftiger Einzelhandelsvorhaben entwickelt und daraus Ansiedlungsleitsätze abgeleitet. Diese transparenten und nachvollziehbaren Ansiedlungsleitsätze sollen dazu dienen, Einzelhandelsvorhaben (Neuansiedlungen, Verlagerungen, Erweiterungen) einheitlich zu bewerten und deren Übereinstimmung/Vereinbarkeit mit den Zielen des Einzelhandelskonzepts nach einheitlichen Maßstäben abzuprüfen.

## 1.3 Vorgehensweise

Folgende **Primär- und Sekundärerhebungen** waren insgesamt erforderlich, um das skizzierte Untersuchungskonzept umsetzen zu können:

- Durchsicht und Auswertung von übergeordneten Planungen, vorliegenden städtebaulichen Konzepten und Einzelhandelsgutachten etc.;
- Sekundäranalysen der Daten des Statistischen Landesamts, ggf. vorliegender kommunaler Daten sowie einschlägiger Institute bezüglich der sozioökonomischen Rahmendaten;
- vollständige Bestandserhebung aller Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Gadebusch sowie in den zum Nahbereich gehörigen Umlandkommunen, u.a. nach Standorten, Branchen/Branchenmix und Betriebstypen;<sup>8</sup>

<sup>7</sup> Selbst wenn ein Sortiment derzeit in den Zentren nicht signifikant vertreten sein sollte, könnte es dennoch zielführend sein, dieses als zentrenrelevant einzustufen, um Investitionen in dieser Branche in die Zentren zu lenken und damit die Attraktivität des Zentrums zu erhöhen.

<sup>8</sup> Die Bestandserhebungen erfolgten mittels physischer Begehungen sämtlicher Einzelhandelslokale durch professionell geschultes Personal sowie unter Einsatz einer eigens hierfür programmierten Smartphone-App nach dem Angebotsprinzip. D.h. die erhobenen Verkaufsflächen wurden nicht dem Hauptsortiment zugeschlagen, sondern nach Haupt- und Randsortiment differenziert nach Teilsortimenten aufgenommen. Hinsichtlich der Verkaufsflächendefinition liegt v.a. das Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vomn24.11.2005 (4 C 10.04) zugrunde.

- ergänzende Erhebungen der Leerstandsflächen sowie der handelsergänzenden Nutzungen im Ortskern (Dienstleister, Gastronomiebetriebe, öffentliche/kulturelle/ soziale Einrichtungen);
- gründliche Begehungen aller Standortbereiche des Einzelhandels in Gadebusch sowie der wesentlichen interkommunalen Wettbewerbsstandorte.

Gegenstand der Untersuchung war der stationäre Einzelhandel im engeren Sinne. Nachfrageseitig wurde zudem der nicht-stationäre Handel (Online- und Versandhandel) berücksichtigt, da er immer stärker an Bedeutung gewinnt und Verschiebungen zu Lasten des stationären Einzelhandels zu erkennen sind. Als **Prognosehorizont** wurde das Jahr 2025 zu Grunde gelegt.

## 2 Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Gadebusch

### 2.1 Lage im Raum und zentralörtliche Funktion

Die mecklenburg-vorpommerische Stadt Gadebusch befindet sich unweit der Grenze zu Schleswig-Holstein und ist dem Landkreis Nordwestmecklenburg zugeordnet. Die Stadt ist Verwaltungssitz des Amtes Gadebusch und Teil der Metropolregion Hamburg.

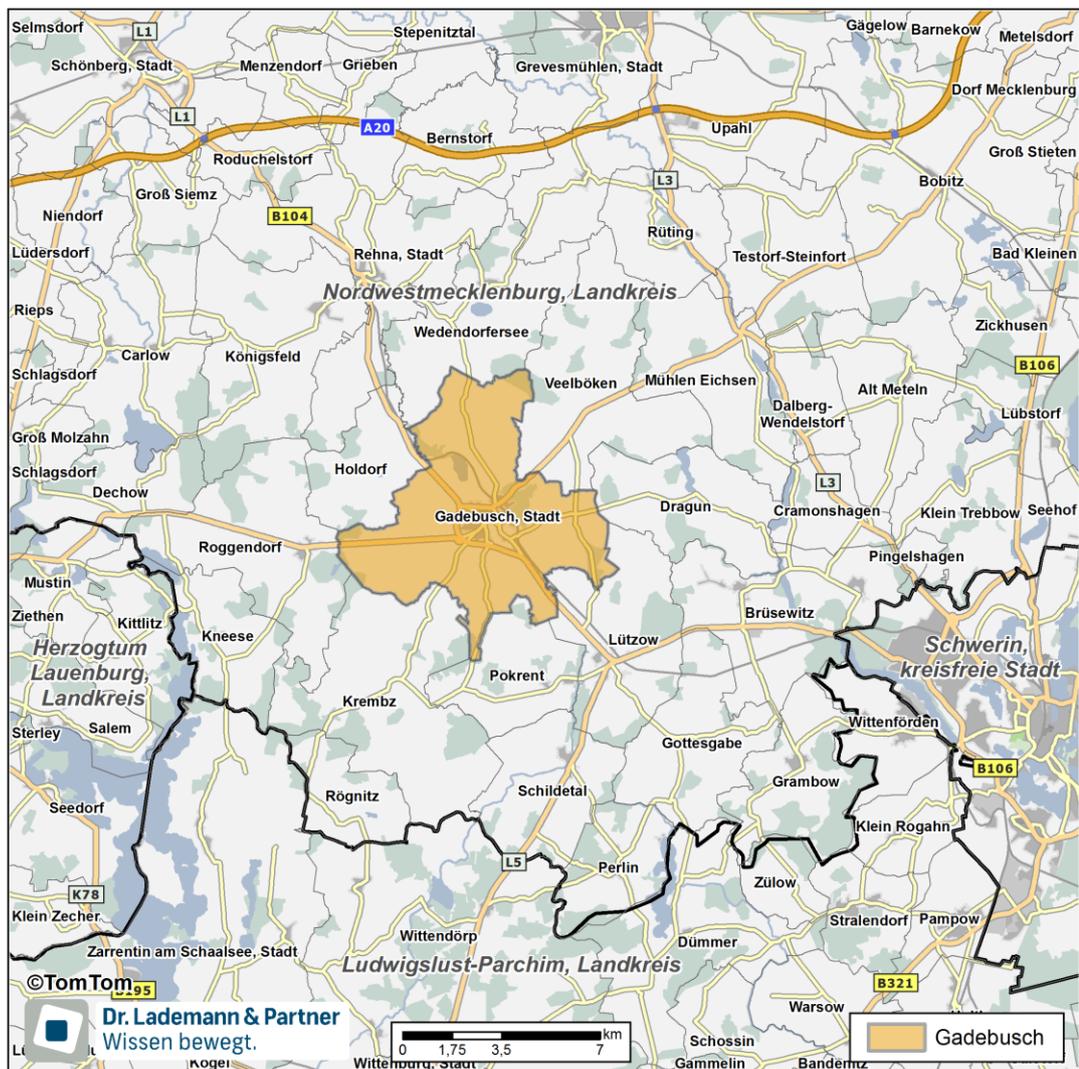


Abbildung 1: Lage im Raum

Zur Stadt Gadebusch gehören die Ortsteile Bucholz, Dorf Ganzow, Ganzow, Güstow, Klein Hundorf, Möllin, Neu Bauhof, Reinhardtsdorf, Stresdorf und Wakenstädt sowie 6 weitere Siedlungen.

Die **verkehrliche Anbindung** der Stadt Gadebusch erfolgt über die Bundesstraßen 104 und 208, die beide durch das Stadtgebiet verlaufen und sich im Westen der Stadt kreuzen. Dadurch ist die Stadt Gadebusch an das regionale Verkehrsnetz angebunden und weist damit in Verbindungen mit Landes- und Kreisstraßen (L 041, K 23, K 26, K 27) eine gute Erreichbarkeit von den Umlandkommunen auf. Die Autobahnen 20 und 24 liegen etwa 20 bis 30 Fahrminuten entfernt. Zudem besteht eine Anbindung an das Schienennetz über eine von der ODEG (Ostdeutsche Eisenbahn GmbH) betriebene Verbindung zwischen Parchim/Schwerin und Rehna die stündlich verkehrt. Mehrere Buslinien verbinden die Stadt Gadebusch überdies mit den umliegenden Gemeinden sowie der Landeshauptstadt Schwerin und Ratzeburg in Schleswig-Holstein.

Von Seiten der Landesplanung ist die Stadt Gadebusch als **Grundzentrum** eingestuft und soll somit die qualifizierte Grundversorgung, insbesondere der eigenen Bevölkerung sowie der Gemeinden des eigenen Nahbereichs, übernehmen. Zum **Nahbereich** der Stadt Gadebusch, definiert nach der Regionalplanung Westmecklenburg, gehören die Gemeinden:

- Dragun,
- Kneese,
- Lützwow,
- Mühlen Eichsen,
- Perlin,
- Pokrent,
- Roggendorf,
- Rögnitz,
- Schuldetal
- und Veelböken.

Die konkrete Ausdehnung des grundzentralen Verflechtungsbereichs hängt stark mit den Siedlungsstrukturen innerhalb der Planungsregion zusammen. Aufgrund der ausgeprägten ländlichen Strukturen im Umland von Gadebusch verfügt die Stadt über einen relativ weiträumigen Nahbereich. Es kommt zudem zu keiner Überlagerung des Nahbereichs mit dem Nahbereich eines anderen Grundzentrums.

Nächstgelegene Orte mit grundzentraler Funktion sind Rehna (rd. 10 km in nördlicher Richtung), Bad Kleinen (rd. 30 km in nordöstlicher Richtung), Zarrentin am Schaalsee (rd. 30 km in südwestlicher Richtung) und Wittenburg (rd. 25 km in südlicher Richtung). Die nächstgelegenen Orte mit höherrangigen Zentralitätsfunktionen sind das schleswig-holsteinische Unterzentrum mit Teilfunktion eines Mittelzentrums Ratzeburg (rd.

25 km westlich), das Mittelzentrum Grevesmühlen (rd. 25 km in nördlicher Richtung) sowie die Oberzentren Schwerin (rd. 25 km in östlicher Richtung) und Lübeck (rd. 40 km in nordwestlicher Richtung).

Auf der nachfolgenden Karte sind die regionalen Wettbewerbsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel, welchem hinsichtlich der grundzentralen Versorgung der Gadebuscher Bevölkerung die größte Bedeutung beizumessen ist, dargestellt. Die Wettbewerbssituation bestimmt nicht nur die räumliche Ausdehnung des grundzentralen Verflechtungsbereichs, sondern auch die Ausprägung des Gadebuscher Marktgebiets, welches im Rahmen von Kapitel 4 näher definiert wird.

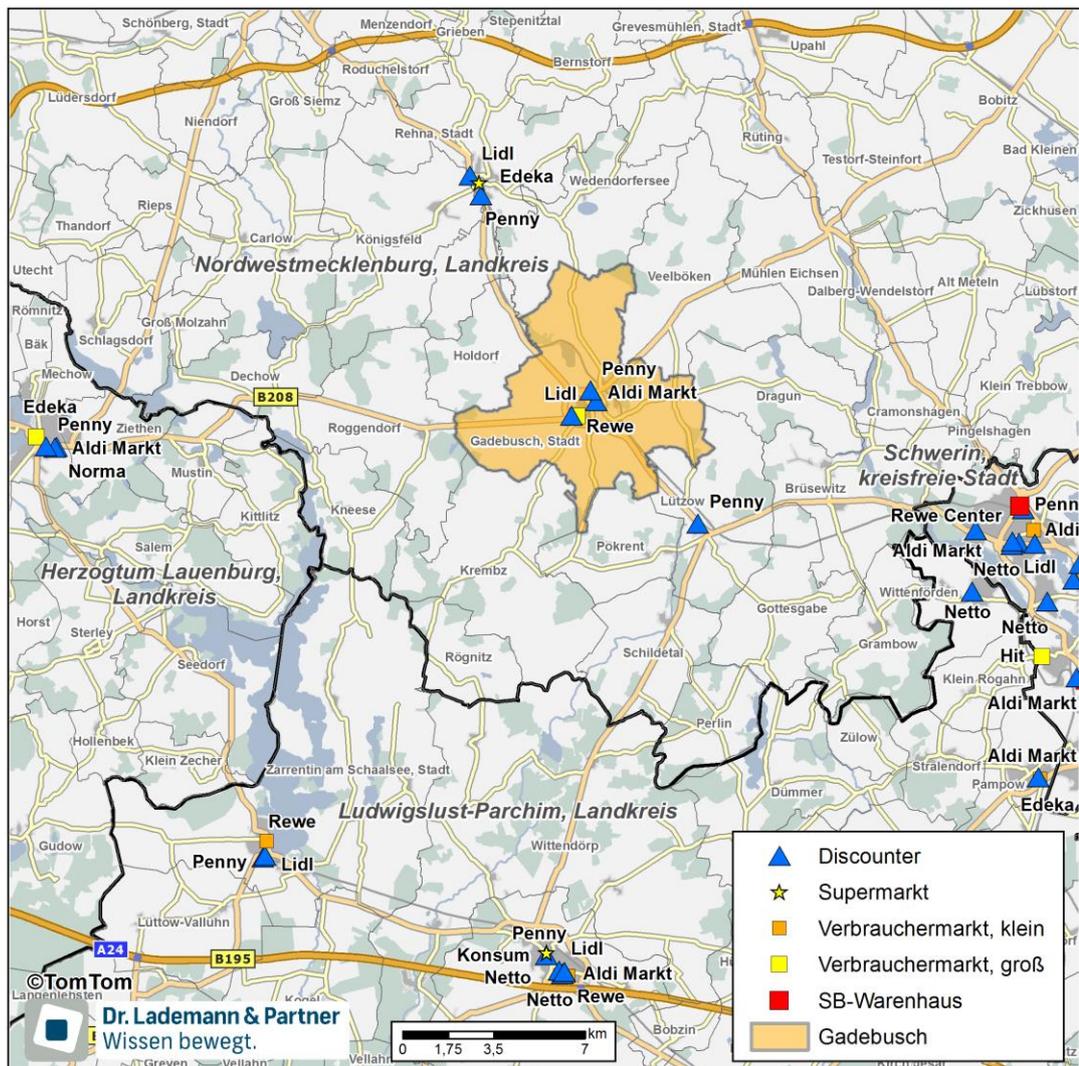


Abbildung 2: Wettbewerbsstrukturen im Untersuchungsraum

Wie die Abbildung zeigt, verfügt die Stadt Gadebusch über mehrere strukturprägende Lebensmittelanbieter, welche in erster Linie zwar auf die Nahversorgung der lokalen Bevölkerung im Stadtgebiet ausgerichtet sind, jedoch auch die Grundversorgung in den umliegenden Gemeinden unterstützen. In diesem stark dörflich geprägten Kommunen bestehen nur vereinzelt Nahversorgungsangebote (z.B. Penny-

Lebensmitteldiscounter in Lützwow), sodass aufgrund der räumlichen Nähe und der guten verkehrlichen Anbindung an Gadebusch, von einer relativ starken Einkaufsorientierung der dort lebenden Verbraucher auf die Einzelhandels- bzw. Nahversorgungsangebote in Gadebusch ausgegangen werden kann. Wie bereits beschrieben, trägt diesem Umstand auch die Regionalplanung Rechnung, indem zahlreiche Umlandkommunen dem grundzentralen Verflechtungsbereich von Gadebusch zugeordnet sind.

Wenngleich die in den umliegenden Grundzentren befindlichen Grundversorgungsangebote die räumliche Ausstrahlung des Gadebuscher Marktgebiets limitieren, ist für den periodischen Bedarf insgesamt von einer moderaten interkommunalen Wettbewerbssituation auszugehen. Damit ergibt sich für Gadebusch die Chance, die lokal vorhandene Kaufkraft zu großen Teilen selbst zu binden und Kaufkraftabflüsse an Versorgungsstandorte außerhalb Gadebuschs zu minimieren. Gleichzeitig ist es jedoch umso wichtiger, dass die Stadt Gadebusch ihrer grundzentralen Versorgungsaufgabe vollständig nachkommt, um für die lokal ansässige Bevölkerung (und die Bevölkerung im grundzentralen Verflechtungsbereich) eine sowohl unter quantitativen als auch nach qualitativen Gesichtspunkten hochwertige Grundversorgung sicherzustellen.

## 2.2 Sozioökonomische Rahmenbedingungen

Die **Bevölkerungsentwicklung in** Gadebusch verlief seit 2015 mit einer jährlichen Schrumpfung von rd. - 0,1 % p.a. leicht negativ und dennoch insgesamt weitestgehend stabil. Nach Angaben des Statistischen Landesamts lebten in Gadebusch am 01.01.2020

### **rd. 5.500 Einwohner.**

Im regionalen Vergleich lag die Einwohnerentwicklung damit unterhalb der umliegenden Grundzentren (+ 0,5 % p.a. bzw. + 0,1 % p.a.) und des Oberzentrums Schwerin (+ 0,8 % p.a.). Im Nahbereich fallen die Entwicklungen divers aus und umfassen Werte von - 1,2 % p.a. in Veelböken und + 0,9 % p.a. in Kneese. Der Landkreis Nordwestmecklenburg sowie das Land Mecklenburg-Vorpommern zeigen leichte Einwohnerzuwächse (+ 0,2 % p.a. bzw. + 0,1 % p.a.).

## Einwohnerentwicklung in der Gemeinde Gadebusch, Stadt im Vergleich

Gemeinde, Landkreis, Land	2015	2020	abs.	+/- 15/20		Veränderung p.a. in %
				in %		
Gadebusch, Stadt	5.482	5.463	-19	-0,3		-0,1
Dragun	769	750	-19	-2,5		-0,5
Kneese	317	332	15	4,7		0,9
Kremlitz	876	873	-3	-0,3		-0,1
Lützow	1.466	1.513	47	3,2		0,6
Mühlen Eichsen	989	969	-20	-2,0		-0,4
Perlin	373	379	6	1,6		0,3
Pokrent	688	674	-14	-2,0		-0,4
Roggendorf	1.013	989	-24	-2,4		-0,5
Rögnitz	194	198	4	2,1		0,4
Schildetal	781	770	-11	-1,4		-0,3
Veelböken	678	639	-39	-5,8		-1,2
Rehna, Stadt	3.493	3.573	80	2,3		0,5
Wittenburg, Stadt	6.247	6.265	18	0,3		0,1
Schwerin, Stadt	92.138	95.653	3.515	3,8		0,8
LK Nordwestmecklenburg	155.424	157.322	1.898	1,2		0,2
Mecklenburg-Vorpommern	1.599.138	1.608.138	9.000	0,6		0,1

Quelle: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern (Stand jeweils 01.01.)

**Tabelle 1: Einwohnerentwicklung in Gadebusch im Vergleich**

Für die **Prognose der Bevölkerungsentwicklung** in Gadebusch kann in Anlehnung an die Prognose von MB-Research<sup>9</sup> unter Berücksichtigung der tatsächlichen Entwicklung in den letzten Jahren davon ausgegangen werden, dass die Einwohnerzahlen auch in den nächsten Jahren weiter leicht sinken werden.

Im Jahr 2025 ist in der Stadt Gadebusch mit einer Bevölkerungszahl zu rechnen von

**rd. 5.400 Einwohnern (rd. - 0,2 % p.a.).**

Die **Altersstruktur** der Bevölkerung in Gadebusch entspricht dem Trend des demographischen Wandels. Wie die untenstehende Tabelle veranschaulicht, waren die Bevölkerungsgruppen im Erwerbsalter im Zeitraum zwischen 2015 und 2020 von Schrumpfung und Alterung betroffen. Der Anteil der Altersgruppe ab 65 Jahre an der Gesamtbevölkerung ist im gleichen Zeitraum hingegen deutlich gestiegen. Im Jahr 2020 waren ca. 27 % der Gadebuscher Bevölkerung 65 Jahre und älter. Zum Vergleich: Im Landkreis Nordwestmecklenburg lag der Anteil lediglich bei 24 %, im Land Mecklenburg-Vorpommern bei 25 %. Damit zeigt sich, dass der Anteil Hochbetagter (65+) in Gadebusch höher ist als im Landkreis Nordwestmecklenburg bzw. im Land Mecklenburg-Vorpommern insgesamt. Mit Blick auf die untenstehende Tabelle fällt jedoch auf

<sup>9</sup> Vgl. Kleinräumige Bevölkerungsprognose von MB-Research 2019. Die Modellrechnung berücksichtigt insbesondere Angaben des Statistischen Bundesamts (prozentuale Veränderung auf Ebene der Stadt- und Landkreise sowie Gemeinden > 2.000 Einwohner: 12. Koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung).

ebenfalls auf, dass auch die jungen Altersgruppen (unter 15 Jahre sowie 15 bis unter 25 Jahre) im Zeitraum zwischen 2015 und 2020 gleichzeitig gewachsen sind.

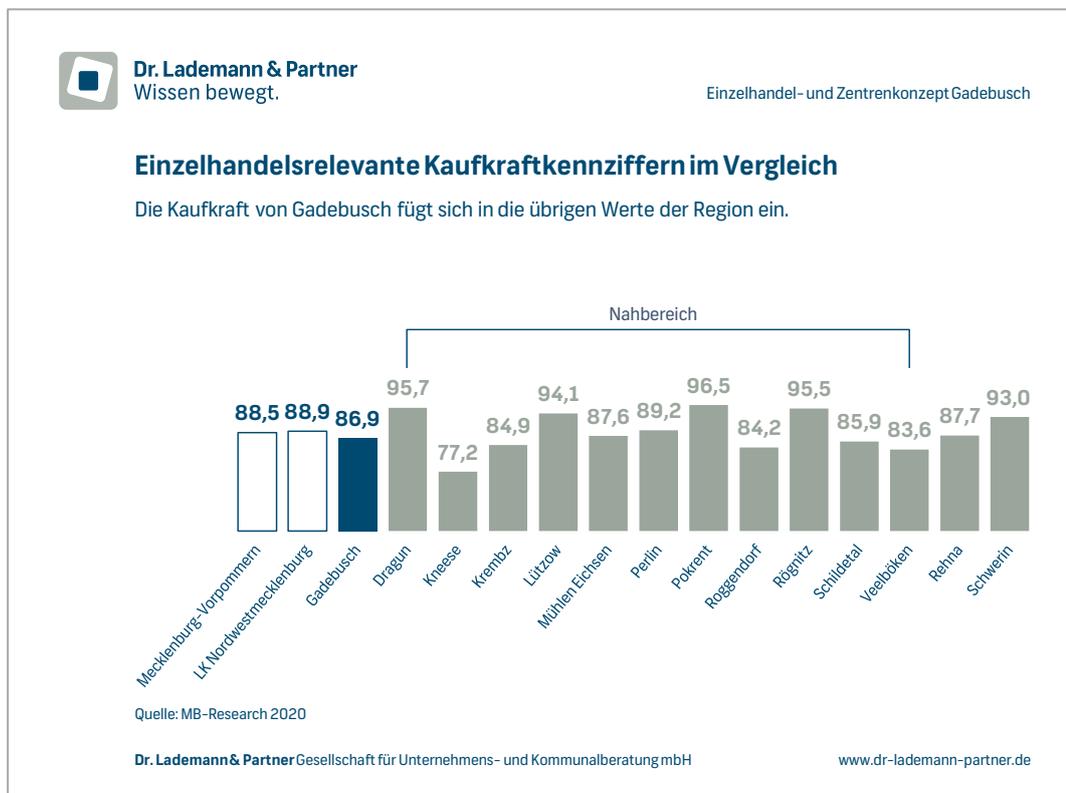
#### Altersstruktur in Gadebusch in %

Altersgruppen	2015	2020
unter 15 Jahre	12,6%	13,0%
15 bis unter 25 Jahre	7,2%	7,5%
25 bis unter 50 Jahre	30,5%	28,4%
50 bis unter 65 Jahre	24,4%	24,1%
ab 65 Jahre	25,2%	27,0%

Quelle: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern

**Tabelle 2: Altersstruktur der Stadt Gadebusch in 2015 und 2020**

Die Herausforderungen des demografischen Wandels wirken sich auch auf die Einzelhandelsentwicklung aus, indem wohnungsnahen Versorgungsstandorten für immobile Bevölkerungsgruppen ein besonderer Stellenwert zuzuschreiben ist. Darüber hinaus sollte sich der Einzelhandel auf ein zielgruppenspezifisches Angebot mit besonderem Fokus auf Senioren sowie auf Familien mit Kindern einstellen, um auf Verschiebungen im Einkaufsverhalten reagieren zu können (z.B. höhere Serviceaffinität).



**Abbildung 3: Kaufkraftkennziffern im Vergleich**

Die Basis für das am Ort bzw. im Marktraum zur Verfügung stehende einzelhandelsbezogene Nachfragepotenzial bildet neben der Einwohnerzahl die

**einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer<sup>10</sup>**. Diese liegt in Gadebusch bei 86,9 und damit unterhalb des Niveaus des Landkreises Nordwestmecklenburg (88,9) und des Bundeslands Mecklenburg-Vorpommern (88,5) gesamt. Die Gemeinden des Nahbereichs zeigen Werte zwischen 77,2 (Kneese) und 96,5 (Pokrent). Insofern ist für Gadebusch eine nicht nur im Bundesvergleich unterdurchschnittliche Kaufkraft zu konstatieren, sondern auch eine leicht unter dem regionalen Durchschnitt liegende Kaufkraft.

Die **Beschäftigungssituation** im Landkreis Nordwestmecklenburg hat sich zwischen 2016 und 2019 deutlich verbessert. Die Arbeitslosenquote ist in diesem Zeitraum um rd. -1,9 %-Punkte gesunken und lag im Jahr 2019 bei rd. 5,8 %. Damit ist die Arbeitslosenquote im Vergleichszeitraum etwa weniger stark zurückgegangen als im Land Mecklenburg-Vorpommern (-2,6 %-Punkte) und dem östlichen Bundesgebiet (-2,1 %-Punkte) insgesamt. Allerdings bewegt sich die Arbeitslosenquote im Landkreis Nordwestmecklenburg ohnehin auf einem niedrigeren Niveau als im Bundesland Mecklenburg-Vorpommern (7,1 %) sowie dem östlichen Bundesgebiet (6,4 %) insgesamt. Dies wirkt sich positiv auf die Nachfragesituation im Einzelhandel aus.

#### Entwicklung der Arbeitslosenquoten

Gebietseinheit	Arbeitslosenquote in %		+/- 16/19 %-Punkte
	2016	2019	
LK Nordwestmecklenburg	7,7	5,8	-1,9
Mecklenburg-Vorpommern	9,7	7,1	-2,6
Bundesgebiet (Ost)	8,5	6,4	-2,1

Quelle: Bundesagentur für Arbeit: Arbeitsstatistik 2016-19 / Jahreszahlen, Nürnberg.

#### Tabelle 3: Entwicklung der Arbeitslosenquoten

Einen wichtigen Anhaltspunkt für die Verflechtungsbeziehungen der Stadt Gadebusch mit ihrem Umland (auch hinsichtlich der zu ermittelnden Einkaufsorientierungen) liefert ein Blick auf die **Aus- und Einpendlerströme**. Die Stadt Gadebusch verfügte 2019 über einen positiven Pendlersaldo von rd. 230 Personen. Das benachbarte Grundzentrum Rehna weist dagegen mit rd. -560 Personen einen negativen Pendlersaldo auf, ebenso wie der Landkreis Nordwestmecklenburg insgesamt.

Vor dem Hintergrund häufiger Kopplungsbeziehungen zwischen Arbeits- und Versorgungsweg – insbesondere im Segment des periodischen Bedarfs – ergibt sich dadurch ein zusätzliches Potenzial für den Einzelhandel.

<sup>10</sup> Vgl. MB-Research 2019, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern.

## Ein- und Auspendler in der Stadt Gadebusch, Stadt im Vergleich

Stadt, Kreis	Auspendler		Einpendler		Saldo	
	2016	2019	2016	2019	2016	2019
Gadebusch, Stadt	1.497	1.540	1.559	1.766	62	226
Rehna	1.126	1.206	621	649	-505	-557
Schwerin	10.456	10.561	25.696	25.668	15.240	15.107
LKNordwestmecklenburg	25.217	25.550	9.471	10.357	-15.746	-15.193

Quelle: Bundesagentur für Arbeit: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte 2016/19.

**Tabelle 4: Ein- und Auspendler im Vergleich**

Sowohl das Bundesland Mecklenburg-Vorpommern als auch der Landkreis Nordwestmecklenburg konnten in den vergangenen Jahren ein deutlich gestiegenes Tourismusaufkommen verzeichnen. Dabei zeigt der Landkreis Nordwestmecklenburg im Vergleich mit Steigerungen von rd. 5,4 %-Punkten p.a. bei Übernachtungen und rd. 5,8 %-Punkten bei Gästeankünften eine hohe Dynamik. Es sei jedoch darauf hingewiesen, dass vom Statistischen Landesamt nur die Betriebe mit mehr als neun Betten erfasst werden und auch die Zahl der Tagesgäste in der Statistik nicht enthalten ist. Das tatsächliche **Tourismusaufkommen** ist demnach größer einzuschätzen, wobei der Tourismus für den Einzelhandel in der Stadt Gadebusch aufgrund der räumlichen Entfernung zu den Haupttouristengebieten eine eher untergeordnete Rolle spielt.

## Tourismusentwicklung in der Stadt Gadebusch zwischen 2016 und 2019

## Übernachtungen

Stadt, Kreis, Land	2016	2019	abs.	+/- 16/19		Veränderung p.a. in %
				in %		
Schwerin, Stadt	347.974	365.868	17.894	5,1		1,7
LKNordwestmecklenburg	2.245.317	2.629.383	384.066	17,1		5,4
Mecklenburg-Vorpommern	30.292.481	34.177.199	3.884.718	12,8		4,1

## Gästeankünfte

Stadt, Kreis, Land	2016	2019	abs.	+/- 16/19		Veränderung p.a. in %
				in %		
Schwerin, Stadt	200.497	203.983	3.486	1,7		0,6
LKNordwestmecklenburg	581.769	688.558	106.789	18,4		5,8
Mecklenburg-Vorpommern	7.565.819	8.362.988	797.169	10,5		3,4

Quelle: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern.

**Tabelle 5: Tourismusentwicklung im Vergleich**

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen für den Einzelhandel in der Stadt Gadebusch sind differenziert zu beurteilen: Die stagnierende Bevölkerungsentwicklung, die unterdurchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft und der überdurchschnittliche Anteil Über-65-Jähriger schränken auf der einen Seite die Weiterentwicklungsmöglichkeiten ein. Die Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt sowie der positive Pendlersaldo induzieren hingegen positive Impulse auf die künftige Einzelhandelsentwicklung.

## 2.3 Planerische Ausgangslage

Das vorliegende Einzelhandelsentwicklungskonzept basiert auf den städtebaurechtlichen Grundlagen des BauGB und der BauNVO sowie der aktuellen Rechtsprechung. Zur Erarbeitung waren auch die Bestimmungen der Landesplanung in Mecklenburg-Vorpommern<sup>11</sup> und der Regionalplanung für den Regionalen Planungsverband Westmecklenburg<sup>12</sup> zu berücksichtigen.

Für die Bewertung von Einzelhandelsgroßprojekten sind für das Grundzentrum Gadebusch folgende, additiv verknüpfte Kriterien von Bedeutung:

### ■ LEP 2016 3.3.2 Ziffer 1 (Konzentrationsgebot)

Einzelhandelsgroßprojekte und Einzelhandelsagglomerationen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO sind nur in zentralen Orten zulässig.

### ■ LEP 2016 3.3.2 Ziffer 2 (Kongruenzgebot)

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

### ■ LEP 2016 3.3.2 Ziffer 3 (Integrationsgebot)

Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind nur in Innenstädten/Ortszentren und in sonstigen zentralen Versorgungsbereichen zulässig.

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 [Anmerkung: im LEP MV] 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.

---

<sup>11</sup> Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern 2016 (i.F. LEP MV).

<sup>12</sup> Regionales Raumentwicklungsprogramm Westmecklenburg 2011 (i.F. RP Westmecklenburg).

#### ■ LEP 2016 3.3.2 Ziffer 4 (Standorte für nicht-zentrenrelevante Vorhaben)

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.

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).

#### ■ LEP 2016 3.3.2 Ziffer 5 (Einzelhandelskonzepte und zentrale Versorgungsbereiche)

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.

Im Regionalen Raumentwicklungsprogramm Westmecklenburg aus dem Jahre 2011 heißt es im Punkt 4.3.2 (9) ergänzend:

Einzelhandelsvorhaben sollen den Ausbau des Tourismus in Westmecklenburg unterstützen. Das trifft sowohl für die Entwicklung und Attraktivitätsstärkung der historischen Altstädte als auch für die Tourismusorte zu.

## 3 Nachfragesituation in der Stadt Gadebusch

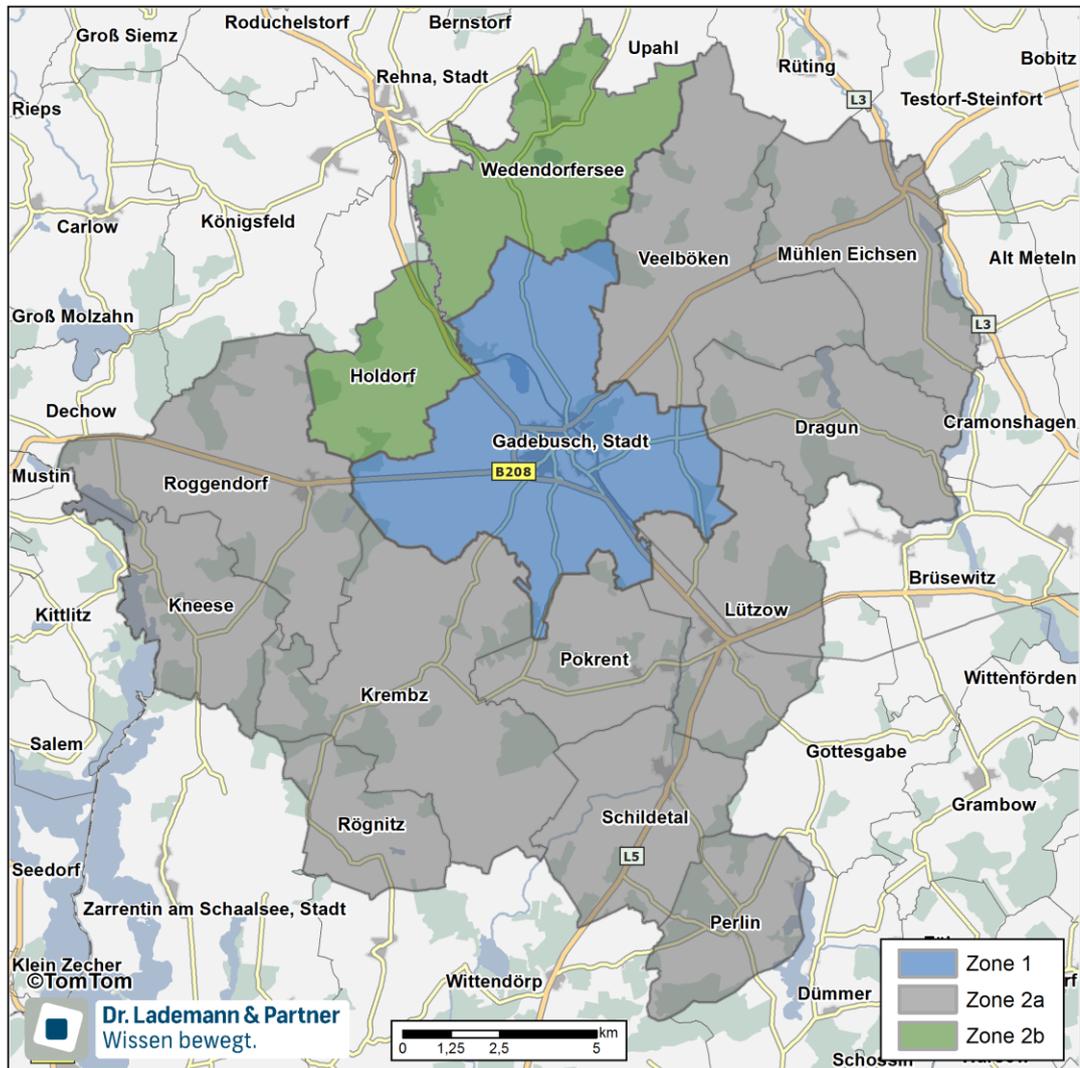
### 3.1 Marktgebiet der Stadt Gadebusch

Das **Marktgebiet einer Stadt bzw. einer Gemeinde** bezeichnet den räumlichen Bereich, den die Summe aller Einzelhandelsbetriebe einer Stadt resp. Gemeinde (= der örtliche Einzelhandel) insgesamt anzusprechen vermag.

Die Ermittlung des Marktgebiets erfolgte auf Basis der Zeit-Distanz-Methode und den Ergebnissen der vorliegenden Untersuchungen zum Einzelhandel. Daneben wurden die spezifische Wettbewerbssituation im Raum und deren Veränderungen in den letzten Jahren sowie die infrastrukturellen und topografischen Verhältnisse berücksichtigt. Eine teilweise Überschneidung/Überlappung mit den Marktgebieten benachbarter zentraler Orte ist dabei immer gegeben.

Das Marktgebiet ist in drei Zonen untergliedert, die der unterschiedlich hohen Intensität der Nachfrageabschöpfung in diesem Gebiet entsprechen. Das Gadebuscher Stadtgebiet stellt dabei die Zone 1 dar. Hier ist, insbesondere aufgrund der räumlichen Nähe zwischen den Wohnstandorten und den örtlichen Einzelhandelsangeboten, mit der größten Marktdurchdringung bzw. Nachfragebindung zu rechnen.

Da Gadebusch verkehrlich sehr gut an das ländlich geprägte Umland angebunden ist verfügt die Stadt über einen relativ weiträumigen Naheinzugsbereich (= Zone 2). Dieser setzt sich zum einen aus dem in der Regionalplanung Westmecklenburg definierten Nahbereich, der aus den Gemeinden Dragun, Kneese, Lützow, Mühlen Eichsen, Perlin, Pokrent, Roggendorf, Rögnitz, Schuldetal und Veelböken gebildet wird, zusammen (= **Zone 2a**) sowie aus den direkt nördlich und nordwestlich an das Stadtgebiet von Gadebusch angrenzenden Gemeinden Holdorf und Wedendorfersee (= **Zone 2b**). Diese sind zwar regionalplanerisch dem Verflechtungsbereich des Grundzentrums Rehna zugeordnet, jedoch sind aufgrund der räumlichen Nähe faktisch durchaus Einkaufsverflechtungen der Stadt Gadebusch anzunehmen.



**Abbildung 4: Marktgebiet des Einzelhandels**

In dem Marktgebiet leben derzeit rd. 14.600 Personen. Davon entfallen rd. 93 % auf die Stadt Gadebusch und den definierten Nahbereich für den die Stadt den regionalplanerisch festgelegten Versorgungsauftrag besitzt.

Auf Basis der o.g. Bevölkerungsprognosen ist von einer leichten Abnahme des Einwohnerpotenzials bis 2025 auf

**rd. 14.500 Einwohner auszugehen.**

### Marktgebiet des Einzelhandels in Gadebusch, Stadt

Bereich	Zonen	2020	2025
Gadebusch, Stadt	Zone 1	5.463	5.400
Nahbereich	Zone 2a	8.086	8.080
Umland	Zone 2b	1.047	1.040
<b>Einzugsgebiet</b>	<b>Gesamt</b>	<b>14.596</b>	<b>14.520</b>

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

**Tabelle 6: Marktgebiet des Einzelhandels**

Hinzu kommen noch Gelegenheitskunden. Diese setzen sich aus außerhalb des Marktgebiets lebenden Personen wie Tages- und Übernachtungsgäste, Durchreisende, Einpendler, Ziel- und Zufallskunden zusammen und werden bei der nachfolgenden Potenzialanalyse als Streukundenpotenzial erfasst.

## 3.2 Nachfragepotenzial der Stadt Gadebusch

Auf Grundlage der Einwohnerzahlen und der Kaufkraft im Marktgebiet sowie des Pro-Kopf-Ausgabesatzes errechnet sich für 2020 ein **einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial** über alle Sortimente<sup>13</sup> innerhalb des Marktgebiets von

**rd. 91,0 Mio. €.**

Dabei handelt es sich um das Volumen, dass die Bewohner aus dem Marktgebiet der Stadt Gadebusch jährlich im Einzelhandel ausgeben – in der Stadt Gadebusch selbst und/oder an anderen Standorten/Einkaufskanälen (z.B. Online-Handel).

Unter Berücksichtigung der leicht abnehmenden Bevölkerungsplattform ergibt sich für das Marktgebiet der Stadt Gadebusch für den Prognosehorizont 2025 ein einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial über alle Sortimente von

**rd. 90,5 Mio. €.**

<sup>13</sup> Die Sortimente werden nach Sortimenten des kurzfristigen (v.a. Lebensmittel), mittelfristigen (Sortimente, die überwiegend für die Innenstadt und die Zentren von Bedeutung sind) und langfristigen (Sortimente, die aufgrund ihrer Spezifikationen überwiegend nicht auf die Zentren zu verweisen sind) Bedarf gegliedert.

Auf die Zone 1 (Stadt Gadebusch) entfallen davon rd. 33,3 Mio. €, auf die Zone 2a rd. 50,9 Mio. € und die Zone 2b rd. 6,4 Mio. €.

Hinzu kommt noch das Potenzial der nur sporadisch auf Gadebusch orientierten Streukunden, welches die Gutachter auf eine Größenordnung von etwa 5-10 % vom Gesamtumsatz der Stadt Gadebusch ansetzen.



Abbildung 5: Nachfragepotential im Marktgebiet der Stadt Gadebusch

Bei dem für den örtlichen Einzelhandel zur Verfügung stehenden Nachfragepotenzial muss darauf hingewiesen werden, dass sich das Wachstum des Online-Handels in Deutschland seit Jahren fortsetzt. Dabei nimmt der Anteil und somit die Bedeutung am langsamer wachsenden Gesamteinzelhandel (stationär und nicht-stationär) – wenn auch abgeschwächt – weiter zu. Derzeit entfallen durchschnittlich 11 % des örtlichen Nachfragepotenzials auf den nicht-stationären Handel. Je nach Branche können diese Werte jedoch erheblich variieren. So fließen beispielsweise im Bundesschnitt bei Elektrobedarf etwa 34 % der Nachfrage in den Online-Handel ab. Das Segment des periodischen Bedarfs ist dahingegen aktuell (noch) weitgehend onlineresilient. Hier fließen aktuell lediglich rd. 2 % der Nachfrage ab. Nicht das gesamte Nachfragevolumen steht also dem stationären Einzelhandel auch tatsächlich zur Verfügung.

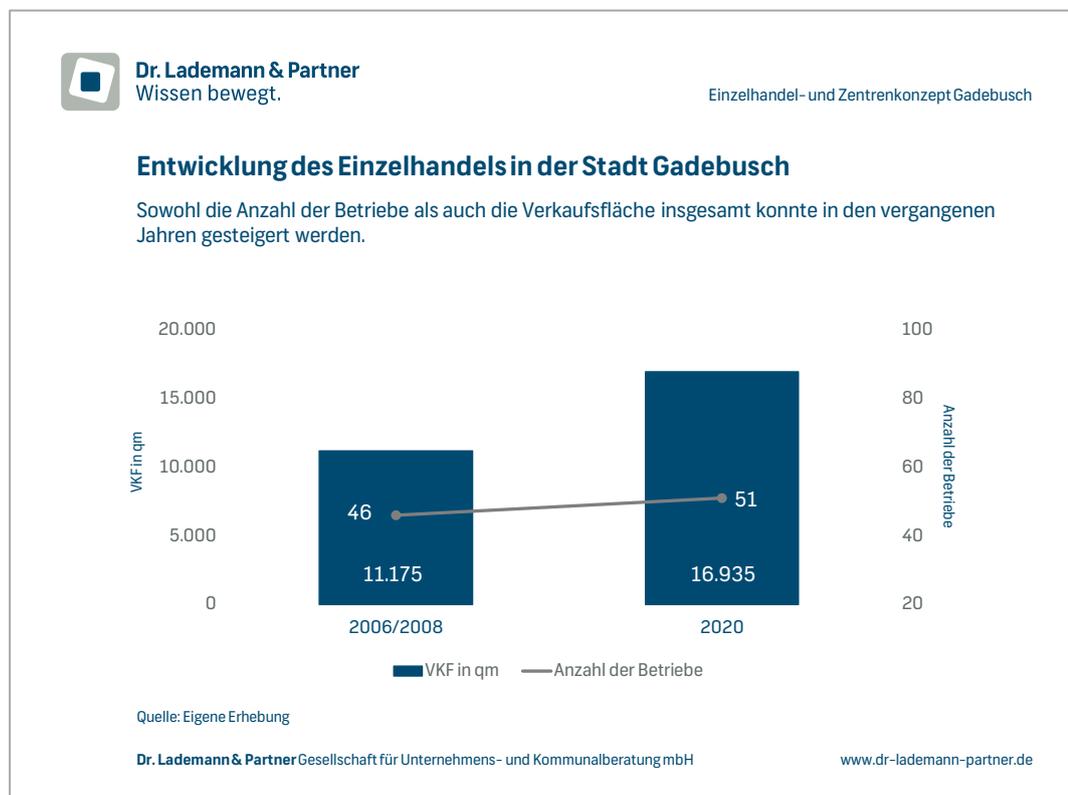
Im Marktgebiet der Stadt Gadebusch lebten im Jahr 2020 rd. 14.600 Personen. Perspektivisch ist mit einer leicht sinkenden Einwohnerzahl und einem damit verbundenen, ebenfalls leicht sinkenden Nachfragepotenzial zu rechnen. Dieses wird im Jahr 2025 bei rd. 90,5 Mio. € liegen. Im Kontext des interkommunalen Wettbewerbs und des Online-Handels bedarf es Anstrengungen die Nachfrage im Marktgebiet durch den stationären Handel vor Ort in Gadebusch zu binden. Dem Gadebusch zugewiesenen grundzentralen Versorgungsauftrag entsprechend, ist der Fokus dabei auf eine weitere, bedarfsgerechte Qualifizierung des Grundversorgungsangebots zu lenken.

## 4 Angebotssituation des Einzelhandels in der Stadt Gadebusch

### 4.1 Verkaufsflächenentwicklung

Im Oktober 2020 verfügte die Stadt Gadebusch in 51 Ladenschäften über eine aktiv betriebene<sup>14</sup> **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt

**rd. 16.900 qm.**



**Abbildung 6: Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Gadebusch seit 2006/2008**

Im zeitlichen Vergleich zur Situation 2006/2008<sup>15</sup> zeigt sich eine geringe Zunahme an Ladenlokalen von 46 auf 51. Im gleichen Zeitraum ist die Verkaufsfläche analog von rd. 11.200 erheblich auf rd. 16.900 qm angestiegen.

Der bundesdeutsche Trend zeigt eine stetige Zunahme der durchschnittlichen Verkaufsfläche je Ladeneinheit. Während vorwiegend kleine Geschäfte aus dem Markt ausscheiden, kommen tendenziell größere Betriebe neu hinzu, was sich auch in der

<sup>14</sup> Ohne Leerstände und ohne gesicherte Planvorhaben.

<sup>15</sup> Zu diesem Zeitpunkt wurde vom Gutachterbüro GSM (Gesellschaft für Service und Marketing des Einzelhandels mbH) ein Zentrenkonzept erarbeitet, das auf die Fortschreibung des Einzelhandelsgutachtens der BBE 2006 aufbaut.

Entwicklung in Gadebusch ablesen lässt. Das Gadebusch überhaupt noch einen Anstieg der Betriebe zu verzeichnen hat, ist allerdings nicht selbstverständlich. Beobachtungen in Kleinstädten zeigen vielmehr, dass die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe eher rückläufig ist. Die Zahlen für Gadebusch deuten also daraufhin, dass der Einzelhandelsstandort Gadebusch funktionsfähig ist.

Bei der Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeichnet sich folgendes Bild:

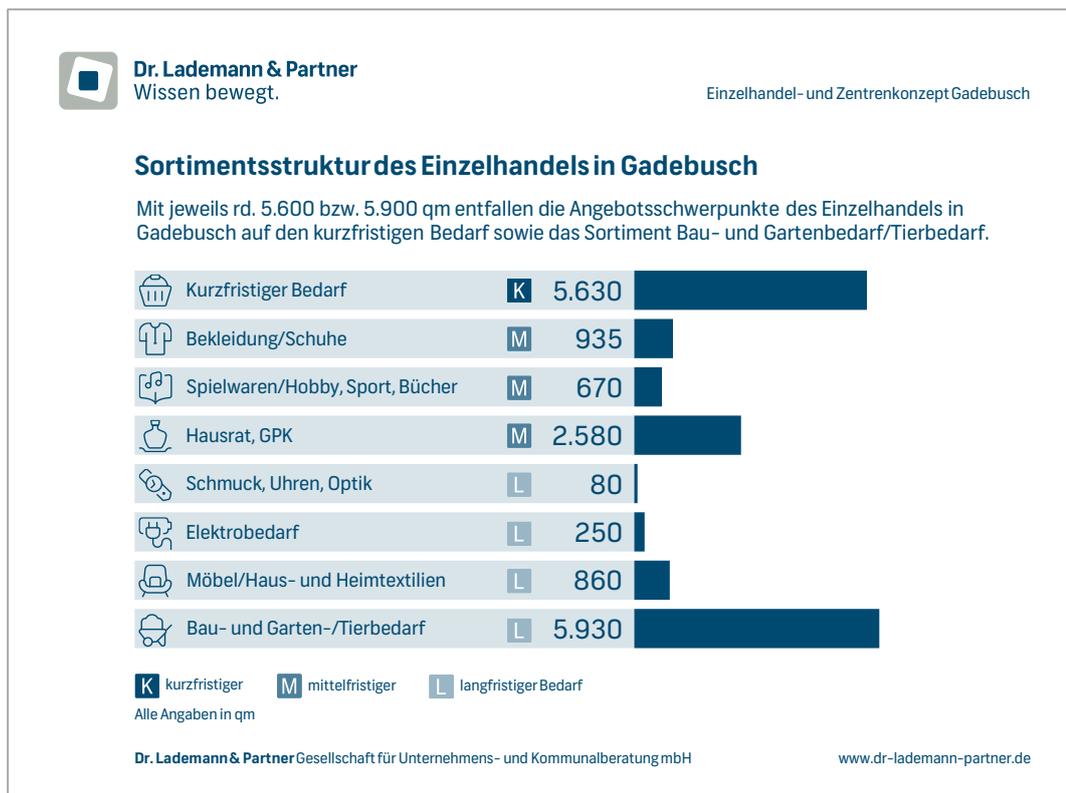


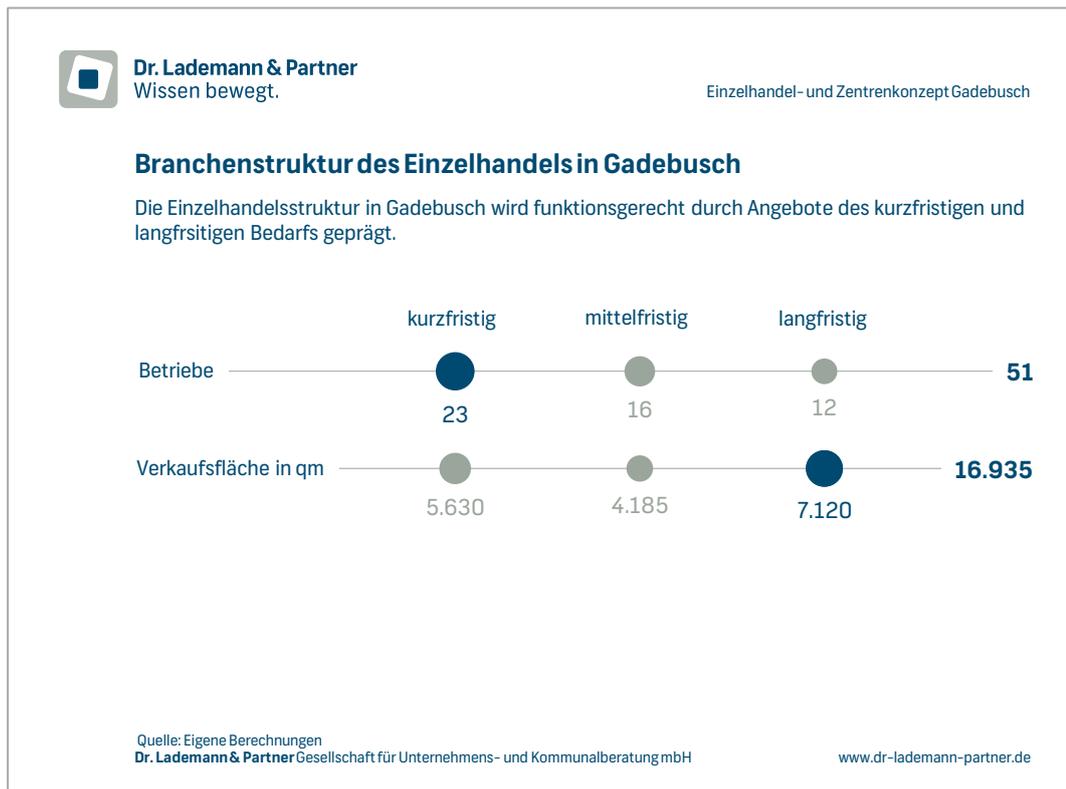
Abbildung 7: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Gadebusch

Die Differenzierung nach Branchengruppen zeigt, dass ein wesentlicher Sortimentschwerpunkt, wie für Grundzentren üblich und funktionsgerecht, auf den kurzfristigen bzw. periodischen Bedarf entfällt. Der Abbildung 15 kann jedoch weiterhin entnommen werden, dass ein erheblicher Teil des bestehenden Gesamteinzelhandelsangebots auch durch den langfristigen Bedarf gebildet wird – insbesondere das Sortiment Bau- und Gartenbedarf/Tierbedarf (v.a. Hagebaumarkt). Der mittelfristige Bedarf ist insgesamt geringer ausgeprägt, was jedoch nicht untypisch für ein Grundzentrum ist.

Insgesamt gesehen weist der Gadebuscher Einzelhandel eine Branchenstruktur auf, die tendenziell stärker durch Verkaufsflächen des kurzfristigen sowie des langfristigen Bedarfs geprägt ist:

- Mit rd. 5.600 qm entfallen rd. 33 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei 45 %.

- Mit rd. 4.200 qm entfallen rd. 25 % auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 16 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 42 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 7.100 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 12 %.

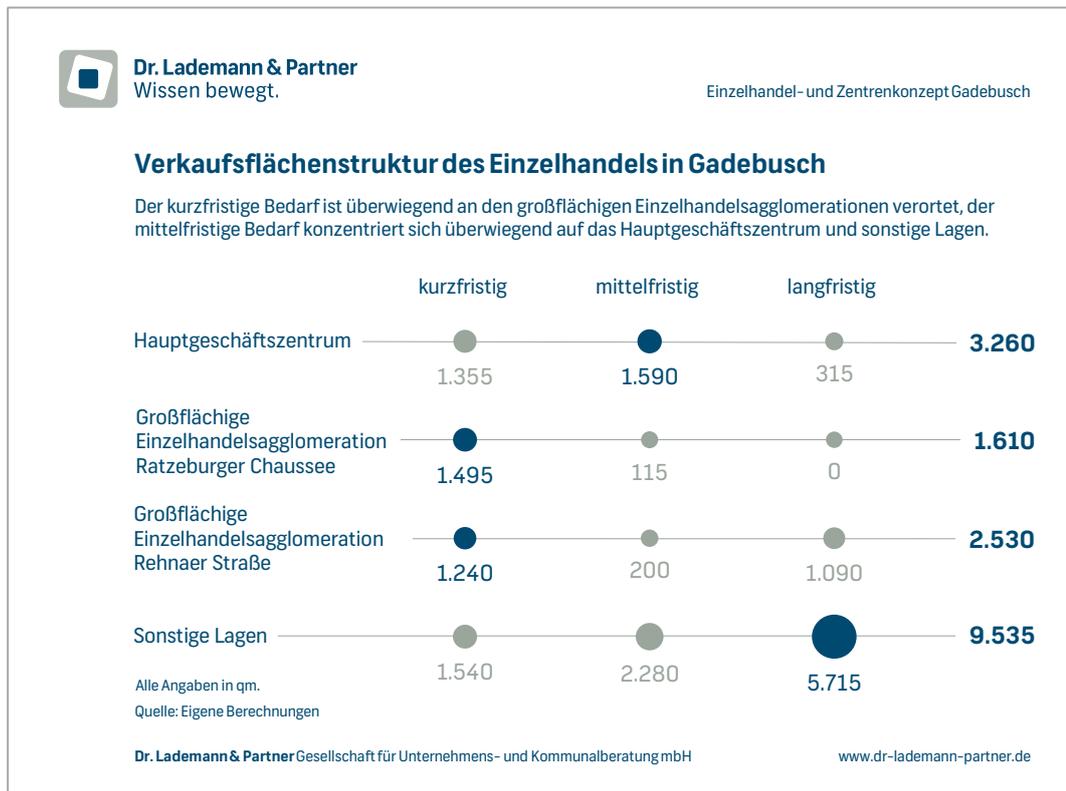


**Abbildung 8: Branchenstruktur des Einzelhandels**

Mit Blick auf die Branchenstruktur des örtlichen Einzelhandels lässt sich zusammenfassend feststellen, dass Gadebusch über ein differenziertes Angebotspektrum verfügt, welches aufgrund des breiten Angebots im langfristigen Bedarf (Bau- und Gartenbedarf) über die eigene Grundversorgung hinausreicht. Dies spricht für eine Attraktivität des Einzelhandelsstandorts Gadebusch und die Funktion eines Grundzentrums was über das eigene Stadtgebiet hinaus einen Nahbereich zu versorgen hat.

## 4.2 Raumstruktur des Einzelhandels

Im Folgenden wird die Verkaufsflächenstruktur nach Standortlagen differenziert dargestellt. Maßgeblich sind dabei die aktuellen faktischen großflächigen Einzelhandelsagglomerationen im Einzelhandelsgefüge. Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild der Einzelhandelsstruktur:



Lediglich rd. 19 % der Gesamtverkaufsfläche in Gadebusch werden im **Hauptgeschäftszentrum** vorgehalten. Die innerstädtischen Einzelhandelsangebote sind dabei überwiegend kleinteilig strukturiert, was sich auch am Anteil der Betriebe zeigt, der mit rd. 49 % an der Gesamtzahl bedeutend höher ausfällt. Etwa die Hälfte der gesamten Verkaufsfläche im Hauptgeschäftszentrum entfällt auf die Segmente des mittelfristigen Bedarfs, wobei sich der innerstädtische Anteil der gesamtstädtischen Verkaufsfläche in dieser Branchengruppe lediglich bei rd. 25 % liegt. Mit einem Anteil von rd. 42 % an der Gesamtverkaufsfläche des Hauptgeschäftszentrums nimmt auch der kurzfristige Bedarf eine gewichtige Rolle ein. Dieser wird v.a. von den Anbietern Aldi und Rossmann repräsentiert.

Auf die beiden **großflächigen Einzelhandelsagglomerationen** entfallen rd. 24 % der Gesamtverkaufsfläche von Gadebusch. Den Angebotsschwerpunkt bildet hier funktionsgerecht der kurzfristige Bedarf. Allerdings entfällt auf den Standort Rehnaer Straße auch ein bedeutender Anteil des langfristigen Bedarfs (rd. 6 %)

Unter den **Sonstigen Lagen** werden die übrigen Angebotsbereiche erfasst. Dabei handelt es sich vor allem um solitäre Lagen, die über das Stadtgebiet verteilt sind. Auf diese entfällt mit rd. 56 % der größte Anteil der Gesamtverkaufsfläche von Gadebusch. Angesichts ihres hohen Flächenbedarfs befinden sich Anbieter des langfristigen Bedarfs (wie z.B. Bau- und Gartenmärkte) typischerweise in diesen Streulagen und damit außerhalb zentraler Versorgungsbereiche.

## 4.3 Betriebsgrößenstruktur

Die durchschnittliche Betriebsgröße der Gadebuscher Einzelhandelsbetriebe liegt aktuell bei rd. 330 qm.

Naturgemäß erreichen die Anbieter langfristiger Sortimente aufgrund der flächenextensiven Strukturen mit rd. 1.150 qm eine größere durchschnittliche Verkaufsfläche als die kurz- und mittelfristigen Angebote, die durch eine größere Zahl kleinerer Spezialanbieter wie Bäcker/Fleischer und kleinerer Fachgeschäfte geprägt sind.

Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Gadebusch nach Standortbereichen

Durchschnittliche Verkaufsfläche	Hauptgeschäftszentrum	Ratzeburger Chaussee*	Rehnaer Straße*	Streulage	Gesamt
kurzfristig	169	748	310	171	245
mittelfristig	145	-	-	456	262
langfristig	53	-	1090	1143	593
Summe	130	805	506	502	332

Quelle: Dr. Lademann & Partner. \* großflächige Einzelhandelsagglomeration

**Tabelle 7: Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Gadebusch nach Standortbereichen**

Differenziert nach Standortlagen zeigt sich erwartungsgemäß, dass das Hauptgeschäftszentrum von Gadebusch durch eine sehr kleinteilige Betriebsgrößenstruktur geprägt ist, was auf die sehr kleinteilige Bebauungs- und Ladenstrukturen der Altstadt zurückzuführen ist. An den großflächigen Einzelhandelsagglomerationen und Streulagen bewegt sich die durchschnittliche Betriebsgröße hingegen auf einem deutlich höheren Niveau. Hier zählen strukturprägende Lebensmittelmärkte (> 400 qm VKF) und Fachmarktformate zu den dominierenden Betriebsformen.

In Gadebusch entfallen insgesamt rd. 60 % der Einzelhandelsverkaufsfläche auf 5 großflächige Betriebe (VKF > 800 qm):

Im **kurzfristigen Bedarf** bildet der Rewe-Verbrauchermarkt an der Ratzeburger Chaussee mit Abstand den flächengrößten Anbieter.

Bei den **mittelfristigen Sortimenten** stellen der XXL Sonderpostenmarkt sowie Antik und Trödel an der B 104 die flächengrößten Anbieter dar. Die Betriebe des mittelfristigen Bedarfs im Hauptgeschäftszentrum sind überwiegend kleinteilig strukturiert. Der größte Anbieter ist hier der Kik-Textildiscounter, der sich jedoch unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit befindet.

Den größten Anbieter im **langfristigen Bedarfsbereich** und zugleich den größten Einzelhandelsbetrieb der Stadt Gadebusch stellt der Hagebaumarkt an der Roggendorfer Chaussee im westlichen Stadtgebiet dar. Ein weiterer großflächiger Betrieb dieser Branchengruppe ist der Raiffeisen-Markt an der großflächigen Einzelhandelsagglomeration Rehnaer Straße.

Aktuell beträgt das Gesamtverkaufsflächenangebot in der Stadt Gadebusch rd. 16.900 qm. Seit der letzten Vollerhebung im Jahr 2006/2008 hat sich die Anzahl der Betreibe leicht erhöht, bei gleichzeitig ansteigender Verkaufsfläche. Die Stadt Gadebusch weist insgesamt eine durch den kurz- und langfristigen Bedarfsbereich geprägte Branchenstruktur auf und entspricht damit weitgehend dem Charakter eines Grundzentrums. Während sich das Hauptgeschäftszentrum sehr kleinteilig darstellt, befinden sich in den übrigen Lagen deutlich größer dimensionierte Betriebe.

## 4.4 Leerstandssituation

Im Oktober 2020 standen in Gadebusch 12 Ladengeschäfte mit einer potenziellen<sup>16</sup> Verkaufsfläche von rd. 3.550 qm leer, was einer Leerstandsquote von rd. 17 % der Verkaufsfläche und rd. 19 % der Betriebe entspricht. Insgesamt konzentrieren sich die Leerstände deutlich auf das Hauptgeschäftszentrum. Hier sind insgesamt 8 leerstehende Flächen mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 2.500 qm verortet (im Schnitt 310 qm große Ladenlokale). Den größten Flächenanteil nimmt dabei der großflächige Leerstand an der Johann-Stelling-Straße ein.

Die Leerstandssituation des Gadebuscher Hauptgeschäftszentrums ist insgesamt als angespannt zu bewerten. Selbst die Hauptlage des historischen Zentrums der Altstadt (Johann-Stelling-Straße bis Am Markt) ist nicht mehr frei von leerstehenden Ladenlokalen. Die Mehrzahl der Immobilien weist erhebliche baulich-funktionale Mängel und teils ruinöse Strukturen auf. Dies wirkt sich deutlich negativ auf das Erscheinungsbild der Gadebuscher Innenstadt und die Einkaufsatmosphäre und Aufenthaltsqualität im Zentrum aus.

Der Leerstandssituation gilt es demnach aktiv zu begegnen und entsprechende Nachnutzungen zu fördern, da Leerstände v.a. in den Zentren sehr stark negativ wahrgenommen werden und zu weiteren Trading-down-Effekten führen können. Allerdings

<sup>16</sup> Diese potenzielle Verkaufsfläche konnte im Rahmen der Bestandserhebung nur grob abgeschätzt werden, da die Verkaufsräume von außen nicht immer klar einsehbar waren. Hierbei ist auch nicht jedes Ladenlokal als Einzelhandelsnutzung unbedingt nutzbar. Vielmehr kommen auch andere konsumnahe Nutzungen oder Gastronomie in Frage.

dürfte sich die Nachvermietung als schwierig erweisen, da die leerstehenden Flächen, soweit einsehbar, größtenteils nur über geringe Verkaufsflächengrößen verfügen und dementsprechend den heutigen Ansprüchen der Betreiber kaum noch genügen. Die Belegung der Innenstadt allein mit attraktiven Einzelhandelsangeboten wird unter Berücksichtigung der aufgezeigten Entwicklungstrends im Einzelhandel und der restriktiven sozioökonomischen Rahmenbedingungen in Gadebusch jedoch zukünftig kaum zu realisieren sein. Deshalb sollte auch auf eine Nachnutzung leerstehender Ladenlokale durch zentrenergänzende Funktionen wie Dienstleistungen, Gastronomie, soziale Einrichtungen etc. hingearbeitet werden. Aber auch das Thema Innerstädtisches Wohnen sollte an geeigneten Standorten eine stärkere Rolle spielen.

In Streulage befinden sich zudem größere Leerstände an ehemaligen Nahversorgungsstandorten (Heinrich-Heine-Straße – rd. 550 qm VKF; Erich-Weinert-Straße – rd. 350 qm VKF). Die Nachnutzung durch Einzelhandel scheint in diesen Lagen als unwahrscheinlich. Deshalb sollte auch hier geprüft werden, inwieweit die Standorte anderweitig nachgenutzt werden können (bspw. soziale Einrichtungen, anderweitige Gewerbenutzungen, Wohnen). Dabei ist auch ein Abriss/ Neubau der heutigen Fachmarkimmobilien in Betracht zu ziehen.

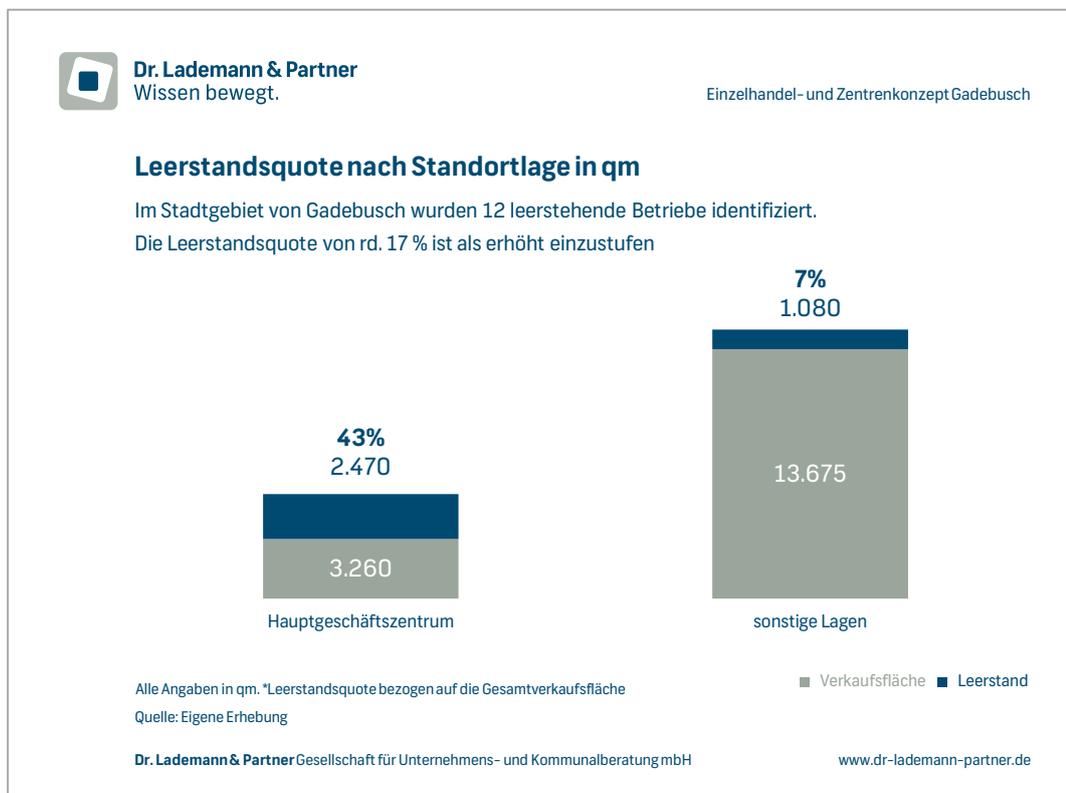


Abbildung 9: Aktive und inaktive Verkaufsfläche nach Standortlagen



Abbildung 10: großflächiger Leerstand Johann-Stelling-Straße



Abbildung 11: Leer stehenden Ladeneinheit an der Wollbrügger Straße im Hauptgeschäftszentrum

## 4.5 Umsatzsituation des Einzelhandels in Gadebusch

Die Umsätze des Einzelhandels wurden auf Basis branchenüblicher und standortgewichteter Flächenproduktivitäten der einzelnen Betriebsformen/Betreiber sowie der erhobenen Verkaufsflächen geschätzt. Demnach belief sich der **Bruttoumsatz** aller Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Gadebusch im abgeschlossenen Geschäftsjahr 2019 auf insgesamt

**rd. 41,7 Mio. €.**

Hieraus ergibt sich eine durchschnittliche **Flächenproduktivität** von etwa 2.500 € pro qm Verkaufsfläche und Jahr. Die Flächenleistung wird dabei insbesondere vom tendenziell umsatzstarken kurzfristigen bzw. periodischen Bedarfsbereich getrieben. Dämpfend auf die erzielbare durchschnittliche Flächenleistung wirkt sich das unterdurchschnittliche Kaufkraftniveau in der Stadt Gadebusch aus sowie das begrenzte Nachfragepotenzial des ländlichen Raums.

Bei der Analyse des Einzelhandelsumsatzes nach Branchengruppen ergibt sich folgendes Bild:

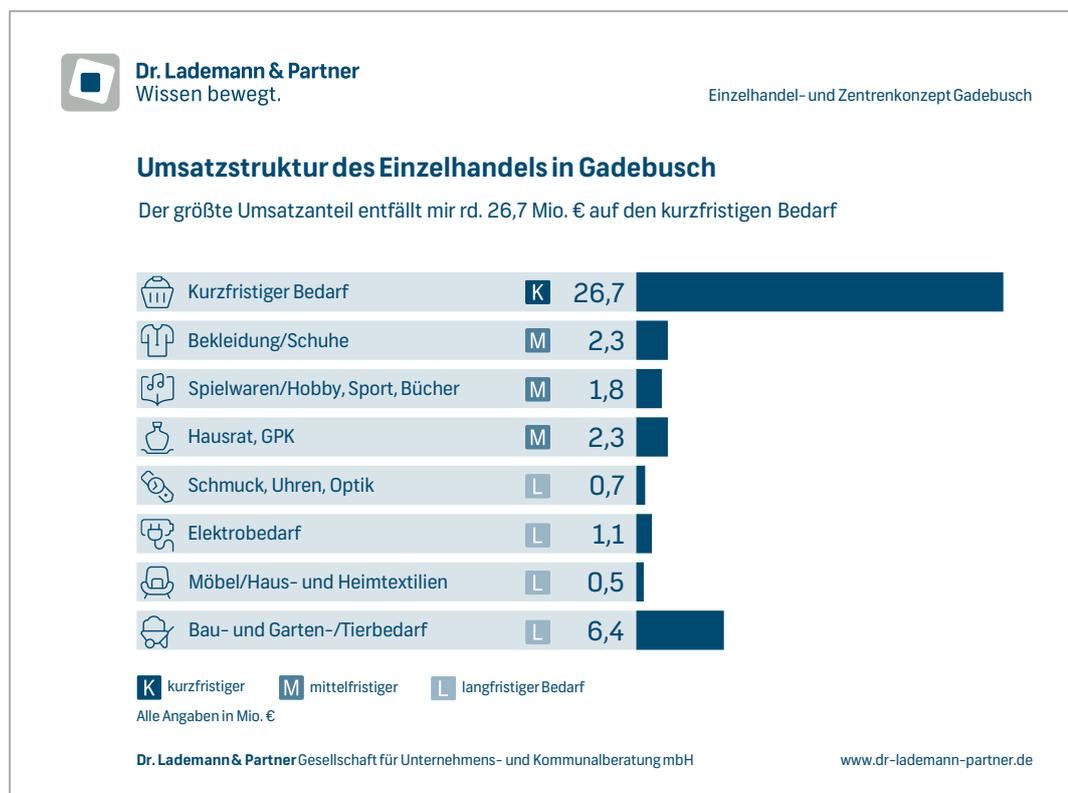


Abbildung 12: Umsatzstruktur des Einzelhandels in Gadebusch

- Der Umsatzanteil des **kurzfristigen Bedarfs** beträgt rd. 64 % (rd. 26,7 Mio. €) des Gesamtumsatzes. Damit entfällt der Umsatzschwerpunkt im Grundzentrum Gadebusch funktionsgerecht recht deutlich auf den periodischen bzw.

nahversorgungsrelevanten Bedarf. Die durchschnittliche Flächenproduktivität liegt bei etwa 4.700 € je qm Verkaufsfläche und fällt damit im Branchenvergleich erwartungsgemäß am höchsten aus und wird dabei vor allem von den umsatzstärkeren Lebensmitteldiscountern (Aldi, Lidl) getrieben.

- Auf den **mittelfristigen Bedarf** entfällt mit rd. 6,4 Mio. € etwa 15 % des gesamtstädtischen Einzelhandelsumsatzes. Die Flächenleistung beträgt hier durchschnittlich nur rd. 1.500 € je qm Verkaufsfläche. Die vergleichsweise niedrige Flächenproduktivität ist vor allem auf eher discountbasierte bzw. Gebrauch- bzw. Secondhandwaren, welche tendenziell geringere Flächenleistungen erzielen, zugleich aber relativ stark in Gadebusch vertreten sind, zurückzuführen.
- Der Umsatzanteil bei den Sortimenten des **langfristigen Bedarfs** liegt bei etwa 21 % (rd. 8,7 Mio. €). Daraus resultiert eine erwartungsgemäß relativ geringe Flächenproduktivität von lediglich rd. 1.200 € je qm Verkaufsfläche, die auf die branchentypischen flächenextensiven Angebotsformate zurückzuführen ist.

Nach **Standortlagen** betrachtet, werden von dem gesamten Umsatzvolumen rd. 31 % im Hauptgeschäftszentrum von Gadebusch erwirtschaftet (rd. 13,1 Mio. €). Damit kann das Hauptgeschäftszentrum im Einzelhandelsgefüge der Stadt Gadebusch keine dominante Rolle einnehmen.

Die großflächigen Einzelhandelsagglomerationen erreichen einen Umsatzanteil von jeweils rd. 15 % am gesamten Umsatzvolumen des Gadebuscher Einzelhandels (jeweils rd. 6 Mio. €). Funktionsgerecht stellt der kurzfristige Bedarf hier den Umsatzschwerpunkt dar und vertritt die wohngebietsnahe Versorgung.

In den sonstigen Lagen wird rd. 39 % des gesamtstädtischen Umsatzvolumens umgesetzt. Hierzu tragen v.a. der Lidl-Lebensmitteldiscounter und der überörtlich ausstrahlenden Hagebaumarkt bei.

## Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Gadebusch, Stadter Einzelhandels

Branchen	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €	Flächenpro- duktivität*
Kurzfristiger Bedarf	5.630	26,7	4.730
Nahrungs- und Genussmittel	4.215	20,7	4.910
Gesundheits- und Pflegeartikel	1.030	5,3	5.180
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	750	2,9	3.810
pharmazeutischer und medizinischer Bedarf	280	2,5	8.860
Tiernahrung	385	0,6	1.570
Mittelfristiger Bedarf	4.185	6,4	1.530
Bekleidung/Wäsche	785	1,9	2.370
Schuhe, Lederwaren	150	0,4	2.800
Spielwaren, Hobbybedarf	305	0,8	2.580
Sportbedarf, Camping	180	0,4	2.230
Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	185	0,7	3.520
Hausrat, GPK	2.580	2,3	890
Langfristiger Bedarf	7.120	8,7	1.220
Optik	50	0,3	6.400
Schmuck, Uhren	30	0,3	11.000
Elektrobedarf	250	1,1	4.500
Haus- und Heimtextilien und Einrichtungszubehör	90	0,1	1.530
Möbel	770	0,4	520
Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör/Tierbedarf	5.930	6,4	1.070
<b>Summe/Mittelwert</b>	<b>16.935</b>	<b>41,7</b>	<b>2.460</b>

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

**Tabelle 8: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Einzelhandels**

Umsatzseitig wird der Gadebuscher Einzelhandel funktionsgerecht recht deutlich durch den kurzfristigen Bedarf geprägt, auf den etwa 64 % des Gesamtumsatzes entfallen. Im Hinblick auf die unterschiedlichen Standortlagen erlangt das Hauptgeschäftszentrum mit einem Anteil am gesamtstädtischen Umsatz von rd. 31 % nicht die gewünschte dominante Rolle.

## 4.6 Einzelhandelsrelevante Planvorhaben in der Stadt Gadebusch

Für die folgenden einzelhandelsrelevanten Planvorhaben liegen derzeit Anfragen bei der Stadt Gadebusch vor:

- An der Ratzeburger Chaussee ist die Verlagerung des bestehenden Rewe-Verbrauchermarkts und des Lidl-Lebensmitteldiscounters an einen gemeinsamen Standort geplant. Dabei soll der Rewe-Markt neben dem jetzigen Standort neu errichtet werden und der Lidl-Markt aus dem gegenüberliegenden Gewerbegebiet umgesiedelt werden. Die Verkaufsflächen sollen dabei für den Verbrauchermarkt auf rd. 1.800 qm und für den Lebensmitteldiscounter auf rd. 1.180 qm erweitert werden. Der Verkaufsflächenzuwachs liegt demnach insgesamt bei rd. 700 qm, wobei mit rd. 490 qm der größte Anteil auf den Lidl-Lebensmitteldiscounter entfällt, der aktuell die Schwelle der Großflächigkeit noch nicht überschritten hat.

Zugleich soll der Standort durch einen Neubau der Polizeistation Gadebusch auf dem jetzigen Gewerbegrundstück Alte Mischanlage und Lagerplatz der TSB Gadebusch GmbH errichtet werden. Ein städtebaulicher Vertrag für das Vorhaben wurde mit dem Investor September 2020 durch die Stadtverwaltung beschlossen.

Potenzielle Nachnutzungen der Altstandorte sind derzeit nicht bekannt.

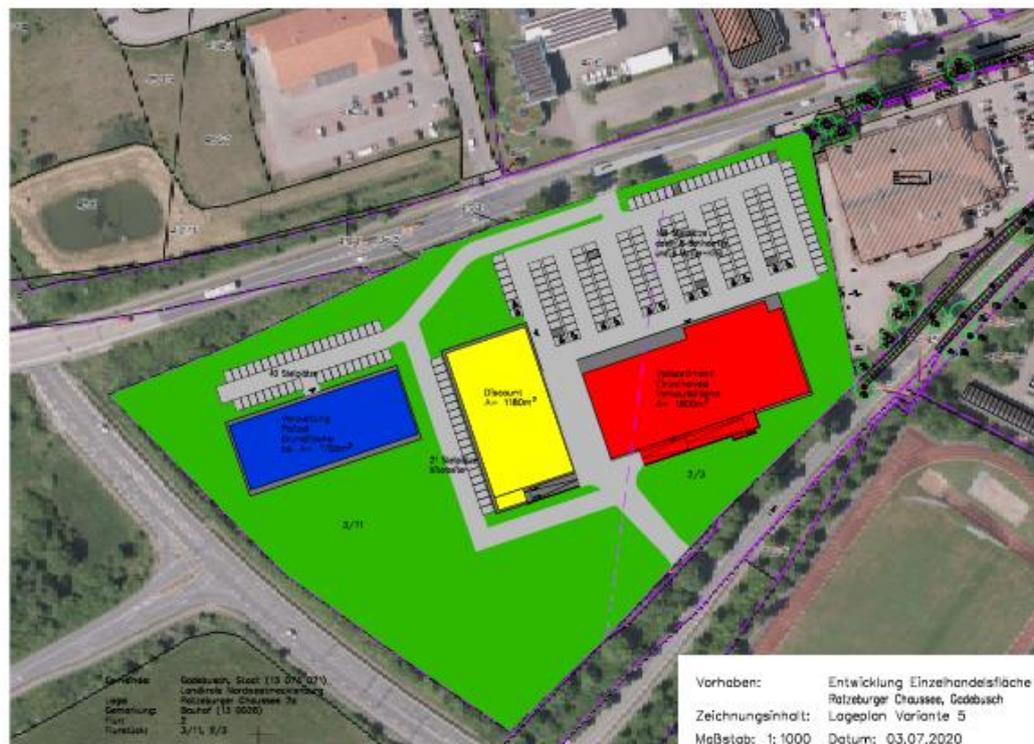


Abbildung 13: Vorhabenplanung Ratzeburger Chaussee

Im Hauptgeschäftszentrum ist die Umstrukturierung der Fachmärkte an der Johann-Stelling-Straße geplant. Nach dem Rückzug von Markant/Sky steht eine großflächige Handelsimmobilie dort leer. Ziel ist es durch weitreichende Umstrukturierungen die Wiederansiedlung eines weiteren Verbrauchermarkts (EDEKA<sup>17</sup>) zu forcieren und zeitgemäße, moderne Verkaufsflächen auch für die bereits ansässigen Betriebe (u.a. Aldi, Rossmann) zu realisieren. Aufgrund von nicht abschließend aufgestellten Bodengutachten konnten aktuell (Stand November 2020) noch keine Festlegungen über den eventuellen Abriss und Neubau einzelner Gebäudekörper und damit entstehende Verkaufsflächen getroffen werden. In diesem Zusammenhang ist auch die Verlagerung der Sparkasse zu nennen, die an der Johann-Stelling-Straße einen Neubau errichten wird und ihren Standort in der Altstadt (Steinstraße) damit aufgeben wird. Damit steigt die Funktionsvielfalt des eher fachmarktgeprägten Teils der Innenstadt rund um die Johann-Stelling-Straße.

## 4.7 Angebotssituation im Verflechtungsbereich

Im raumordnerisch zugewiesenen Verflechtungsbereich der Stadt Gadebusch werden außerhalb des Stadtgebiets weitere knapp 700 qm Verkaufsfläche vorgehalten, auf der ein Umsatz von etwa 3,5 Mio. € generiert wird. Angesichts des Einwohnerpotenzials im Verflechtungsbereich fällt das Einzelhandelsangebot somit nur sehr gering aus, was angesichts der ländlichen Strukturen aber auch nicht überrascht. Einziger größerer Anbieter ist ein Penny-Lebensmitteldiscounter in Lützwitz. Demnach kann von erheblichen Kaufkraftzuflüssen aus dem Umland in Richtung Gadebusch ausgegangen werden.

---

<sup>17</sup> EDEKA war bereits bis 2018 in Gadebusch ansässig (Erich-Weinert-Straße 12), hat den Markt aber aufgrund der zu kleinen Verkaufsfläche aufgegeben.

# 5 Versorgungslage und Zentralitätsanalyse

## 5.1 Verkaufsflächendichten in der Stadt Gadebusch

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/1.000 Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** in der Stadt Gadebusch einen Wert von **rd. 3.100 qm je 1.000 Einwohner**.

Nach Angaben des Statistischen Bundesamts liegt die durchschnittliche Verkaufsflächendichte in Deutschland über alle Städte und Gemeinden bei rd. 1.800 qm je 1.000 Einwohner. Damit liegt die Flächenausstattung in Gadebusch rein rechnerisch deutlich über dem Bundesdurchschnitt. Allerdings liegt die durchschnittliche Verkaufsflächendichte von Grundzentren – v.a. in Abhängigkeit von der Größe des überörtlichen Verflechtungsbereichs (Nahbereich bzw. Marktgebiet) – oftmals deutlich über den bundesdeutschen Durchschnittswerten. Dies zeigt auch die von Dr. Lademann & Partner ermittelte Spannbreite für Grundzentren (siehe nachstehende Tabelle), deren oberer Grenzwert bei knapp 2.700 qm Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner liegt.

Aufgrund der relativ großen Entfernung zu den nächstgelegenen Zentralen Orten und dem stark ländlich geprägten Umfeld wird der Stadt Gadebusch von Seiten der Raumplanung ein weiträumiger Verflechtungsbereich zugewiesen, welcher sich auch nicht mit den Nahbereichen anderer Grundzentren überlappt. Damit soll Gadebusch nicht nur die qualifizierte Grundversorgung für die eigene Bevölkerung, sondern auch für die Bevölkerung in ihrem Verflechtungsbereich sicherstellen<sup>18</sup>. Im Gadebuscher Umland ist auch nur ein rudimentärer Angebotsbestand vorzufinden, sodass die hier lebenden Verbraucher auf die Einkaufsangebote in Gadebusch orientiert bzw. auf diese angewiesen sind. **Bezogen auf den gesamten Verflechtungsbereich beläuft sich die Verkaufsflächendichte**

**nur auf knapp 1.400 qm je Tausend Einwohner**

und liegt damit unterhalb des bundesdeutschen Durchschnittswerts<sup>19</sup>.

---

<sup>18</sup> Wie idem Kapitel 4.1 entnommen werden kann, weist der überörtliche Verflechtungsbereich (= Zone 2a des Marktgebiet) mit derzeit rd. 8.100 eine signifikante Bevölkerungsplattform auf. Dabei übersteigt die Einwohnerzahl im überörtlichen Verflechtungsbereich sogar die Einwohnerzahl in der Stadt Gadebusch selbst. Daraus ergibt sich für den Gadebuscher Einzelhandel ein erhebliches zusätzliches Nachfragemotenzial.

<sup>19</sup> Unter Berücksichtigung der Verkaufsflächenbestände im zugewiesenen Nahbereich (Zone 2a)

Differenziert nach den unterschiedlichen Sortimentsgruppen fällt die Angebotssituation des Gadebuscher Einzelhandels allerdings sehr unterschiedlich aus:

Flächendichte der Stadt Gadebusch im Vergleich

Branchen	Flächendichte*		
	Gadebusch, Stadt	Verflechtungsbereich gesamt	Spannbreite Grundzentren**
periodischer Bedarf	1031	492	570-1000
Bekleidung/Schuhe/Lederwaren	171	69	130-320
Sonstige Hartwaren	610	248	140-370
Elektrobedarf/elektronische Medien	46	18	20-70
Möbel/Haus- und Heimtextilien	157	63	50-290
Bau- und Gartenbedarf	1085	438	90-420
<b>Summe</b>	<b>3100</b>	<b>1329</b>	<b>1220-2690</b>

Quelle: Eigene Berechnungen.

\* in qm Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner.

\*\* Vergleichswerte aus anderen Grundzentren von Dr. Lademann & Partner

**Tabelle 9: Verkaufsflächendichten im Vergleich**

Wie die obenstehende Tabelle zeigt, resultiert die insgesamt hohe Verkaufsflächendichte v.a. aus den z.T. sehr hohen Werten bei den aperiodischen Sortimenten. Vor allem für die Segmente Sonstige Hartwaren und Bau- und Gartenbedarf liegen die Flächendichten deutlich oberhalb der für Grundzentren typischen, sortimentspezifischen Spannbreite. Selbst bezogen auf den gesamten Verflechtungsbereich werden hier noch relativ hohe Werte erreicht, was auf eine sehr gut ausgebaute Angebotsstruktur in diesen Sortimenten hinweist. Bei den übrigen aperiodischen Sortimenten bewegen sich die Flächendichten im Durchschnitt bzw. bezogen auf den gesamten Verflechtungsbereich z.T. auch darunterliegend, was angesichts der ländlichen Strukturen aber auch nicht überrascht. Im periodischen Bedarf wird zwar nur bezogen auf das Stadtgebiet von Gadebusch ein sehr hoher Wert erreicht, berücksichtigt man den gesamten Verflechtungsbereich, so fällt dieser mit unter 500 qm je Tausend Einwohner gleichwohl moderat aus.

Insgesamt ist festzuhalten, dass die Stadt Gadebusch über eine sehr gute Verkaufsflächenausstattung verfügt, was v.a. für die Segmente Sonstige Hartwaren und Bau- und Gartenbedarf gilt. In diesen Branchengruppen bestehen somit allenfalls noch geringfügige Ausbaupotenziale, zumal die Versorgung der Bevölkerung mit aperiodischen Sortimenten nicht zu den Kernaufgaben eines Grundzentrums zählt. **Stattdessen sollte der Fokus auf die Sicherung und bedarfsgerechte Weiterentwicklung der Nah- und Grundversorgung gelegt werden**, um auch weiterhin eine möglichst flächendeckende, verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im grundzentralen Verflechtungsbereich gewährleisten zu können und die Kaufkraftbindung zu erhalten bzw. weiter zu erhöhen.

Die Verkaufsflächendichte in Gadebusch liegt mit rd. 3.100 qm je 1.000 Einwohner zwar deutlich über dem Bundesdurchschnitt, ist vor dem Hintergrund der überörtlichen Versorgungsfunktion für das ländliche Umland jedoch zu relativieren. Bezogen auf den gesamten Verflechtungsbereich beläuft sich die Verkaufsflächendichte auf rd. 1.330 qm je Tausend Einwohner und liegt damit unterm Bundesdurchschnitt.

## 5.2 Bedeutung des Hauptgeschäftszentrums im Einzelhandelsgefüge

Zum Zeitpunkt der Erhebungen verfügte das Gadebuscher Hauptgeschäftszentrum in 25 Ladengeschäften über eine aktiv betriebene Verkaufsfläche von **rd. 3.300 qm**. Der Einzelhandelsumsatz im Hauptgeschäftszentrum beläuft sich auf **rd. 13,1 Mio. €**.

Branchenseitig zeigt der Einzelhandel im Gadebuscher Hauptgeschäftszentrum folgendes Bild:

- Mit rd. 1.350 qm entfallen rd. 42 % der Gesamtverkaufsfläche des Gadebuscher Hauptgeschäftszentrums auf den **kurzfristigen Bedarf**. Prägend sind vor allem der Lebensmitteldiscounter Aldi sowie der Rossmann-Drogeriemarkt. Markant/Sky als weiterer größerer Anbieter hat seine Fläche vor einiger Zeit aufgegeben.
- Mit rd. 1.600 qm entfallen rd. 49 % der Verkaufsfläche des Hauptgeschäftszentrums auf den **mittelfristigen Bedarf**. Besonders ausgeprägt ist dabei das Segment Bekleidung/Schuhe mit rd. 910 qm Verkaufsfläche.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 10 % an der Gesamtverkaufsfläche des Gadebuscher Hauptgeschäftszentrums (rd. 315 qm).

Insofern lässt sich für die Branchenstruktur des Gadebuscher Ortskerns festhalten, dass dieser funktionsgerecht vor allem von Angeboten des kurz- und mittelfristigen Bedarfs geprägt ist.



**Abbildung 14: Verkaufsflächenanteil der Innenstadt an der Gesamtstadt**

Wie bereits dargestellt, ist das Angebot in der Gadebuscher Innenstadt überwiegend kleinteilig strukturiert. Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt bei rd. 130 qm. Darüber hinaus ist darauf zu verweisen, dass einige Ladeneinheiten, neben der ohnehin suboptimalen Verkaufsflächengröße, nicht mehr den Ansprüchen an moderne und leistungsfähige Immobilien entsprechen. Hieraus resultieren in einigen Teilbereichen erhebliche Vermietungsschwierigkeiten und ein Investitionsstau.

Aufgrund der kleinteiligen Struktur sind im Gadebuscher Hauptgeschäftszentrum kaum größere Ladeneinheiten zu finden. Ausgenommen sind die Fachmärkte an der Johann-Stelling-Straße, diese befinden sich jedoch abseits der historischen Altstadt.

Bei der Betrachtung des Verkaufsflächenanteils der Innenstadt an der Gesamtverkaufsfläche der Stadt Gadebusch zeigt sich mit rd. 19 % eine eher untergeordnete Rolle. Während im mittelfristigen Bedarf immerhin noch 38 % der Gesamtverkaufsfläche auf den Hauptgeschäftsbereich entfallen, sind es im kurzfristigen Bedarf nur 24 %. Gerade der periodische Bedarf weist aber gegenüber dem aperiodischen Bedarf angesichts der schwierigen Rahmenbedingungen für den stationären Nonfood-Einzelhandel noch langfristig gute Entwicklungspotenziale auf. Insofern lässt sich für das Hauptgeschäftszentrum von Gadebusch vor allem im Hinblick auf den periodischen Bedarf noch ein Ausbaupotenzial erkennen, um die möglichst dominante Rolle der Innenstadt im gesamtstädtischen Einzelhandelsgefüge besser ausfüllen zu können.

## Einzelhandelsstruktur Hauptgeschäftszentrum Stadt Gadebusch

Sortiment	Verkaufsfläche in qm	Anteil Innenstadt an der Gesamt-VKF
<b>Kurzfristiger Bedarf</b>	<b>1.355</b>	<b>24%</b>
Nahrungs- und Genussmittel	665	16%
Gesundheits- und Pflegeartikel	650	63%
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	410	55%
pharmazeutischer und medizinischer Bedarf	240	86%
Tiernahrung	40	10%
<b>Mittelfristiger Bedarf</b>	<b>1.590</b>	<b>38%</b>
Bekleidung/Wäsche	760	97%
Schuhe, Lederwaren	150	100%
Spielwaren, Hobbybedarf	210	69%
Sportbedarf, Camping	130	72%
Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	120	65%
Hausrat, GPK	220	9%
<b>Langfristiger Bedarf</b>	<b>315</b>	<b>4%</b>
Optik	50	100%
Schmuck, Uhren	30	100%
Elektrobedarf	95	38%
Haus- und Heimtextilien und Einrichtungszubehör	40	44%
Möbel	0	0%
Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör/Tierbedarf	100	2%
<b>Summe/Mittelwert</b>	<b>3.260</b>	<b>19%</b>

Quelle: Dr. Lademann & Partner.

**Tabelle 10: Verkaufsflächenanteil des Hauptgeschäftszentrums an der Gesamtverkaufsfläche Gadebusch**

Das Hauptgeschäftszentrum von Gadebusch verfügt mit rd. 3.300 qm in 25 Ladengeschäften über einen Anteil von rd. 19 % am gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebot und erlangt damit eine eher geringfügige Bedeutung im Einzelhandelsgefüge von Gadebusch. Vor allem im Hinblick auf den periodischen Bedarf besteht hier noch ein Ausbaupotenzial.

## 5.3 Nahversorgungssituation in Gadebusch

Eines der zentralen städtebaulichen Ziele ist die flächendeckende und leistungsfähige Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs. Für Grundzentren wie Gadebusch gilt dies in besonderem Maße, da ihnen diese Aufgabe von Seiten der Raumordnung explizit zugewiesen wird.

Im Stadtgebiet von Gadebusch sind mit Stand Oktober 2020 insgesamt 4 strukturprägende **Betriebe des kurzfristigen Bedarfs** (ab ca. 400 qm Verkaufsfläche, ohne LEH-Kleinflächen, Drogerie- und Getränkemärkte und Spezialanbieter) mit einer

### Verkaufsfläche (ohne Randsortimente) von rd. 3.135 qm

angesiedelt. Inklusive der Drogerie- und Getränkemärkte sowie der Kleinflächen (Lebensmittelhandwerk u.a.) liegt die **Flächendichte im kurzfristigen Bedarf** bei

**ca. 1.000 qm Verkaufsfläche je Tausend**, bezogen auf das Stadtgebiet.

Damit liegt die stadtgebietsbezogene Verkaufsflächendichte deutlich oberhalb des bundesdeutschen Durchschnitts von rd. 540 qm je 1.000 Einwohner und weist grundsätzlich auf eine hohe Verkaufsflächenausstattung im periodischen Bedarf hin. Allerdings muss berücksichtigt werden, dass der Stadt Gadebusch von Seiten der Raumplanung ein überörtlicher grundzentraler Verflechtungsbereich zugewiesen wurde, der die angrenzenden dörflich geprägten Gemeinden umfasst. Für die hier lebende Bevölkerung besitzt Gadebusch eine große Versorgungsbedeutung, zumal hier mit Ausnahme eines kleinen Penny-Discounters in Lützwow keine größeren Nahversorgungsbetriebe angesiedelt sind.

Bezogen auf den gesamten Verflechtungsbereich beläuft sich die nahversorgungsrelevante Verkaufsflächendichte auf rd. 490 qm je 1.000 Einwohner. Damit wird der bundesdeutsche Durchschnitt leicht unterschritten. Insgesamt verfügt Gadebusch damit zwar über eine sehr gute Verkaufsflächenausstattung im periodischen Bedarf, von einem Überbesatz an Verkaufsfläche kann gleichwohl aber nicht gesprochen werden. Die quantitative Verkaufsflächenausstattung je Einwohner sagt darüber hinaus noch nichts über die **Qualität der Nahversorgung** sowie über die **räumliche Verteilung des Angebots** aus.

Zur Bewertung der Nahversorgungssituation bzw. der räumlichen Verteilung des Angebots wurden die – aktuell betriebenen – Nahversorgungsbetriebe im Stadtgebiet ab einer Verkaufsfläche von ca. 700 qm (ohne Drogerie- und Getränkemarkte) kartiert. Die 700-m-Isochronen um die jeweiligen Standorte entsprechen dabei durchschnittlich bis zu 10 Gehminuten. Die innerhalb dieser Radien lebenden Einwohner finden in einem fußläufigen Bereich mindestens einen signifikanten Anbieter vor, sodass die Nahversorgung grundsätzlich gegeben ist.

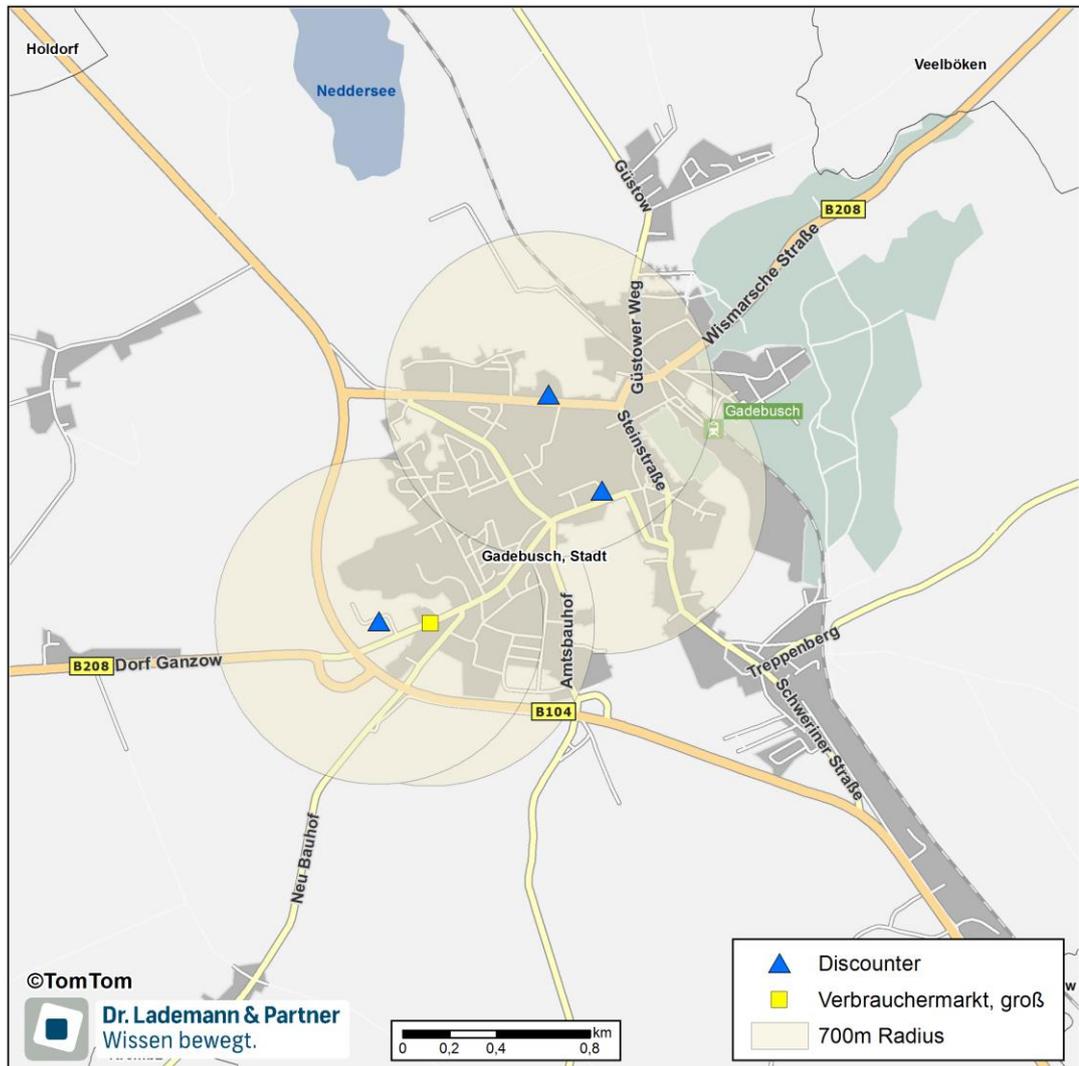


Abbildung 15: Nahversorgungssituation in Gadebusch

Wie die vorstehende Karte zeigt, ist das Kernstadtgebiet von Gadebusch räumlich derzeit weitgehend gut versorgt. Dabei ist sowohl im nördlichen, zentralen und westlichen Stadtgebiet je ein Lebensmitteldiscounter vorhanden. Der einzige Verbrauchermarkt der Stadt und damit der einzige Vollsortimenter findet sich am westlichen Siedlungsrand an der großflächigen Einzelhandelsagglomeration Ratzeburger Chaussee. Eine gewisse räumliche Versorgungslücke lässt sich aktuell hingegen im südöstlichen Stadtgebiet feststellen – hier besteht aber auch nur ein überschaubares Einwohnerpotenzial, so dass sich diese geringfügige räumliche Versorgungslücke perspektivisch kaum wird schließen lassen. Gleiches gilt für die peripheren Ortsteile der Stadt Gadebusch, die sich relativ dispers um die Kernstadt verteilen. Diese werden angesichts des begrenzten Einwohner- und Kaufkraftpotenzials, der z.T. abgelegenen Lage und den teilweise wenig kompakten Siedlungsstrukturen auch künftig kaum zu schließen sein. Hier kommt es darauf an, alternative Nahversorgungsangebote für die nicht-motorisierte Bevölkerung zu schaffen (z.B. Nachbarschaftsläden, mobile Händler oder

Lieferservice) sowie die örtlichen verkehrlichen Erreichbarkeiten, und dabei insbesondere den ÖPNV, zu sichern und zu stärken.

Für das Kernstadtgebiet lässt sich gleichwohl festhalten, dass die räumliche Verteilung der Lebensmittelbetriebe eine sehr gute räumliche Abdeckung der wohnortnahen Grundversorgung gewährleistet. Im Sinne der wohnortnahen, flächendeckenden Versorgungsstruktur sollte die bestehende Struktur der Nahversorgungsstandorte insofern zukunftsfähig abgesichert werden. Den Standorten sollte somit grundsätzlich die Möglichkeit eingeräumt werden, sich maßvoll weiterzuentwickeln, um sich an die aktuellen Marktanforderungen des Lebensmitteleinzelhandels anpassen zu können.

#### Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH (gemessen an der Anzahl der Betriebe)\*

	Anteil Gadebusch, Stadt	Anteil Deutschland	Abweichung in %-Punkte
Vollsortimenter	25%	44%	-0,2
Discounter	75%	56%	0,2
Summe	100%	100%	0,0

Quelle: Dr. Lademann & Partner GmbH und EHI Handel aktuell 2014/2015. \*Ohne Kleinflächen unter 400 qm u. Spezialeinzelhandel.

#### Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH (gemessen an der VKF der Betriebe)\*

	Anteil Gadebusch, Stadt	Anteil Deutschland	Abweichung in %-Punkte
Vollsortimenter	42%	63%	-0,2
Discounter	58%	37%	0,2
Summe	100%	100%	0,0

Quelle: Dr. Lademann & Partner GmbH und Trade Dimensions 2018. \*Ohne Kleinflächen unter 400 qm u. Spezialeinzelhandel.

**Tabelle 11: Anteile der Betriebsformen des klassischen Lebensmitteleinzelhandels**

Was die Dimensionierungen der strukturprägenden Nahversorger anbelangt, ist für alle Discounter eine unterdurchschnittliche Verkaufsflächengröße festzustellen. Keiner der in Gadebusch ansässigen Discounter überschreitet aktuell die Grenze der Großflächigkeit von 800 qm. Moderne Lebensmitteldiscounter weisen heute jedoch Verkaufsflächen von mindestens 800 qm bis zu 1.200 qm auf. Vor allem für Lidl und Aldi ergibt sich vor diesem Hintergrund ein erheblicher Anpassungsbedarf. Dabei sei darauf hingewiesen, dass eine Verkaufsflächenerweiterung vor allem der Erhöhung des Einkaufskomforts (breitere Gänge, niedrigere Regale, ansprechendere Warenpräsentation) sowie einer Optimierung der Betriebsabläufe (weniger Lagerflächen) dient. Auch ergibt sich aus den gestiegenen Ansprüchen der Verbraucher an ein differenziertes Warensortiment (z.B. Wunsch nach Bioartikeln, regionalen Produkten, Fair Trade etc.) auch im Discountsegment ein zusätzlicher Flächenbedarf, der dazu führt, dass die Discounter größere Verkaufsflächen benötigen.

Der aktuell einzige Vollsortimenter Rewe in Gadebusch weist mit einer Verkaufsfläche von etwa 1.600 qm zwar noch eine marktgängige Dimensionierung auf, ist allerdings

deutlich in die Jahre gekommen. Der gesamte Marktauftritt (inkl. der Außendarstellung des Baukörpers) ist nicht mehr zeitgemäß. Eine Neuausrichtung des Markts auf dem bestehenden Grundstück ist jedoch aufgrund des zu engen Flächenzuschnitts nicht möglich.

Rein quantitativ wird in der Stadt Gadebusch ein umfassendes Nahversorgungsangebot vorgehalten, wobei jedoch stets die überörtliche Versorgungsfunktion des Grundzentrums zu berücksichtigen ist. Das Kernstadtgebiet ist derzeit räumlich weitgehend gut versorgt. Allerdings besteht in Gadebusch ein deutliches Übergewicht an discountorientierten Anbietern und ein Defizit im Vollsortiment. Hier lässt sich somit noch ein gewisses Ausbaupotenzial ableiten. Für nahezu alle strukturprägenden Anbieter lässt sich ein nicht mehr zeitgemäßer Marktauftritt konstatieren, der entsprechende Anpassungsbedarfe auslöst.

## 5.4 Zentralitätsanalyse für den Einzelhandel in Gadebusch

Die Einzelhandelszentralität (Z) bildet das Verhältnis des am Ort getätigten Umsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage ab:

$$\text{Einzelhandelszentralität (Z)} = \frac{\text{am Ort getätigter Umsatz}}{\text{am Ort vorhandene Nachfrage}} \times 100$$

Ist dieser Wert größer als 100, zeigt dies insgesamt Nachfragezuflüsse aus dem Umland an. Je größer der Z-Wert ist, desto stärker ist die Sogkraft, die vom zentralen Ort ausgeht. Ein Wert unter 100 zeigt an, dass hier höhere Nachfrageabflüsse an das Umland bestehen. U.a. kann man also an der Zentralität die **Einzelhandelsattraktivität eines zentralen Orts** im Vergleich zu anderen, konkurrierenden Kommunen ablesen.

Auf Basis der Nachfragestromanalyse sowie der Umsatzschätzung errechnet sich für Gadebusch eine einzelhandelsrelevante Zentralität von

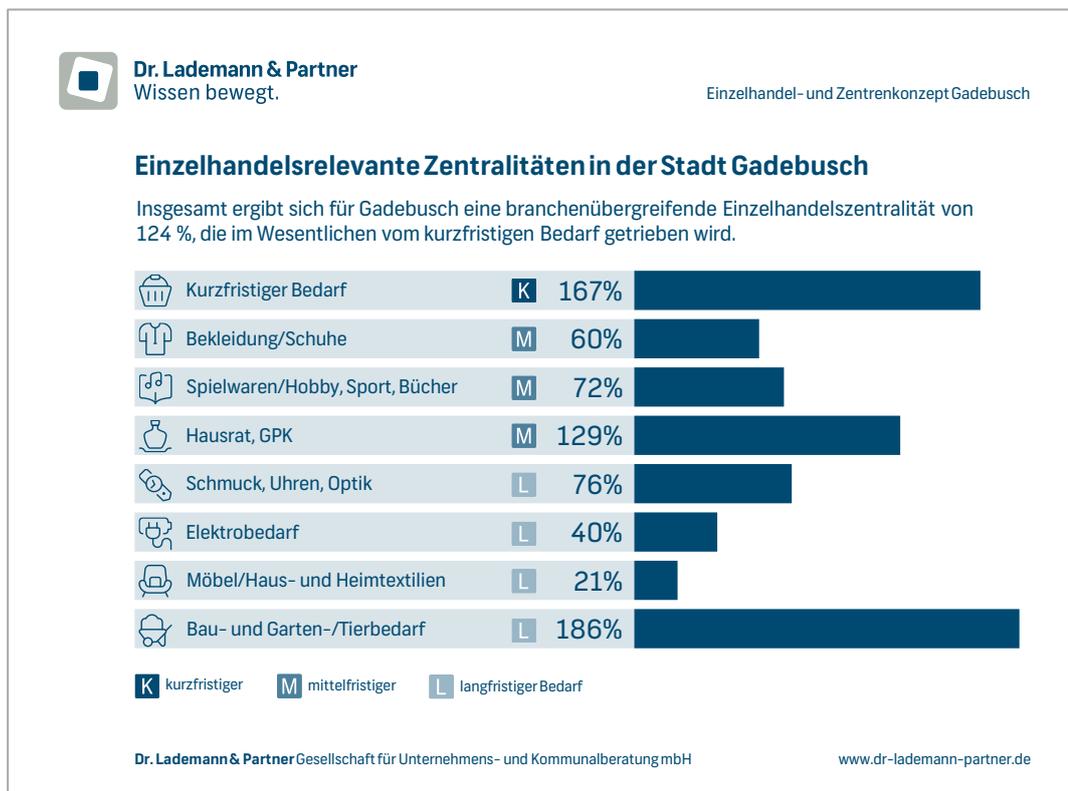
**rd. 124 %.**

Der getätigte Umsatz vor Ort liegt demnach rd. 24 % oberhalb der am Ort vorhandenen Nachfrage. Dies deutet darauf hin, dass der Gadebuscher Einzelhandel dazu in der Lage ist, die im Stadtgebiet vorhandene Nachfrage weitestgehend zu binden und darüber hinaus auch Nachfrage aus den umliegenden Kommunen abzuschöpfen. Häufig korreliert eine hohe Zentralität positiv mit einer **geringen Bevölkerungsdichte im Umland und einer recht hohen Verkaufsflächenausstattung im zentralen Ort** selbst, wie es für Gadebusch der Fall ist. Gemäß ihrer grundzentralen Versorgungsfunktion und dem damit verbundenen, raumordnerisch zugewiesenen grundzentralen Verflechtungsbereich (Nahbereich) kommt der Stadt eine wichtige Bedeutung bei der (Grund-)Versorgung der Bevölkerung im ländlich geprägten und z.T. stark unterversorgten Umland zu. Vor diesem Hintergrund ist es durchaus „gewollt“, dass Nachfrage aus den Umlandkommunen bzw. aus der Zone 2a des Marktgebiets nach Gadebusch fließt. Hierbei profitiert der Einzelhandelsstandort Gadebusch auch von der relativ großen räumlichen Distanz zu den nächstgelegenen, angebotsstarken zentralen Orten, so dass die Umlandbevölkerung in ausgeprägtem Maße auf die Grundversorgungsangebote in Gadebusch orientiert ist. Zugleich wird dadurch die Kaufkraftbindung im eigenen Stadtgebiet erheblich begünstigt.

Wirft man einen Blick auf Abbildung 24 fällt zudem auf, dass Gadebusch auch bei einigen der aperiodischen Sortimente Kaufkraftzuflüsse aufweist, was für Grundzentren eher untypisch ist. Dies ist auf das relativ breite und differenzierte Angebotsspektrum im Bereich Hausrat und Bau- und Gartenbedarf zurückzuführen, was die lokale Bevölkerung und die Bevölkerung aus dem Umland gleichermaßen anspricht und eher für ein Mittelzentrum charakteristisch ist. Die Angebotsentwicklung bei den aperiodischen Segmenten wurde dabei ebenfalls von der relativ großen Distanz zu den umliegenden

zentralen Orten höherer Hierarchie begünstigt, die dazu führt, dass Verbraucher aus Gadebusch und dem Gadebuscher Umland relativ weite Wege in Kauf nehmen müssen, um ihre Nachfrage nach Gütern des mittel- und langfristigen Bedarfs an anderen Einkaufsorten decken zu können. Gleichwohl lassen sich auch Branchen identifizieren, in denen ein (wesentlicher) Teil der Kaufkraft in umliegende Mittel- und Oberzentren sowie den Online-Handel abfließt, was vor allem bei den Sortimenten Bekleidung/Schuhe und Elektrobedarf auch nicht überrascht, da diese typischerweise in Oberzentren und größeren Mittelzentren vorgehalten werden und zudem eine hohe Onlineaffinität aufweisen.

Die vor Ort vorhandene Nachfrage in allen Branchen vollständig zu binden, kann und sollte angesichts der dynamischen Entwicklung des Online-Handels auch zukünftig kein erklärtes Ziel der Einzelhandelsentwicklung in Gadebusch sein. **Vor allem sollte der Fokus auf die grundzentralen Versorgungsaufgaben gelegt und demnach auf eine Sicherung und bedarfsorientierte Weiterentwicklung des Angebots im periodischen Bedarf hingewirkt werden.**



**Abbildung 16: Einzelhandelsrelevante Zentralitäten in der Stadt Gadebusch**

Die einzelnen **Branchenzentralitäten** geben Aufschluss über die Angebotsstärken und -schwächen des Einzelhandels der Stadt Gadebusch sowie über die branchenspezifische interkommunale Konkurrenzsituation.

- Die Branchenzentralität beträgt innerhalb des **kurzfristigen Bedarfs** derzeit rd. 167 %. Sie stellt damit einen der wesentlichen Treiber der sortimentsübergreifenden Einzelhandelszentralität in Gadebusch dar und deutet auf erhebliche Nachfragezuflüsse von außerhalb des Stadtgebiets hin. Wie bereits erwähnt, ist dies vor dem Hintergrund des überörtlichen Grundversorgungsauftrags der Stadt Gadebusch raumordnerisch nicht zu beanstanden<sup>20</sup>. Die hohe Zentralität resultiert auch daraus, dass in diesem Segment kaum Abflüsse in den Online-Handel bestehen. Eine sehr hohe Einzelhandelszentralität weist Gadebusch dabei auch im Teilsegment Gesundheits- und Pflegeartikel auf, wo mit dem Rossmann-Drogeriefachmarkt ein leistungsfähiger Anbieter in Gadebusch angesiedelt ist. Da moderne Drogeriemärkte i.d.R. Einzugsgebiete von etwa 20.000 Personen ansprechen, greift Rossmann auch in wesentlichem Maße auf Kaufkraft aus dem Umland zu.
- Die Sortimente des **mittelfristigen Bedarfs** weisen eine durchschnittliche Zentralität von rd. 79 % auf. Während die Zentralität in den Segmenten Spielwaren, Hobbybedarf (rd. 126 %) und Hausrat/GPK (rd. 129 %) auf Kaufkraftzuflüsse hinweisen, bestehen bei den weiteren Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs (z.B. Bekleidung/Schuhe) z.T. erhebliche Nachfrageabflüsse. Hier fließt wesentliche Kaufkraft in umliegende Oberzentren (z.B. Schwerin) ab. Zudem ist auf die wachsende Bedeutung des Online-Handels zu verweisen, von welchem vor allem die innenstadtypischen Sortimente besonders stark betroffen sind. Es wird somit zukünftig, auch für Mittel- und Oberzentren, zunehmend schwerer werden, die gesamte vor Ort vorhandene Nachfrage nach Gütern des mittelfristigen Bedarfs im stationären Einzelhandel der jeweiligen Stadt zu binden. Vor dem Hintergrund der für ein Grundzentrum moderaten Zentralität im mittelfristigen Bedarf, lassen sich in dieser Branchengruppe allenfalls geringfügige Zentralitätsspielräume ableiten, welche v.a. der Belebung des kleinteiligen Einzelhandels im Hauptgeschäftszentrum zu Gute kommen sollte.
- Der **langfristige Bedarfsbereich** verfügt mit rd. 90 % über eine durchschnittliche Einzelhandelszentralität. Dies ist v.a. auf den insgesamt großen Angebotsbestand im Teilsegment Bau- und Gartenbedarf zurückzuführen. Die ansässigen Anbieter (z.B. Hagebaumarkt) verfügen zum Teil über großräumige Einzugsgebiete, was Kaufkraftzuflüsse nach sich zieht und die relativ hohe Einzelhandelszentralität in diesem Teilsegment erklärt (rd. 186 %).

---

<sup>20</sup> Unter Einbezug des Angebotsbestands in der Zone 2a beträgt die Einzelhandelszentralität für Gadebusch und seinem zugewiesenen Nahbereich lediglich rd. 75 %.

Die Zentralität des Gadebuscher Einzelhandels liegt aktuell bei rd. 124 %, was insgesamt auf signifikante Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland hindeutet und die überörtliche Versorgungsbedeutung des Grundzentrums Gadebusch belegt. Dabei werden sowohl im periodischen als auch in einigen Sortimenten des aperiodischen Bedarfs überdurchschnittliche Zentralitätswerte erreicht. Angesichts der dynamischen Entwicklung des Online-Handels bestehen daher vor allem im aperiodischen Bedarf kaum noch Ausbaupotenziale.

## 5.5 Analyse der Nachfrageverflechtungen

Der Zentralitätswert ist eine Saldo-Größe aus den Nachfragezuflüssen aus dem Umland und den Nachfrageabflüssen aus der Stadt Gadebusch in das Umland. Mit Hilfe einer Nachfragestromanalyse können diese Zu- und Abflüsse quantifiziert werden.

Entsprechend den Ergebnissen der Nachfragestromanalyse, die im Wesentlichen auf der Umsatzschätzung und Zentralitätsanalyse aufbaut, liegt die Nachfragebindung in Gadebusch über alle Sortimente bei ca. 65 %, sodass die Abflüsse in den stationären und nicht-stationären Handel rd. 11,9 Mio. € p.a. betragen.

Dem steht ein **Brutto-Zufluss** von insgesamt etwa 19,9 Mio. € p.a. gegenüber. Dieser Nachfragezufluss resultiert aus der Abschöpfungsquote aus dem Nahbereich der Stadt Gadebusch in Höhe von rd. 16,7 Mio. € (Zone 2a) zuzüglich rd. 0,6 Mio. € aus den angrenzenden Gemeinden der Zone 2b sowie dem Streukundenpotenzial durch Pendler, Gelegenheitskunden und sonstigen Kunden außerhalb des Gadebuscher Stadtgebiets von insgesamt rd. 2,6 Mio. € (ca. 6 %).

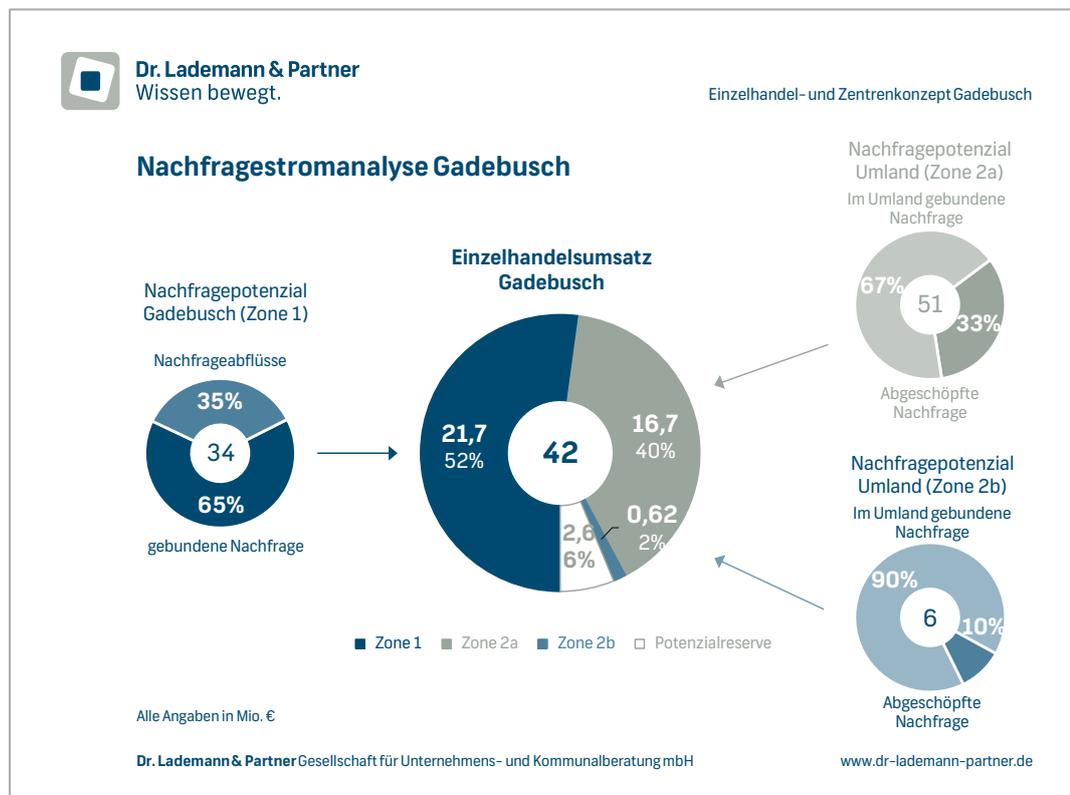


Abbildung 17: Nachfragestromanalyse des Einzelhandels in Gadebusch

Differenziert nach **Hauptwarengruppen** liegt bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten (kurzfristiger Bedarf) die Nachfragebindung in Gadebusch mit rd. 85 % am höchsten, da nahversorgungsrelevante Einkäufe in der Regel wohnortnah getätigt werden und die Stadt Gadebusch über ein umfangreiches und attraktives Nahversorgungsangebot verfügt. Bei den mittelfristigen (rd. 45 %) und langfristigen Hauptwarengruppen (rd. 47 %) liegt die Nachfragebindung zwar deutlich niedriger, erreicht aber gleichwohl ein für ein Grundzentrum angemessenes Niveau. Dennoch schöpfen auch umliegende, attraktive Einzelhandelsstandorte (z.B. das Oberzentrum Schwerin) größere Teil des Kaufkraftvolumens in diesen Bedarfssegmenten ab. Darüber hinaus sind die Segmente des mittel- und langfristigen Bedarfs deutlich onlineaffiner, weshalb damit zu rechnen ist, dass ein bedeutender Teil der Nachfrage in den interaktiven Handel abfließt.

Der lokale Einzelhandel kann rd. 65 % der eigenen Nachfrage vor Ort halten. Darüber hinaus fließen rd. 20 Mio. € von außen zu (Nachfrageabschöpfung aus dem Verflechtungsbereich, angrenzenden Gemeinden sowie Streukundenpotenzial von rd. 6 %).

## 5.6 Zusammenfassende Stärken- und Schwächen-Analyse zum Einzelhandelsstandort Gadebusch

Die wichtigsten **Stärken** des Einzelhandelsstandorts Gadebusch lassen sich wie folgt charakterisieren:

- Angesichts der **vergleichsweise solitären Lage der Stadt Gadebusch im Raum** und der relativ großen räumlichen Distanzen zu den zentralen Orten gleicher oder höherer Hierarchie, wird die Einkaufsorientierung der Stadt- und Umlandbewohner auch zukünftig überwiegend auf Gadebusch ausgerichtet sein.
- Damit verbunden wird der Stadt Gadebusch von Seiten der Raumordnung ein **relativ weiträumiger, überörtlicher Verflechtungsbereich** (Nahbereich) zugewiesen, der sich nicht mit den Nahbereichen anderer Grundzentren überlappt. Somit kann Gadebusch auf ein relativ großes, zusätzliches Nachfragepotenzial im Umland zurückgreifen, was Verkaufsflächenentwicklungen bereits in der Vergangenheit begünstigt hat.
- Die Arbeitsplatzzentralität und der leichte Einpendlerüberschuss, der in den vergangenen Jahren weiter zugenommen hat, verdeutlichen die **Bedeutung Gadebusch als Arbeitsplatzstandort**. Hiervon kann auch der lokale Einzelhandel profitieren, da insbesondere im periodischen Bedarf eine häufige Kopplung von Arbeitsweg und Versorgungseinkauf stattfindet.
- Die **Erreichbarkeit der Einzelhandelsangebote Gadebuschs** kann als sehr gut bewertet werden. Über die beiden Bundesstraßen 104 und 208 ist die Stadt bestens mit ihrem Umland verknüpft. Zudem sind sowohl die peripheren Ortsteile von Gadebusch als auch die Umlandgemeinden über mehrere inner- sowie überörtliche Buslinien an die Kernstadt von Gadebusch angebunden. Die regionale sowie überregionale Anbindung wird darüber hinaus über das Schienennetz der Deutschen Bahn gewährleistet.
- Insgesamt gesehen wird Gadebusch der **grundzentralen Versorgungsfunktion umfassend gerecht**. Über ein breites und attraktives Nahversorgungsangebot wird die Grundversorgung der eigenen Bevölkerung sowie der Bevölkerung im grundzentralen Verflechtungsbereich sichergestellt.
- Mit mehreren Lebensmitteldiscountern, einem vollsortimentierten Verbrauchermarkt und einem leistungsfähigen Drogeriefachmarkt verfügt Gadebusch grundsätzlich über ein **umfassendes Nahversorgungsangebot**.
- Die **ausgewogene räumliche Verteilung des Nahversorgungsangebots** ermöglicht im Kernstadtgebiet zudem eine fast flächendeckende wohnortbezogene Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs. Für den überwiegenden Teil der Einwohner im Kernstadtgebiet ist der nächstgelegene Nahversorger zu Fuß oder mit dem Rad gut zu erreichen. Signifikante räumliche Versorgungslücken lassen

sich in den verdichteten Wohnsiedlungsbereichen der Kernstadt aufgrund der guten räumlichen Verteilung der Lebensmittelmärkte nicht ausmachen.

- Gadebusch verfügt über eine **historische Altstadt**, die eine städtebauliche Qualität bietet und sich grundsätzlich positiv auf die Aufenthaltsqualität und Einkaufsatmosphäre im Stadtkern auswirkt. Ein den Einzelhandel flankierendes Dienstleistungs- und Gastronomieangebot steigert zudem die Multifunktionalität des Stadtzentrums.
- Den strukturprägenden Lebensmittelbetrieben sind großzügige Stellplatzanlagen vorgelagert, sodass dem städtischen Einzelhandel insgesamt ein **ausreichendes Parkplatzangebot** zur Verfügung steht. Zudem ist straßenbegleitendes Parken weitgehend möglich.

Die wesentlichen **Schwächen** des Einzelhandels in der Stadt Gadebusch lassen sich aus unserer Sicht wie folgt zusammenfassen:

- Die **sozioökonomischen Rahmenbedingungen** des Einzelhandels in Gadebusch (v.a. prognostizierter Bevölkerungsrückgang, demografischer Wandel, niedriges Kaufkraftniveau) wirken sich restriktiv auf die Entwicklungsmöglichkeiten des Einzelhandels aus.
- Der **Verkaufsflächenanteil der Innenstadt** an der Gesamtverkaufsfläche der Stadt Gadebusch erreicht mit lediglich rd. 19 % noch immer ein niedriges Niveau. Um die bestehenden Einzelhändler im Stadtzentrum zu halten und die Attraktivität und Sogkraft zu steigern, sollten Verkaufsflächenentwicklungen zukünftig gezielt auf die Innenstadt gelenkt werden.
- Die Nahversorgungsstruktur der Stadt Gadebusch ist aktuell durch eine **erhebliche Schieflage zu Lasten vollsortimentierter Anbieter** gekennzeichnet. Insgesamt drei Lebensmitteldiscountern steht nur ein Vollversorger gegenüber. Da dieser Anbieter (Rewe) zudem am Siedlungsrand gelegen ist, können nur wenige Verbraucher in Gadebusch auf ein vollsortimentiertes Angebot im fußläufigen Umfeld zurückgreifen.
- **Strukturelle Defizite** sind in teilweise nicht mehr marktgerechten Betriebsgrößen der strukturprägenden Lebensmittelmärkte vorzufinden. Innerhalb der Stadt Gadebusch weisen aktuell mehrere Lebensmittelmärkte Verkaufsflächen von unter 800 qm (Schwelle zur Großflächigkeit) auf. Diese Defizite können mit anstehenden nahversorgungsrelevanten Planvorhaben perspektivisch aber z.T. behoben werden.
- Die traditionelle **Innenstadt von Gadebusch ist sehr kleinteilig strukturiert**, weshalb viele Ladeneinheiten suboptimale Verkaufsflächengrößen aufweisen und den Anforderungen an marktgerechte Immobilien nicht mehr gerecht werden können. Hieraus resultieren erhebliche Vermietungsschwierigkeiten und ein

Investitionsstau. Eine Ansiedlung großflächiger, moderner Handelsformate wird in der historischen Altstadt deshalb auch perspektivisch kaum möglich sein.

- In der historischen Altstadt von Gadebusch konzentrieren sich **zahlreiche kleinteilige Ladenleerstände**, die das stadträumliche Erscheinungsbild erheblich trüben. Zudem weisen einige Gebäude teils erheblichen Renovierungsbedarf auf. Um die Ausbreitung städtebaulicher Missstände einzudämmen und weiteren Trading-down-Effekten vorzubeugen, gilt es die leerstehenden Ladeneinheiten mit zentrentypischen Nutzungen über den Einzelhandel hinaus wieder zu beleben.

Folgende **Chancen** eröffnen sich für die Einzelhandelsentwicklung in Gadebusch und sollten gezielt aktiviert und genutzt werden:

- Durch eine gezielte Sicherung, Weiterentwicklung und Qualifizierung des Einzelhandelsangebots könnte die Stadt Gadebusch noch stärker in den Fokus der Umlandkunden rücken. Damit kann die **Nachfrageabschöpfung im Umland** erhöht und gleichzeitig die derzeit abfließende Kaufkraft noch stärker gebunden werden.
- Im Stadtgebiet von Gadebusch und insbesondere im fachmarktgeprägten Innenstadtteilbereich, rückwertig an der Johann-Stelling-Straße, lassen sich **Potenzialflächen** identifizieren, die sich für die Weiterentwicklung des örtlichen Einzelhandels eignen (Nachbesetzung großflächiger Leerstand). Hier ist auch die Ansiedlung großflächiger Formate möglich. Die weiteren Flächenpotenziale (z.B. an der Ratzeburger Chaussee) können dazu dienen nicht mehr zeitgemäß aufgestellten Lebensmittelmärkten eine Anpassung an markttypische Verkaufsflächengrößen zu ermöglichen. Darüber hinausgehende Entwicklungen sollte zum Schutz des gewachsenen Hauptgeschäftszentrums jedoch restriktiv begegnet werden.
- Die Profilierung eines aktiven **Citymanagements** könnte die Vermarktung der Innenstadt verbessern und u.a. helfen, mehr Events in der Innenstadt zu initiieren, welche Aufmerksamkeit erzeugen und mehr potenzielle Kunden in das Hauptgeschäftszentrum locken.
- Als mögliche weitere „Stellschraube“, um zusätzliche Potenziale für den Einzelhandel zu generieren, ist die **Attraktivierung des Wohnungsangebots** zu nennen – insbesondere im Hinblick auf junge Familien, die aufgrund hoher Wohnkosten in Hamburg nach günstigeren Wohnstandorten im Metropolraum suchen.

Dennoch bestehen auch **Risiken**, die berücksichtigt und überwunden werden müssen:

- Die **restriktiven Rahmenbedingungen** (v.a. rückläufige Einwohnerentwicklung) schränken die Entwicklungspotenziale des Einzelhandels auch zukünftig stark ein. Da die Bevölkerungslage in den kommenden Jahren weiter leicht schrumpfen wird, werden sich die Umsatzpotenziale für die Anbieter vor Ort verringern. Damit verbunden wird sich der Wettbewerbsdruck weiter erhöhen, was die bestehenden Einzelhandelsbetriebe auf Markteintritte neuer Anbieter deutlich sensibler reagieren lassen wird.

- In diesem Zusammenhang besteht die Gefahr, dass Potenziale überschätzt oder an den „falschen“ Standorten ausgeschöpft werden, wodurch der **Verdrängungswettbewerb** zu Lasten des Bestandseinzelhandels weiter verschärft werden könnte. Ansiedlungsbegehren sollten daher fundiert (z.B. auf Basis des vorliegenden Einzelhandelskonzepts und eines städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeitsgutachtens) hinsichtlich der Chancen und Risiken abgewogen werden. Dabei steht die Sicherung der Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche und der wohnortnahen Nahversorgung im Vordergrund.
- Eine weitere **Zersplitterung des Einzelhandelsgefüges**, insbesondere hervorgerufen durch großflächigen Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten außerhalb der Innenstadt, sollte verhindert werden. Das oberste Ziel sollte die Schaffung einer kompakten Einzelhandelsstruktur in Gadebusch sein. Dabei stehen die Sicherung und Stärkung der Funktionsfähigkeit der Innenstadt an vorderster Stelle. Zudem ist eine zielkonforme und adäquate Erhaltung bzw. Weiterentwicklung der für die verbrauchernahe Versorgung besonders wichtigen Standorte geboten. Einem Angebotsausbau an peripheren Standorten ist mit den Mitteln der Bauleitplanung entgegenzuwirken.
- Wie für den gesamten stationären Einzelhandel stellt auch für die Einzelhändler in Gadebusch der wachsende **Online-Handel** eine große Herausforderung dar, sofern sich der Gadebuscher Einzelhandel nicht entsprechend darauf einstellt. Für die lokale Bevölkerung wird der Online-Handel, vor allem mit innenstadttypischen Sortimenten, eine immer stärker werdende Alternative darstellen. Die örtliche Nachfrage wird damit künftig noch weinger in Gadebusch gebunden werden können. Anbieter mit nicht online auffindbaren und/oder nicht interessant gestalteten Internet-Präsenzen werden für zunehmende Teile der Bevölkerung zudem nicht wahrnehmbar sein.

# 6 Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Gadebusch

## 6.1 Tragfähigkeitsrahmen für die Entwicklung des Einzelhandels bis 2025

### 6.1.1 Antriebskräfte der Einzelhandelsentwicklung

Für die weitere Entwicklung der Stadt Gadebusch als Einzelhandelsstandort ist die Frage entscheidend, welche Perspektiven der Einzelhandel in Gadebusch insgesamt besitzt.

Die grundsätzlichen Hauptantriebskräfte der Einzelhandelsexpansion sind in erster Linie

- **externe Wachstumskräfte** (Bevölkerungs- und Demografieentwicklung, Kaufkraftentwicklung und Betriebstypendynamik);
- **Defizitfaktoren des Einzelhandelsstandorts** (unzureichende Zentralitätswerte und Fernwirkung, Strukturdefizite im Angebotsmix, unterdurchschnittliche Flächenausstattung und kleinräumige Versorgungslücken).

Betrachtet man Wachstums- und Defizitfaktoren aus der lokalspezifischen Situation der Stadt Gadebusch heraus, zeichnen sich folgende Entwicklungstendenzen ab:

- Die **Einwohnerzahlen** in Gadebusch und der Region werden perspektivisch weiter rückläufig sein und einen Rückgang des Nachfragepotenzials bewirken, was sich wiederum restriktiv auf die künftige Einzelhandelsentwicklung auswirken wird. Zudem bewirkt die **demografische Entwicklung** zunehmend Veränderungen im Einkaufsverhalten. Es steigt damit auch die Bedeutung einer fußläufigen bzw. im modal split gut erreichbaren Nahversorgung.
- Von der **Kaufkraftentwicklung** bzw. der Entwicklung der im Bundesvergleich unterdurchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben werden perspektivisch keine signifikanten Impulse für die Einzelhandelsentwicklung ausgehen. Steigende Pro-Kopf-Ausgaben werden die Bevölkerungsrückgänge nicht (über-)kompensieren können. Zudem ist nochmals auf die steigende Bedeutung des Online-Handels hinzuweisen, der dem stationären Handel (mit Ausnahme des kurzfristigen bzw. periodischen Bedarfs) weiter Kaufkraft entziehen wird.
- Die **Betriebstypendynamik** schlägt sich auch in der Stadt Gadebusch nieder: So ist davon auszugehen, dass aus den allgemeinen Strukturverschiebungen zu Gunsten

der Großflächen<sup>21</sup> v.a. bei den nahversorgungsrelevanten Anbietern zusätzliche Verkaufsflächenpotenziale entstehen. Die Bestandsentwicklung der letzten Jahre zeigt zudem nach wie vor eine ansteigende durchschnittliche Verkaufsfläche je Betriebseinheit. Die Betriebstypendynamik zeigt sich als stetiger Prozess.

- Die **Einzelhandelszentralität** bewegt sich mit rd. 124 % auf einem insgesamt relativ hohen Niveau. Dabei weisen auch z.T. Branchen des mittel- und langfristigen Bedarfs Zentralitätswerte auf, die z.T. auf erhebliche Kaufkraftzuflüsse hindeuten. Vor diesem Hintergrund bestehen im aperiodischen Bedarf kaum Zentralitätsdefizite und nur geringfügige Steigerungspotenziale. Eine Zentralität im kurzfristigen Bedarf von mehr als 100 % ist für Grundzentren hingegen nicht ungewöhnlich und von raumordnerischer Seite auch legitimiert. Dies gilt insbesondere dann, wenn auch auf Kaufkraft aus einem raumordnerisch zugewiesenen Nahbereich, der für Gadebusch vergleichsweise groß ausfällt, zugegriffen werden kann. In Bezug auf den gesamten Verflechtungsbereich (Gadebusch + Nahbereich) beträgt die nahversorgungsrelevante Zentralität rd. 75 % und lässt damit noch leichte Steigerungspotenziale erkennen, wobei vor allem eine stärkere Nachfrageabschöpfung im Umland als Reaktion auf eine qualitative Aufwertung der Nahversorgungsstruktur plausibel erscheint.
- Die **Flächenausstattung** liegt in Gadebusch, verglichen mit der Flächenausstattung im Bundesgebiet, auf einem überdurchschnittlichen Niveau. Im Vergleich mit anderen Grundzentren weist die Stadt Gadebusch aktuell ebenfalls eine überdurchschnittliche Flächenausstattung auf. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass die Stadt Gadebusch einen relativ weiträumigen, überörtlichen Verflechtungsbereich anspricht, der der Stadt von Seiten der Raumordnung zugewiesen wird. Der Verflechtungsbereich ist stark ländlich geprägt und verfügt über relativ disperse Siedlungsstrukturen, was u.a. dazu führt, dass hier nur wenige leistungsfähige Versorgungsangebote bestehen. Entsprechend muss Gadebusch auch die (Grund-) Versorgung der im Umland lebenden Verbraucher sicherstellen. Bezogen auf den Verflechtungsbereich ergibt sich für Gadebusch eine Verkaufsflächendichte, die in etwa im bundesdeutschen Durchschnitt liegt. Insgesamt lassen sich somit aber dennoch nur noch leichte Entwicklungsspielräume ableiten, die jedoch in einen Kontext mit dem grundzentralen Versorgungsauftrag Gadebuschs zu setzen sind.

Darüber hinaus sind **strukturelle Defizite** in Gadebusch feststellbar, die zusätzliche Verkaufsflächenpotenziale generieren:

- Der **Verkaufsflächenanteil der Innenstadt** am gesamtstädtischen Verkaufsflächenbestand von aktuell rd. 19 % weist darauf hin, dass der Innenstadt derzeit eine eher untergeordnete Bedeutung im gesamtstädtischen Einzelhandelsgefüge

---

<sup>21</sup> Die Betriebstypendynamik wird weiter dafür sorgen, dass der Flächenanspruch der Einzelhandelsbetriebe (auch der im Bestand) um etwa 0,3 % p.a. steigen wird.

zukommt. Die Gadebuscher Altstadt ist in weiten Teilen sehr kleinteilig strukturiert und **ist in Teilen nur noch als bedingt funktionierender Einzelhandelsstandort anzusehen**. Im traditionellen Stadtkern hat sich der Einzelhandelsbesatz in den vergangenen Jahren weiter ausgedünnt und ist mit Leerständen und Mindernutzungen durchsetzt. Um einem vollständigen Funktionsverlust der Innenstadt vorzubeugen, sollte der derzeitige Verkaufsflächenbestand in der Innenstadt gesichert und wenn möglich ausgebaut werden. In jedem Fall wäre eine Steigerung des Verkaufsflächenanteils der Innenstadt am Gesamtverkaufsflächenbestand wünschenswert (notfalls auch zu Lasten der Streulagen). Dabei ist v.a. auch die mögliche Weiterentwicklung altstadtnaher Potenziale an der Johann-Stelling-Straße in den Blick zu nehmen, um eine Ansiedlung moderner Handelsformate zu ermöglichen, die sich nicht in die kleinteilige Altstadt integrieren lassen.

- Derzeit besteht in der Nahversorgungsstruktur von Gadebusch sowohl gemessen an der Anzahl der Betriebe als auch gemessen an der Verkaufsfläche der Betriebe eine erhebliche **Schieflage zu Lasten vollsortimentierter Anbieter**. Während das Discountsegment mit 3 Anbietern sehr gut abgedeckt ist, besteht mit dem Rewe-Verbrauchermarkt derzeit nur ein Vollversorger, der zudem am Siedlungsrand gelegen und somit nur eingeschränkt fußläufig erreichbar ist. Im Lebensmittelvollsortiment besteht somit grundsätzlich noch Ausbaupotenzial, wobei dieses idealerweise in zentraler Lage im Stadtgebiet bzw. im Hauptgeschäftszentrum genutzt werden sollte, um die Nahversorgungsfunktion der Innenstadt zu stärken und zugleich einen Frequenzbringer in die Innenstadt zu holen.
- Zum Teil sind **räumliche Versorgungslücken** in der Nahversorgung, v.a. in den dörflich geprägten Ortsteilen, gegeben. Diese werden aufgrund fehlender Tragfähigkeitspotenziale jedoch voraussichtlich nicht vollständig geschlossen werden können. In diesem Zusammenhang ist jedoch noch mal darauf hinzuweisen, dass im Zuge des **demografischen Wandels** und einer eingeschränkten Mobilität die wohnortnahe Versorgung immer mehr an Bedeutung gewinnt und somit zumindest eine adäquate ÖPNV-Anbindung der nicht fußläufig versorgten Ortsteile zu sichern ist.

Über diesen weitgehend verdrängungsneutralen Entwicklungsrahmen hinaus ergeben sich zusätzliche Expansionspotenziale durch die **Berücksichtigung einer verträglichen Umsatzumverteilung**. Denn letztlich wird und kann ein Ansiedlungsvorhaben in einem verträglichen Umfang Nachfrage zu Lasten anderer Standorte in seinem Einzugsgebiet umverteilen (Umsatzumverteilung). Dabei setzen Dr. Lademann & Partner mit rd. 8 % eine Umsatzumverteilungsquote unter dem in der Rechtsprechung gängigen Schwellenwert von rd. 10 % an. Damit ist sichergestellt, dass in dieser pauschalen Betrachtung die prospektiven Auswirkungen nicht mehr als unwesentlich sein werden. Bei konkreten Vorhaben ist gleichwohl eine Einzelfalluntersuchung zur Ermittlung und Bewertung der spezifischen Auswirkungen erforderlich.

Spielräume zum Ausbau des Einzelhandelsangebots ergeben sich damit v.a. aus folgenden Quellen:

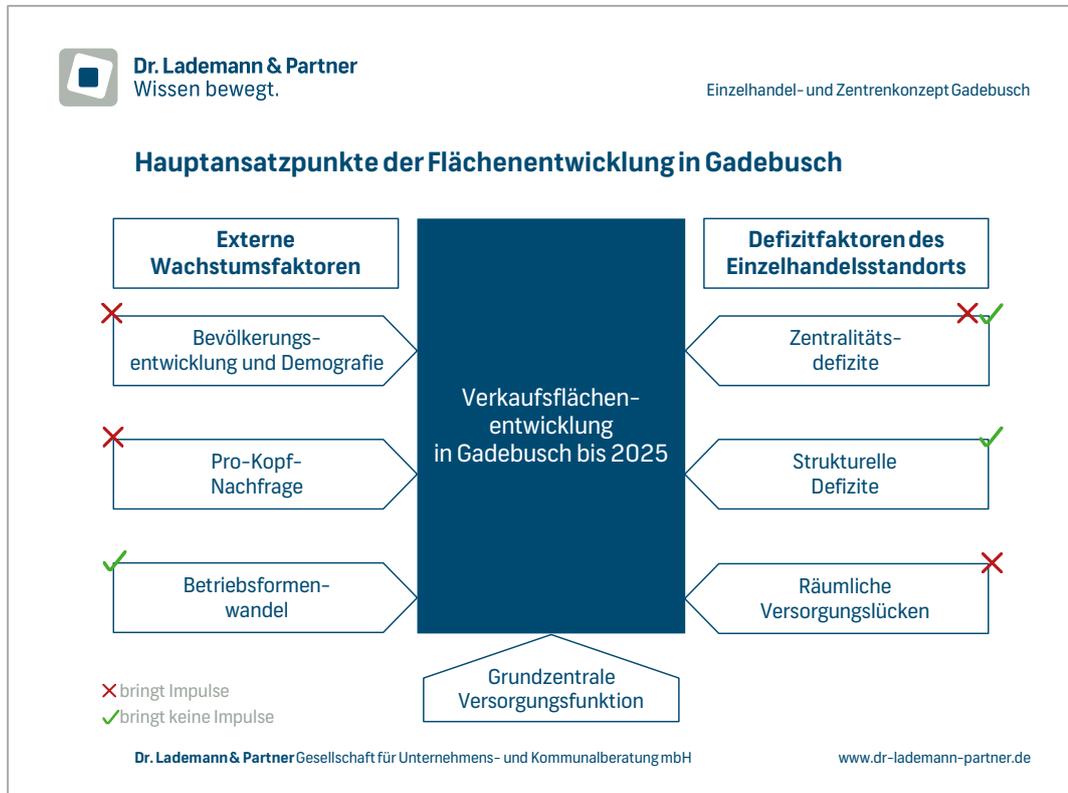


Abbildung 18: Hauptansatzpunkte der Flächenentwicklung in Gadebusch

## 6.1.2 Verkaufsflächenspielräume bis 2025

Der Entwicklungsrahmen des Gadebuscher Einzelhandels ergibt sich zum einen aus der Annahme, dass die Nachfragebindung und -abschöpfung im Stadtgebiet sowie aus dem Umland infolge einer (qualitativen) Attraktivitätssteigerung des Einzelhandelsangebots und einer damit verbundenen stärkeren Sogkraft des örtlichen Einzelhandels noch leicht gesteigert werden kann. Dies impliziert, dass dem stadtentwicklungspolitisch gewünschtem Standort Hauptgeschäftszentrum die „richtigen“ Sortimente und Betriebstypen gezielt zugeordnet werden. Städtebauliche Aufwertungen, arrondierende Nutzungen und weitere städtebauliche Maßnahmen (z.B. Verbesserung von Wege- und Kundenaustauschbeziehungen) können darüber hinaus zu einer Erhöhung der Nachfragebindung bzw. -abschöpfung beitragen.

Derzeit liegt die Nachfragebindung in Gadebusch über alle Sortimente bei rd. 65 %. Durch eine Stärkung der örtlichen Einzelhandelsstrukturen und einer damit verbundenen besseren Positionierung des stationären Handels im interkommunalen

Wettbewerb sowie im Wettbewerb mit dem Online-Handel<sup>22</sup> gehen Dr. Lademann & Partner davon aus, dass die Nachfragebindung in Gadebusch um rd. 5 %-Punkte auf dann rd. 70 % gesteigert werden kann. Die Gesamtsteigerung wird dabei v.a. durch eine nennenswerte Steigerung der Nachfragebindung im periodischen Bedarf möglich sein. Zwar liegt die derzeitige Nachfragebindung im kurzfristigen Bedarf bei rd. 85 % und damit bereits auf einem soliden Niveau, jedoch weist diese vor dem Hintergrund sehr geringfügiger Abflüsse in den Online-Handel durchaus noch Steigerungspotenzial auf. Bei den meisten mittel- und langfristigen Segmenten werden dagegen schon heute ordentliche Nachfragebindungen erreicht, die angesichts der dynamischen Entwicklung des Online-Handels und der bei Grundzentren typischerweise auch eher geringen Kaufkraftbasis (z.B. im Segment Möbel) in diesen Segmenten kaum noch steigerbar sind. Folglich sind für diese Hauptwarengruppen nur noch geringfügige Steigerungspotenziale ableitbar.

Der Gadebuscher Einzelhandel kann derzeit rd. 33 % der Nachfrage aus dem Umland (Zone 2a des Marktgebiets bzw. grundzentraler Verflechtungsbereich) abschöpfen. Wenn es dem Gadebuscher Einzelhandel gelingt seine Ausstrahlungskraft weiter zu erhöhen und damit eine stärkere Marktdurchdringung im Umland zu erreichen, gehen die Gutachter davon aus, dass die Nachfrageabschöpfung im überörtlichen Einzugsgebiet um rd. 12 %-Punkte auf dann rd. 45 % gesteigert werden könnte. Dabei kommen dem Gadebuscher Einzelhandel die relativ großen räumlichen Distanzen zu den nächstgelegenen Grundzentren und ein damit verbundener überlappungsfreier Nahbereich zu Gute. Vor diesem Hintergrund ist von starken Einkaufsorientierungen der Umlandbewohner auf Gadebusch auszugehen, die mit einer weiteren Attraktivierung des (Grund-) Versorgungsangebots noch verstärkt werden könnte. Unter Beachtung des grundzentralen Versorgungsauftrags von Gadebusch lassen sich somit v.a. für den periodischen Bedarf noch Steigerungspotenziale ableiten. Wenngleich auch im aperiodischen Bedarf eine gewisse Steigerung (v.a. im Kontext mit der Stärkung der Innenstadt) möglich sein wird, wird der überwiegende Teil auch zukünftig den umliegenden Mittel- und Oberzentren (und auch dem Online-Handel) zufließen.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> Gemäß den aktuellsten Daten des Handelsverbands Deutschland (Online-Monitor 2020) beläuft sich der Online-Anteil am Gesamtmarkt bei den kurzfristigen Bedarfsgütern (insbesondere Lebensmittel), trotz überdurchschnittlicher Zuwachsraten in den vergangenen Jahren, auf lediglich rd. 2,5 %. Mit anderen Worten: Mehr als 97 % des Umsatzes mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs werden noch immer im stationären Einzelhandel erwirtschaftet. Insofern ist davon auszugehen, dass auch in der Stadt Gadebusch nur geringfügige Kaufkraftabflüsse in den Online-Handel bestehen und der ganz überwiegende Teil der Nachfrage den stationären Einzelhändlern zur Verfügung steht. Wenn es gelingt, dass städtische Grundversorgungsangebot weiter zu qualifizieren und Vertriebslinien in der Stadt zu etablieren, die es derzeit noch nicht in Gadebusch gibt, kann die Nachfragebindung im periodischen Bedarf durchaus noch weiter gesteigert werden. Dabei profitiert der Gadebuscher Einzelhandel auch von den relativ großen räumlichen Distanzen zu den nächstgelegenen zentralen Orten mit einer höheren Angebotsdichte.

<sup>23</sup> Eine weitere Erhöhung der Nachfrageabschöpfung aus den Teilen des Umlandeinzugsgebiets, die nicht mehr dem raumordnerisch zugewiesenen Nahbereich zugeordnet sind, wurde verzichtet, da dies nicht raumordnungskonform wäre.

Unter Berücksichtigung der o.g. Faktoren errechnet sich für Gadebusch damit ein tragfähiger Flächenrahmen bis zum Jahr 2025 von insgesamt

**rd. 2.150 bis 3.550 qm Verkaufsfläche<sup>24</sup>.**

	<b>K</b> kurzfristiger Bedarf	<b>M</b> mittelfristiger Bedarf	<b>L</b> langfristiger Bedarf	<b>Summe</b>
VKF-Bestand	5.600	4.200	7.100	<b>16.900</b>
Verdrängungsneutraler Expansionsrahmen	1.450	200	500	<b>2.150</b>
Zusätzl. Potenziale aus Umsatzumverteilung von max. 8 %	450	350	600	<b>1.400</b>
<b>Summe 2025</b>	<b>7.500</b>	<b>4.750</b>	<b>8.200</b>	<b>20.450</b>

\*Werte gerundet. Alle Angaben in qm

Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH [www.dr-lademann-partner.de](http://www.dr-lademann-partner.de)

**Abbildung 19: Expansionsrahmen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels**

In diesem Zusammenhang sei darauf hingewiesen, dass Flächenbedarfsprognosen und/oder Rechenmodelle zur Bestimmung künftiger Verkaufsflächenzuwächse nach einem Urteil des EuGHs aus 2018 nicht mehr zulässig sind. Zwar verstoßen solche Prognosen allein noch nicht gegen Art. 14 Nr. 5 der Europäischen Dienstleistungsrichtlinie<sup>25</sup> (das EuGH hat klargestellt, dass Einzelhandel eine Dienstleistung ist und damit unter die Europäische Dienstleistungsrichtlinie fällt), da ein Einzelhandelskonzept keine rechtliche Verbindlichkeit entfaltet. Stützt sich jedoch ein Bebauungsplan auf

<sup>24</sup> Die jeweils kleinere Zahl der Spannweite entspricht dabei einem weitgehend verdrängungsneutralen Entwicklungsrahmen. Nimmt man bis zu rd. 8 % Umsatzumverteilung in Kauf, sind Flächenentwicklungen bis zum oberen Bereich der Spannweite rechnerisch möglich. Will man den noch als vertretbar angesehenen Grenzwert von 10 % Umverteilung akzeptieren, so ergeben sich noch weitere Ansiedlungsspielräume.

<sup>25</sup> Art. 14 Nr. 5 der Europäischen Dienstleistungsrichtlinie: Die Mitgliedstaaten dürfen die Aufnahme oder Ausübung einer Dienstleistungstätigkeit in ihrem Hoheitsgebiet nicht von einer der folgenden Anforderungen abhängig machen [...] einer wirtschaftlichen Überprüfung im Einzelfall, bei der die Erteilung der Genehmigung vom Nachweis eines wirtschaftlichen Bedarfs oder einer Marktnachfrage abhängig gemacht wird, oder der Beurteilung der tatsächlichen oder möglichen wirtschaftlichen Auswirkungen der Tätigkeit oder der Bewertung ihrer Eignung für die Verwirklichung wirtschaftlicher, von der zuständigen Behörde festgelegter Programmziele; dieses Verbot betrifft nicht Planungserfordernisse, die keine wirtschaftlichen Ziele verfolgen, sondern zwingenden Gründen des Allgemeininteresses dienen; [...].

die abgeleiteten Entwicklungskorridore, werden diese in die verbindliche Bauleitplanung überführt und unterliegen damit der Dienstleistungsrichtlinie.

Insofern sollte der ermittelte Expansionsrahmen lediglich als grober Orientierungsrahmen verstanden werden, der unter Abwägung der Vor- und Nachteile ggf. auch überschritten werden kann. Keinesfalls sollte sich eine Bauleitplanung ausschließlich auf diesen Expansionsrahmen stützen. Vielmehr ist im Rahmen der Bauleitplanung für ein Einzelhandelsvorhaben eine detaillierte, einzelfallbezogene Verträglichkeitsanalyse notwendig. Der Expansionsrahmen für die Stadt Gadebusch entfällt in der sektoralen Differenzierung auf die in der Tabelle dargestellten Branchen:

Untergliedert in die einzelnen Branchengruppen ist Folgendes festzuhalten:

#### ■ **Kurzfristiger bzw. periodischer Bedarf:**

Für den kurzfristigen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf ergeben sich insgesamt Flächenpotenziale zwischen rd. 1.450 und 1.900 qm Verkaufsfläche. Dieser Entwicklungsrahmen sollte schwerpunktmäßig zur Ansiedlung eines großflächigen Magnetbetriebs im Innenstadtbereich genutzt werden, um die Attraktivität und Sogkraft der Innenstadt zu steigern und eine weitere Zersplitterung des Einzelhandelsgefüges zu vermeiden. Als potenzielle Ansiedlungsfläche stünde hierfür der großflächige Leerstand an der Johann-Stelling-Straße zur Verfügung. Um gleichzeitig das starke Übergewicht discountorientierter Anbieter in Gadebusch abzubauen, sollte dabei primär die Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters ins Auge gefasst werden.

Darüber hinaus stehen noch geringfügige Spielräume für Bestandserweiterungen zur Verfügung, welche durch das sehr konkrete Planvorhaben (Verlagerung von Rewe und Lidl an der Ratzeburger Chaussee) ausgenutzt werden können.

#### ■ **Mittelfristiger Bedarf:**

Den Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs stehen insgesamt Verkaufsflächen-spielräume zwischen rd. 200-550 qm zur Verfügung. Diese Potenziale reichen somit nicht aus, um großflächige Einzelhandelsbetriebe neu anzusiedeln. Sollte es gelingen, marktgängige Flächen im Hauptzentrum zu schaffen, sollte der Flächenrahmen zur handelsseitigen Stärkung der Innenstadt genutzt werden. Hierbei ist v.a. die Wiederbelebung inaktiver Flächen anzustreben. Einem Angebotsausbau außerhalb des Hauptgeschäftszentrums sollte hingegen konsequent entgegen-gewirkt werden, um den Innenstadteinzelhandel nicht weiter unter Druck zu setzen und dessen Entwicklungsperspektiven zu erhalten.

#### ■ **Langfristiger Bedarf:**

Der ermittelte Entwicklungsrahmen für den langfristigen Bedarf bewegt sich in einer Spannbreite zwischen rd. 500 und 1.100 qm. Der Angebotsbestand im langfristigen Bedarf fällt insbesondere im Segment Bau- und Gartenbedarf bereits heute vergleichsweise hoch aus. Mit einem Hagebaumarkt und einem Raiffeisen-Markt

sind schon heute typische Fachmarktformate mit Sortimenten des langfristigen Bedarfs in Gadebusch ansässig. Größere Expansionsspielräume sind insofern nicht gegeben. Die ermittelten Potenziale können zur Schließung von Angebotslücken im Bereich Möbel und Haus- und Heimtextilien eingesetzt werden (z.B. Dänisches Bettenlager) sowie für Modernisierungen/Erweiterungen von Bestandbetrieben. Diese Sortimente sind in Gadebusch bislang nur im Seconhand-Bedarf bzw. als untergeordnetes Randsortiment vertreten. Ein umfassender Angebotsausbau im langfristigen Bedarf ist vor dem Hintergrund der zentralörtlichen Funktion von Gadebusch ohnehin weder vorgesehen noch notwendig.

Der Entwicklungsrahmen für den Einzelhandel in Gadebusch beträgt rd. 2.150 bis 3.550 qm Verkaufsfläche. Der größte Anteil hiervon entfällt auf den kurzfristigen Bedarfsbereich, der bei der Einzelhandelsentwicklung von Grundzentren besonders im Fokus steht. Die ermittelten Verkaufsflächenspielräume sollten vornehmlich zur weiteren Qualifizierung der lokalen Nahversorgungsstruktur und zur Stärkung des Gadebuscher Hauptgeschäftszentrums eingesetzt werden.

## 6.2 Strategische Orientierungsprinzipien

Der stationäre Einzelhandel vermag durch einen vielfältigen Betriebstypen- und Standortmix die Urbanität und Attraktivität eines zentralen Orts, aber auch ihre Prosperität positiv zu beeinflussen. Diese primär städtebaulichen Ziele lassen sich jedoch nur erreichen, wenn durch die Bauleitplanung die investitionsseitigen Voraussetzungen geschaffen werden, sodass sich eine Nachfrage nach städtebaulich erwünschten Standorten einstellt, die der betriebswirtschaftlichen Tragfähigkeit gerecht wird. Gerade im Zuge einer anhaltenden Verkaufsflächenentwicklung wird daher generell versucht, die Bauleitplanung im Einzelhandel

### am Prinzip der räumlich-funktionalen Arbeitsteilung

des Standortnetzes zu orientieren.

Eine derartige arbeitsteilige Versorgungsstruktur lässt sich jedoch im Wettbewerb nicht ohne bauleitplanerische Rahmenbedingungen erhalten bzw. herbeiführen. Es kommt dabei darauf an, eine innenstadtverträgliche Verkaufsflächenentwicklung an der Peripherie sowie eine gezielte Verbesserung der ökonomischen Rahmenbedingungen der Innenstadt sicherzustellen. Neben der räumlich-funktionalen Arbeitsteilung als leitendes Prinzip der Stadtentwicklung kann bauleitplanerisch die Sogkraft des Einzelhandels durch den Grad der Standortkonzentration (Agglomerationsgrad) beeinflusst werden. Generell gilt, dass ein auf viele Standorte zersplittertes Einzelhandelsnetz weniger sogkräftig ist als ein stärker konzentriertes.

Das Prinzip der dezentralen Konzentration lässt je nach Stadt- und Gemeindegröße eine unterschiedliche Anzahl von Standortagglomerationen zu.



**Abbildung 20: Strategische Orientierungsprinzipien**

Als Herausforderung ist dabei der sich verschärfende Wettbewerb sowohl zwischen den zentralen Orten als auch mit dem Online-Handel anzusehen. Die **zentralörtliche Position der Stadt Gadebusch sollte vor dem Hintergrund der qualifizierten Versorgungsfunktion für die eigene Bevölkerung und den Nahbereich gesichert und maßvoll gestärkt werden.** Die Einzelhandelsentwicklung sollte dabei künftig weiterhin in erster Linie an einer räumlich fokussierten Einzelhandelsentwicklung (durch Ausbau der bestehenden Angebote) sowie an einer qualitativen Verbesserung orientiert werden, sodass u.a. Verdichtung und Modernisierung der Versorgungsstrukturen zu Attraktivitätssteigerungen führen (räumliche Prägnanz der Standortlagen). Insbesondere im Segment des mittelfristigen Bedarfs sollten die Bemühungen darauf abzielen den Hauptgeschäftsbereich als multifunktionalen Einzelhandelsstandort zu stärken.

Konkret ist damit folgende Ausrichtung der einzelnen Standortbereiche anzusteuern:

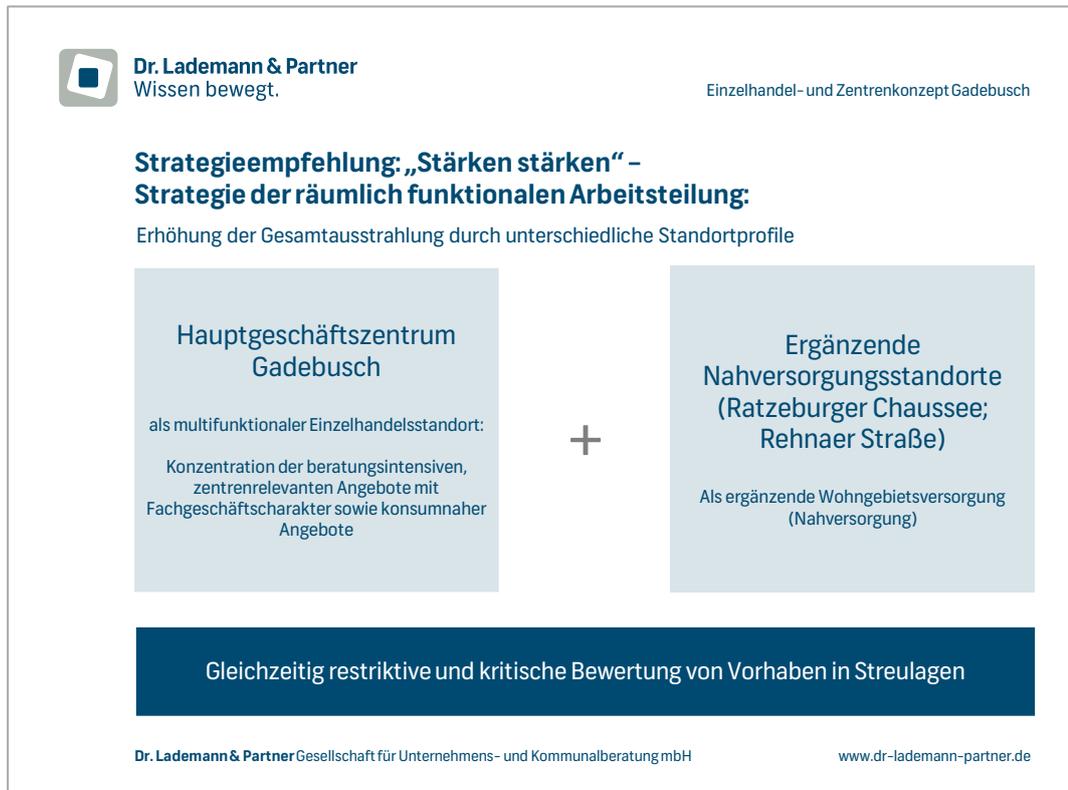


Abbildung 21: Strategieempfehlung: „Stärken stärken“

Grundsätzliche Entwicklungsstrategie „**Stärken stärken**“, hierbei

- Positionierung **des Hauptgeschäftszentrums** als tragender Einzelhandelsstandort durch die Konzentration von **weniger transportsensiblen Angeboten**. Der Anteil der zentrenrelevanten Sortimente und kopplungsaffiner Nutzungen (Gastronomie, Dienstleistungen, etc.) sollte dabei gesichert und ausgebaut werden. Es gilt ein Mindestmaß an großflächigen und sogkräftigen Magnetbetrieben vorzuhalten, um die Ausstrahlungskraft des Hauptgeschäftszentrums zu erhalten.
- Die **ergänzenden Nahversorgungsstandorte** Ratzeburger Chaussee und Rehnaer Straße sind als arrondierende Standortlagen zu behandeln. Sie übernehmen eine wichtige Funktion bei der Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung und befinden sich in siedlungsintegrierter Lage. Der Schwerpunkt der Weiterentwicklung sollte weiterhin auf den nach der Gadebuscher Liste nahversorgungsrelevanten Sortimenten liegen.
- Darüber hinaus sollte eine **restriktive und kritische Bewertung von sonstigen Vorhaben in Streulagen** erfolgen, um eine weitere Zersplitterung der Einzelhandelsstrukturen zu vermeiden, sofern es sich dabei nicht um Vorhaben handeln sollte, die eindeutig der wohnortnahen Grundversorgung dienen oder aber aufgrund von Flächenanforderungen bei nicht-zentrenrelevanten Sortimenten nachweislich in den o.g. Standortlagen nicht integrierbar sind.

# 7 Zentrenkonzept für die Stadt Gadebusch

## 7.1 Hierarchie und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche

Im Rahmen der Analyse wurden die Versorgungsstandorte der Stadt Gadebusch unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten bewertet und im Hinblick auf ihre bisherige Einordnung in das hierarchische Zentrenmodell entsprechend den im Folgenden dargestellten Kriterien beurteilt. Das Zentrenmodell umfasst neben den eigentlichen Zentren (i.d.R. Hauptzentrum, Nebenzentrum und Nahversorgungszentren) auch agglomerierte Standorte ohne Zentrenstatus (Sonderstandorte) sowie Nahversorgungsstandorte.

Die Begrifflichkeit der zentralen Versorgungsbereiche ist schon länger in den planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO) verankert und beschreibt diejenigen Bereiche, die aus städtebaulichen Gründen vor mehr als unwesentlichen Auswirkungen bzw. vor Funktionsstörungen geschützt werden sollen. Im Jahr 2004 setzte das Europaanpassungsgesetz Bau (EAG Bau) den Begriff in den bundesrechtlichen Leitsätzen zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB) und in den planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich neu fest (§ 34 Abs. 3 BauGB).

In der Novellierung des BauGB vom 01.01.2007 wurde die „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ schließlich auch zum besonders zu berücksichtigenden Belang der Bauleitplanung erhoben (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB). Somit berechtigt das Sicherungs- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche die Aufstellung einfacher Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB.

Hinsichtlich der aktuell geltenden Rechtsprechung im Bau- und Bauordnungsrecht, u.a. im § 34 Abs. 3 BauGB, ist darauf hinzuweisen, dass lediglich die „echten“ Zentrenstypen (Innenstadt, Ortsteil- und/oder Nahversorgungszentren) als zentrale Versorgungsbereiche fungieren und somit schützenswert sind.

Es ist daher sinnvoll bzw. notwendig, die relevanten Zentren abzugrenzen, um diese bei der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung besonders berücksichtigen zu können. Der § 34 Abs. 3 BauGB sieht eine Prüfung von einzelhandelsrelevanten Ansiedlungsvorhaben bezüglich ihrer Auswirkungen auf die ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche vor. Die Definition und Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen ist somit eine Möglichkeit, den bestehenden kommunalen Einzelhandelsbestand zu schützen bzw. dessen Entwicklung in geordnete/gewünschte Bahnen zu lenken. Für eine eindeutige Zuordnung der jeweiligen Grundstücke bzw. Betriebe zu einem zentralen

Versorgungsbereich ist eine genaue Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche notwendig, da nur diese Bereiche gemäß den Zielen der Stadtentwicklung einen schützenswerten Charakter besitzen.

Die **Rechtsprechung und die kommentierende Literatur**<sup>26</sup> haben dazu eine Reihe von Kriterien aufgestellt. Danach wird ein **zentraler Versorgungsbereich** als räumlich abgrenzbarer Bereich definiert, dem aufgrund vorhandener oder noch zu entwickelnder Einzelhandelsnutzungen eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt oder zukommen soll. Das Angebot wird i.d.R. durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote ergänzt.

Eine zentrale Lage setzt eine städtebauliche Integration voraus. Ein zentraler Versorgungsbereich muss dabei mehrere konkurrierende oder einander ergänzende Angebote umfassen (Maßnahmen zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche sollen nicht auf den Schutz eines Einzelbetriebs vor Konkurrenz hinauslaufen). Zugleich sind anders genutzte „Lücken“ in der Nutzungsstruktur eines zentralen Versorgungsbereichs – solange ein Zusammenwirken der zentrentypischen Nutzungen im Sinne eines „Bereichs“ angenommen werden kann – möglich.

Ein zentraler Versorgungsbereich hat nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion. Diese Funktion besteht darin, die Versorgung eines Gemeindegebiets oder eines Teilbereiches mit einem auf den Einzugsbereich abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs sicherzustellen.

Der Begriff ‚zentral‘ ist nicht geografisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Ein zentraler Versorgungsbereich muss über einen gewissen, über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich mit städtebaulichem Gewicht haben. Er muss damit über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wirken; er kann auch Bereiche für die Grund- und Nahversorgung umfassen.

**Kein zentraler Versorgungsbereich** sind Agglomerationen einzelner Fachmärkte oder auch peripher gelegener Standorte, wie man sie oftmals in ehemaligen Gewerbegebieten findet. Durch ihre hoch spezialisierte Aufstellung befriedigen sie lediglich einen geringen und eingeschränkten Bedarf an Waren. Darüber hinaus fehlen andere Nutzungen wie Dienstleistungs- oder Gastronomieangebote in vielen Fällen. Obwohl besagte Fachmarkttagglomerationen allein wegen ihrer Größe ein weitläufiges Einzugsgebiet bedienen, fehlt ihnen vor allem aufgrund der fehlenden Integration die für einen zentralen Versorgungsbereich unabdingbare Zentrumsfunktion für eben dieses Einzugsgebiet.

---

<sup>26</sup> Vgl. u.a. OVG NRW, Urteil vom 22.11.2010 – 7 D 1/09.NE –, S.27 sowie Kuschnerus, Ulrich, 2007: Der standortgerechte Einzelhandel.

Die im Folgenden näher erläuterten **funktionalen und städtebaulichen Kriterien** ermöglichen neben einer **hierarchischen Einordnung** auch eine Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche untereinander und bilden somit die Grundlage für einen eindeutigen räumlichen Bezugsrahmen für die Einzelhandelsentwicklung in Gadebusch:

- der bestehende Einzelhandelsbesatz,
- ergänzende Nutzungen (konsumnahe Dienstleistungsbetriebe, Gastronomiebetriebe, kulturelle, öffentliche und Freizeiteinrichtungen),
- die allgemeine städtebauliche Gestalt/Qualität sowie
- eine fußläufige Erreichbarkeit und Anbindung an den MIV (Motorisierter Individualverkehr) sowie ÖPNV (Öffentlicher Personennahverkehr).

Entsprechende Standortbereiche müssen dabei jedoch noch nicht vollständig als Versorgungsbereich entwickelt sein. Auch ein Entwicklungsziel kann als Kriterium zur Abgrenzung herangezogen werden. So ist es z.B. denkbar, Potenzialflächen in den zentralen Versorgungsbereich mit aufzunehmen, die mittel- und langfristig entsprechend entwickelt werden sollen.

Diese Faktoren werden dabei sowohl auf quantitative als auch qualitative Kriterien hin untersucht. Hierbei wird in den einzelnen Hierarchiestufen unterschieden:

#### **Innenstadtzentren (A-Zentren)**

- Größerer Einzugsbereich: In der Regel gesamtes Stadtgebiet und ggf. weiteres Umland
- Großes Spektrum an Waren und Dienstleistungsangeboten: Zentrentypische und nahversorgungsrelevante Sortimente; Waren für den kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf

#### **Nebenzentren/Stadtteilzentren (B- und C-Zentren)**

- Mittlerer Einzugsbereich: In der Regel beschränkt auf bestimmte Bezirke und Stadtteile größerer Städte
- Regelmäßig größeres Spektrum an Waren und Dienstleistungsangeboten: Zentrentypische und Sortimente des kurzfristigen Bedarfs

#### **Nahversorgungszentren (D-Zentren)**

- Kleiner bis mittlerer Einzugsbereich: Auf bestimmte Quartiere größerer Städte beschränkt
- Begrenztes Spektrum an Waren- und Dienstleistungsangeboten; vornehmlich des kurzfristigen Bedarfs; in begrenztem Umfang ggf. auch Waren für den mittelfristigen Bedarf

- Zentrum kann auch auf die Sicherung der Grund- und Nahversorgung beschränkt sein; jedoch kein Schutz eines Einzelbetriebs.

#### (Integrierte) Nahversorgungsstandorte

- Kleiner bis mittlerer Einzugsbereich: In der Regel auf bestimmte Quartiere größerer Städte oder mehrere Ortsteile beschränkt
- oftmals Solitärstandort eines Nahversorgers oder kleiner Verbundstandort mit Angeboten des kurzfristigen Bedarfs
- In der Regel keine oder nur eingeschränkte ergänzende Nutzungen

#### Zentralitätsbildender Sonderstandort/Ergänzungsstandort

- Zumeist überörtlicher Einzugsbereich
- Zumeist flächenextensive Sortimente des langfristigen Bedarfsbereichs
- Agglomeration funktionaler Fachmarktkonzepte, die sich i.d.R. in autokundenorientierter Lage befinden
- Geringe Aufenthaltsqualität, geringes Angebot arrondierender Nutzungen

## 7.2 Gesamtüberblick Zentrenkonzept für die Stadt Gadebusch

Das vorliegende Einzelhandelskonzept für die Stadt Gadebusch konkretisiert die Entwicklungsvorstellungen für städtebaulich sinnvolle Standortlagen. Dabei wurden die Einstufung und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche auf Basis der o.g. quantitativen als auch qualitativen Kriterien vorgenommen.

In Gadebusch lässt sich mit dem Hauptgeschäftszentrum nur ein Standortbereich identifizieren, der im Sinne des § 34 BauGB sämtliche Kriterien zur Einstufung eines zentralen Versorgungsbereichs erfüllen kann. Der Standortbereich wurde bereits im Einzelhandelskonzept für die Stadt Gadebusch aus dem Jahr 2006 als zentraler Versorgungsbereich klassifiziert. Die intensive Begehung des Zentrums hat ergeben, dass eine Ausweisung als zentraler Versorgungsbereich weiterhin auch unter den heutigen Rahmenbedingungen gerechtfertigt erscheint.

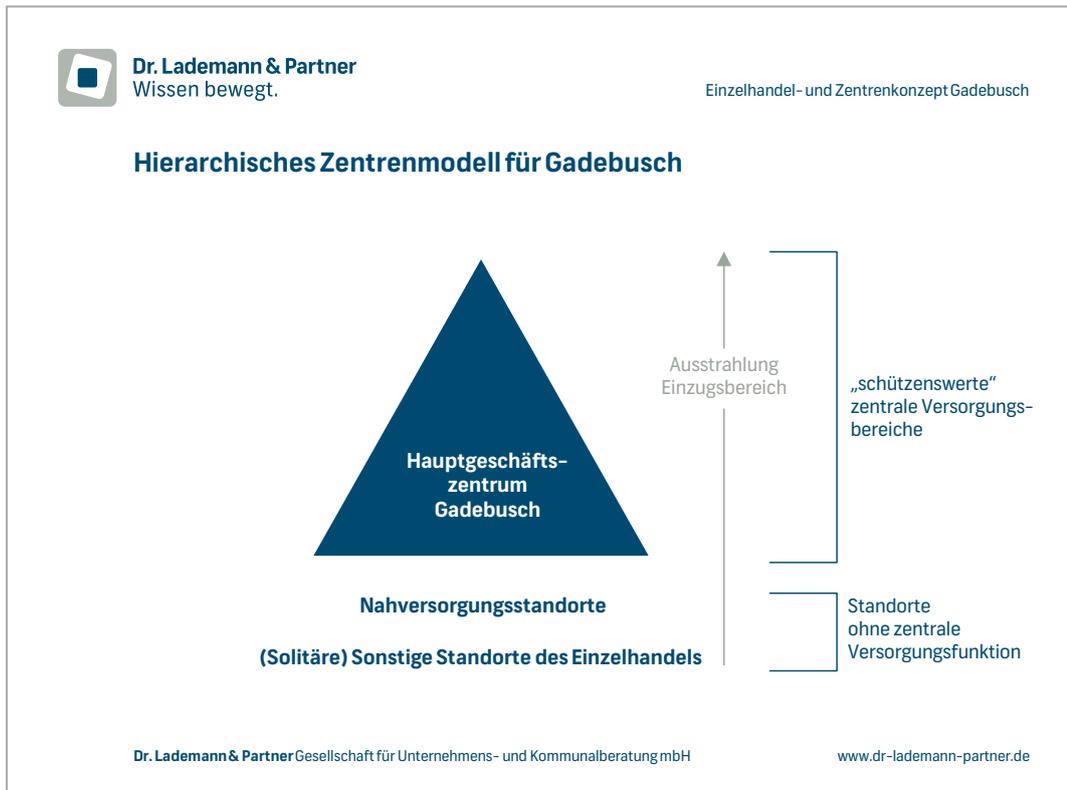


Abbildung 22: Hierarchisches Zentrenmodell für die Stadt Gadebusch

Als ergänzende Nahversorgungsstandorte, die für die wohnortnahe Grundversorgung in Ergänzung zum Hauptgeschäftszentrum eine wichtige Rolle spielen, lassen sich ausgehend von der siedlungsintegrierten Lage folgende Standortbereiche identifizieren:

- Nahversorgungsstandort Rehnaer Straße; heutiger Einzelhandelsbesatz mit Penny-Lebensmitteldiscounter, GP Getränkemarkt, Raiffeisenmarkt, Schlachtereier
- (Perspektivischer) Nahversorgungsstandort Ratzeburger Chaussee; geplant ist eine Verlagerung des an der Ratzeburger Chaussee ansässigen Rewe-Markts auf das Nachbargrundstück sowie eine Verlagerung des im Umfeld verorteten Lidl-Discounters zum künftigen Rewe-Standort (siehe hierzu Kap. 9.2)

Nachfolgende Karte gibt einen Überblick über die räumliche Verortung der Zentren und Nahversorgungsstandorte im Stadtgebiet. Wie der Karte entnommen werden kann, gewährleistet dieses Zentren- und Standortmodell eine möglichst gleichmäßige Verteilung der Versorgungsstandorte im Kernstadtgebiet und sichert somit die fußläufige Versorgung im Stadtgebiet sehr gut ab.

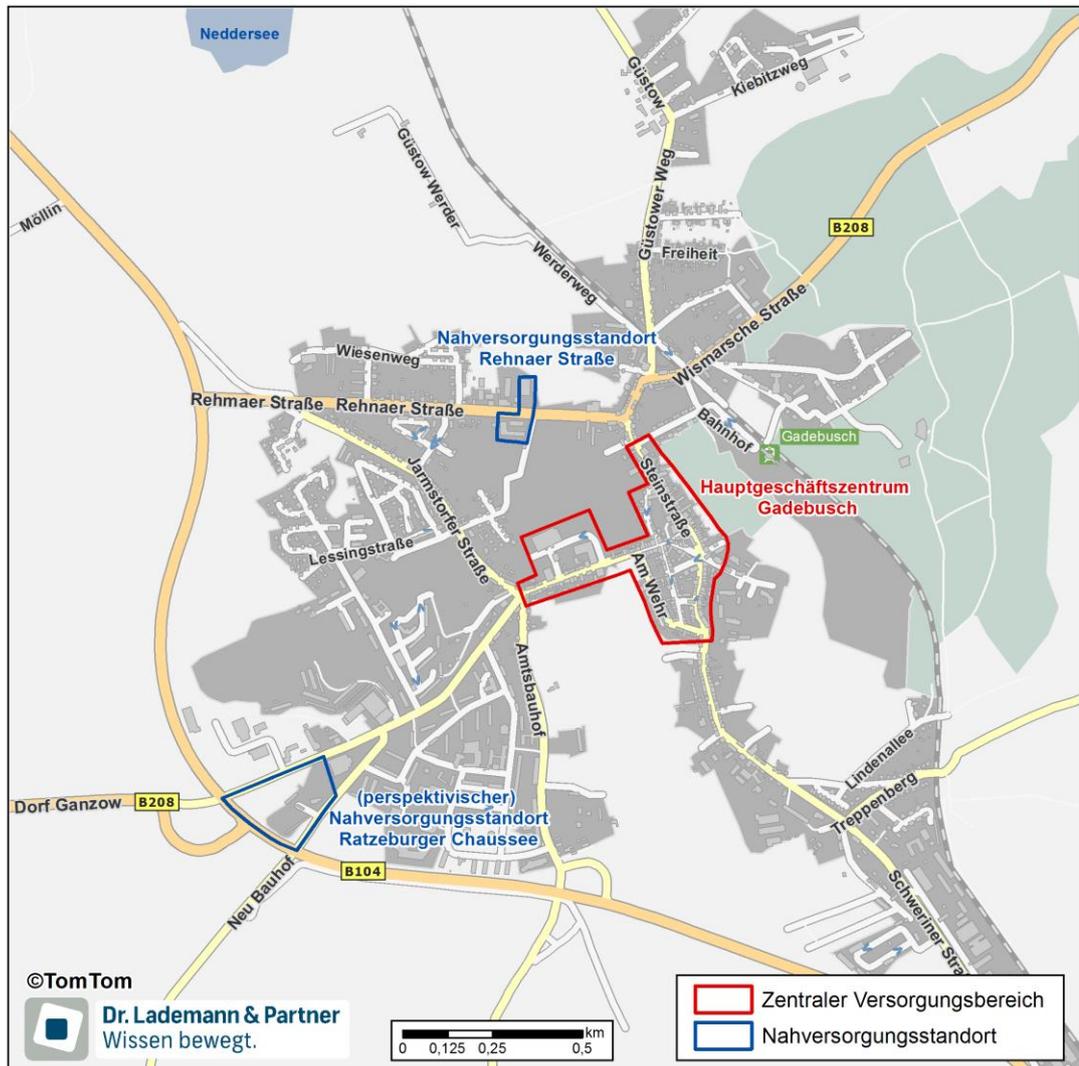


Abbildung 23: Zentren- und Standortstruktur

Nachfolgend wird anhand der Zentren- und Standorthierarchie (Hauptgeschäftszentrum, Nahversorgungsstandorte) die städtebauliche, funktionale und versorgungsstrukturelle Analyse der drei Handelsstandorte anhand von Zentren- bzw.-Standortpässen vorgenommen. Neben einer kriteriengestützten Beschreibung und Bewertung erfolgt auch eine kartographische Darstellung der räumlichen Abgrenzung dieser Standortbereiche.

## 7.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum

Die Abgrenzung des Gadebuscher Hauptgeschäftszentrums orientiert sich grundsätzlich zunächst an der bestehenden Abgrenzung, die im kommunalen Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2006 vorgenommen wurde. Anhand der heutigen und tatsächlichen örtlichen Verhältnisse, die im Rahmen gründlicher Vor-Ort-Begehungen durch Dr. Lademann & Partner erfasst wurden, wurde diese Abgrenzung überprüft und teilweise angepasst.

Das Hauptgeschäftszentrum erstreckt sich über die Straßenzüge Johann-Stelling-Straße, Lübsche Straße, Schulstraße, Am Wehr, Am Prull, Mühlenstraße sowie die Steinstraße (bis zur Bahnhofstraße).

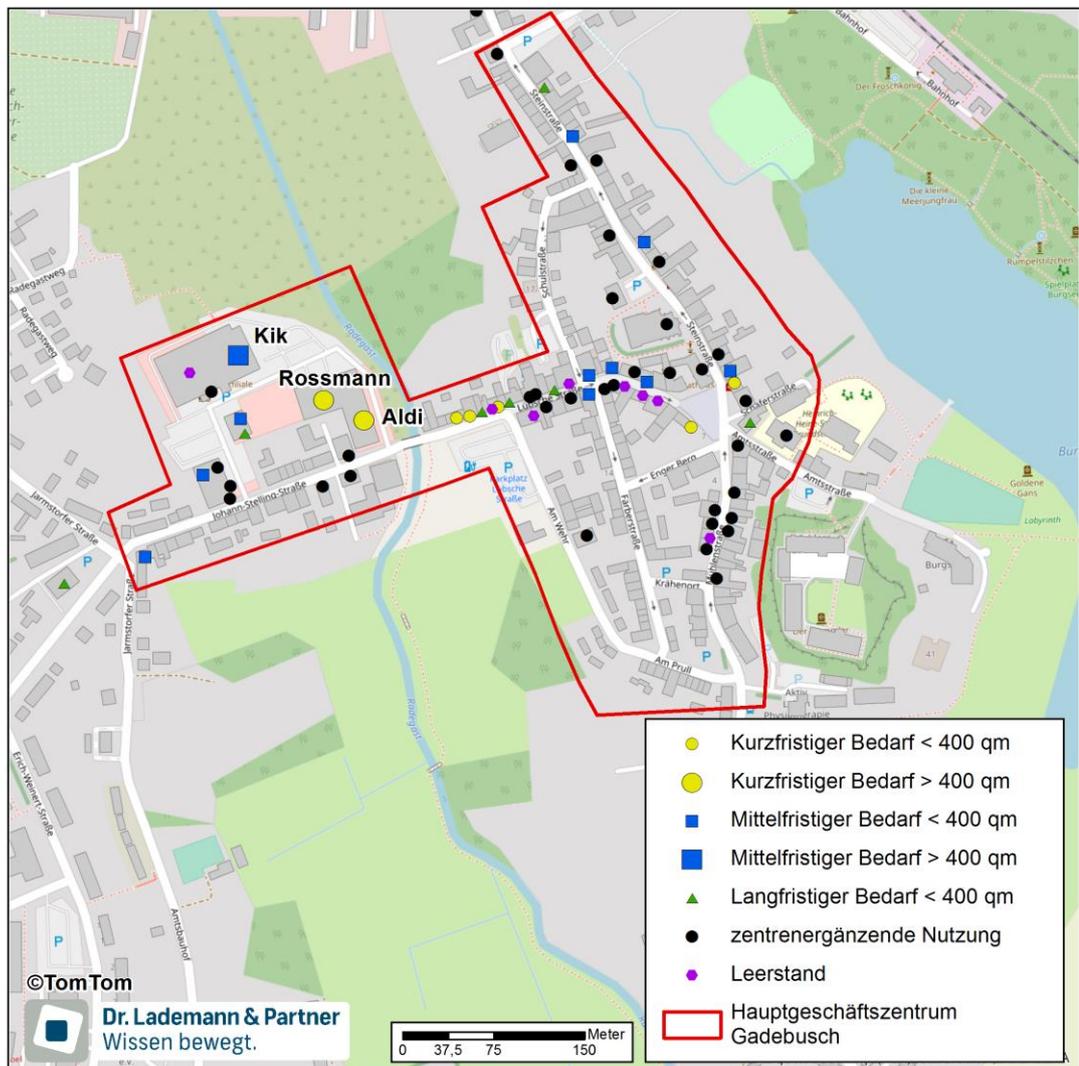


Abbildung 24: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Hauptgeschäftszentrum

Im Vergleich zur Abgrenzung aus dem Jahr 2006/2008 wurden nunmehr alle Einzelhandelsbetriebe, die sich (nördlich) räumlich versetzt an der Johann-Stelling-Straße/Lübsche Straße befinden, in die Abgrenzung miteinbezogen. Entlang der

Lübschen Straße sind mehrere zentrumstypische Nutzungen verortet, die den räumlich-funktionalen Zusammenhang zwischen der Altstadt und dem eher fachmarktgeprägten Standort an der Johann-Stelling-Straße herstellen und die Abgrenzung als ein gemeinsamer zentraler Versorgungsbereich begründen. Eine noch stärkere bauliche Verknüpfung wird allerdings auch perspektivisch aufgrund des von Bebauung freizuhaltenen „Grünen Bands“ entlang der Radegast nicht möglich sein.



Abbildung 25: Lübsche Straße



Abbildung 26: Johann-Stelling-Straße und rückwertige Fachmärkte

## ZVB Hauptgeschäftszentrum Gadebusch

### Räumliche Analyse

#### Lagebeschreibung

Der ZVB Hauptgeschäftszentrum setzt sich in weiten Teilen aus der historischen Altstadt sowie dem funktionalen Fachmarktbereich an der Johann-Stelling-Straße zusammen.

#### Versorgungsfunktion

Hauptzentrum mit gesamtstädtischer, aber begrenzter überörtlicher Ausstrahlungskraft

#### Städtebau/Umfeld

Im Innenstadtumfeld sind neben mehreren Grünflächen mischgenutzte Strukturen verortet (u.a. Burgsee, Schloss Gadebusch). Die Radegast verläuft zwischen der Altstadt und der Johann-Stelling-Straße und ist von einem Grüngürtel umgeben; In östlicher Richtung verläuft eine Bahntrasse, die das Stadtgebiet von Gadebusch teilt und eine städtebauliche Zäsur darstellt

### Funktionale Analyse

#### Einzelhandelsstruktur

Überwiegend kleinteilige Fachgeschäfte im Altstadt kern mit einer Ballung in der Lübsche Straße/Wollbrüger Straße/ Am Markt;; geringer Anteil filialisierter Konzepte, mit eher niedrigem Preisniveau; insgesamt geringe Sogkraft des Einzelhandelsstandorts mit Ausnahme der Fachmarkttagglomeration an der Johann-Stelling-Straße

#### Branchen-Mix

Der Angebotsschwerpunkt liegt funktionsgerecht im mittelfristigen Bedarf; es finden sich aber auch Angebote des kurzfristigen Bedarfs

#### Magnetbetriebe

Aldi, Rossmann an der Johann-Stelling-Straße; in der Altstadt gibt es keinen sogkräftigen Magnetbetrieb

#### Ergänzende Nutzungen

Umfangreicher Bestand an zentrentypischen Ergänzungsnutzungen (u.a. Gastronomie)

### Städtebauliche Analyse

#### Bebauungsstruktur

Im Altstadtbereich historische, kleinteilige Bausubstanz die z.T. deutlich in die Jahre gekommen ist uns stark renovierungsbedürftig ist, städtebauliche Qualitäten weist v.a. der Markt aus; funktionaler Handelsstandort an der J.-Stelling-Straße, der räumlich-funktional etwas abgesetzt liegt

#### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Gute MIV-Anbindung über mehrere Ausfallstraßen sowie ÖPNV-Anbindung über den Gadebuscher Bahnhof nordöstlich der Altstadt

#### Fußläufige Erreichbarkeit

Überwiegend gute fußläufige Erreichbarkeit der Angebote, die durch innerstädtische Wohnnutzungen begünstigt wird

#### Stellplatzangebot

Ausreichendes kostenfreies Stellplatzangebot bei den Fachmärkten, am Parkplatz Am Wehr/Lübsche Straße an der Steinstraße sowie straßenbegleitend

#### Aufenthaltsqualitäten

Das in der Lübsche Straße und Am Markt attraktive städtebauliche Ambiente im Altstadt kern wird z.T. durch auffällige Leerstände und Leerstände und stark renovierungsbedürftige Gebäude geschmälert

#### Leerstandssituation

Ausgeprägter Geschäftsleerstand im Altstadtbereich sowie ein großflächiger Leerstand bei den Fachmärkten an der Johann-Stelling-Straße; insgesamt eine angespannte Leerstandssituation in der Innenstadt

#### Potenzialflächen und Planvorhaben

Die kleinteiligen Leerstände der Altstadt sowie der großflächige Leerstand bei den Fachmärkten bieten Potenziale zur Neuansiedlung

Das Hauptgeschäftszentrum von Gadebusch verfügt über historische Bebauungen und einen repräsentativen Marktplatz. Dies betrifft insbesondere die Lübsche Straße und Am Markt. Die zunehmenden Leerstände wirken sich jedoch negativ auf die städtebauliche Qualität aus. Durch die kleinteiligen Bauungsstrukturen in der Altstadt wird die Ansiedlung von sogkräftigen Magnetbetrieben sowie die Nachnutzung von leerstehenden Ladenlokalen erschwert. Jenseits des Marktes und der Lübsche Straße dünnt sich der Einzelhandelsbesatz stark aus.

Die rückwärtig an der Johann-Stelling-Straße gelegene Fachmarkttagglomeration bietet Potenziale für größere Einzelhandelsbetriebe, ist jedoch aktuell durch einen großflächigen Leerstand geprägt. Um sich im Wettbewerb mit den Einzelhandelsstandorten außerhalb des Hauptgeschäftszentrums profilieren zu können, bedarf es einer Wiederinwertsetzung der Leerstandsfläche sowie einer damit verbundenen Stärkung des Standorts.

Wenngleich sich die Innenstadt von Gadebusch noch als weitgehend stabile Einkaufslage bezeichnen lässt, wird deren Funktionsfähigkeit durch die steigende Zahl von Leerständen zunehmend bedroht.

## 7.2.2 Nahversorgungsstandort Rehnaer Straße

Um die qualifizierte Nahversorgung im Stadtgebiet unterhalb der Ebene der zentralen Versorgungsbereiche zu steuern, wurde im nördlichen Stadtgebiet ein Nahversorgungsstandort definiert. Dabei handelt es sich um eine Standortlage, die bereits heute durch einen Penny-Verbrauchermarkt, einen Raiffeisen-Markt, einen GP-Getränkemarkt und eine Metzgerei geprägt ist und damit eine wichtige Funktion zur wohnortnahen Grundversorgung der Bevölkerung aufweist. Die Grundversorgung steht dabei im Fokus. Der Standortbereich soll auf Grundversorgungsfunktionen beschränkt bleiben und nicht zu einem vollwertigen zentralen Versorgungsbereich weiterentwickelt werden, um die Entwicklungsperspektiven der Innenstadt nicht weiter einzuschränken.

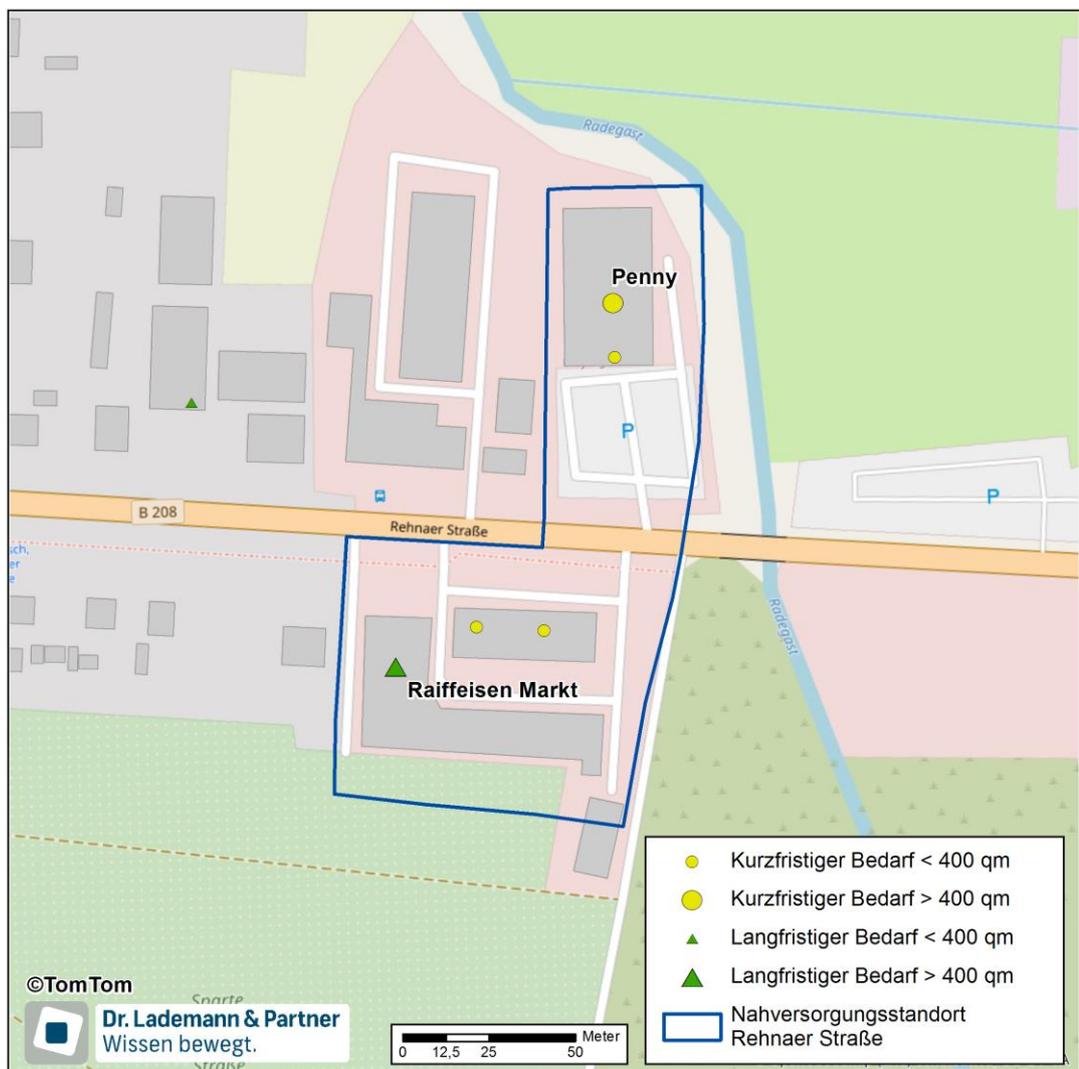


Abbildung 27: Abgrenzung des Nahversorgungsstandorts Rehnaer Straße

## Räumliche Analyse

### Lagebeschreibung

Der Standort liegt an der Rehnaer Straße rd. 700 m von der Innenstadt entfernt

### Versorgungsfunktion

Nahversorgungsstandort

### Städtebau/Umfeld

Im Standortumfeld befinden sich vorwiegend Ein- bis Zweifamilienhäuser und Schrebergärten, sowie direkt westlich angrenzend ein Tiefbauunternehmen

## Funktionale Analyse

### Einzelhandelsstruktur

Der Standort ist neben einem Penny-Discounter durch einen Raiffeisen-Markt, einen GP-Getränkemarkt und eine Schlachterei geprägt.

### Branchen-Mix

Der Schwerpunkt liegt im kurzfristigen Bedarf; zusätzliche Abdeckung von langfristigen Angeboten im Raiffeisen-Markt

### Magnetbetriebe

Penny-Lebensmitteldiscounter und Raiffeisen-Markt

### Ergänzende Nutzungen

Nur wenige arrondierende Nutzungen; eine Textildruckerei in der Fachmarktzeile

## Städtebauliche Analyse

### Bebauungsstruktur

Der Penny-Markt befindet sich in einer funktionalen Fachmarktimmobilie nördlich der Rehnaer Straße, auf der gegenüberliegenden Straßenseite sind zunächst in einer eingeschossigen, schmucklosen Ladenzeile der Getränkemarkt, die Schlachterei und die Druckerei angesiedelt. Dahinterliegend ist der Raiffeisenmarkt verortet.

### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Über die Bundesstraße 208 besteht eine gute Anbindung mit dem MIV. Die Anbindung mit dem ÖPNV erfolgt über die direkt vorgelagerte Bushaltestelle „Rehnaer Straße“

### Fußläufige Erreichbarkeit

Eine fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohngebieten ist gegeben; Querungsmöglichkeit der B 208 direkt vor den Fachmärkten durch Ampelanlage sind ebenfalls gegeben

### Stellplatzangebot

Großzügige Stellplatzanlage vor dem Penny-Markt; weitere Stellplätze vor der Ladenzeile und rückwertig vor dem Raiffeisenmarkt durch zwei Zufahrten zu erreichen

### Aufenthaltsqualitäten

Eine besondere Aufenthaltsqualität ist aufgrund der funktionalen Gestaltung der Gebäude am Standort nicht vorhanden

### Leerstandssituation

Keine Leerstände ersichtlich.

### Potenzialflächen und Planvorhaben

Keine vorhanden



Abbildung 28: Penny-Markt und gegenüberliegende Fachmarktzeile



Abbildung 29: Rehnaer Straße und Raiffeisen-Markt

Der Nahversorgungsstandort Rehnaer Straße besitzt mit einem Penny-Lebensmittel-discounter, einem Getränkemarkt und einer Schlachtereierie ein umfassendes nahversorgungsrelevantes Angebot, welches auf die verbrauchernahe Versorgung der umliegenden nördlichen Wohngebiete und Ortsteile abstellt. Der Raiffeisen-Fachmarkt ergänzt das Angebot durch vorwiegend langfristige Sortimente des Segments Bau- und Gartenbedarf. Es handelt sich jedoch nicht um einen eigenständigen zentralen Versorgungsbereich, da arrondierende zusätzlichen Dienstleistungen am Standort fehlen. Auch perspektivisch soll dieser Standort diese Funktion nicht erfüllen, sondern lediglich die qualifizierte Nahversorgung der Bevölkerung im nördlichen Stadtgebiet sicherstellen. Angesichts von potenziellen Wohnbauentwicklungsflächen, nördlich an den Standort angrenzend, wird die Nahversorgungsfunktion dieses Standorts perspektivisch noch steigen.

Der Nahversorgungsstandort Rehnaer Straße umfasst ein umfassendes Angebot im kurzfristigen Bedarf (Discounter, Getränkemarkt, Schlachter) und hält zusätzlich mit einem Raiffeisen-Markt langfristige Angebote mit Fachmarkt-Charakter vor.

### 7.2.3 (Perspektivischer) Nahversorgungsstandort Ratzeburger Chaussee

Auch im westlichen Stadtgebiet wird ein Nahversorgungsstandort zur qualifizierten Sicherung der Nahversorgung unterhalb der Ebene der zentralen Versorgungsbereiche definiert. Dabei handelt es sich um eine Standortlage, die im Umfeld bereits heute durch einen Rewe-Verbrauchermarkt geprägt ist und eine wichtige Funktion zur wohnortnahen Grundversorgung der Bevölkerung aufweist.

Direkt angrenzend an den Bestandsmarkt sind signifikante Flächenpotenziale für einen Ausbau des Nahversorgungsstandorts vorhanden, auf die sich das aktuelle Planvorhaben bezieht, den Rewe-Markt zu modernisieren und zu erweitern und im Standortverbund mit dem Lidl-Discounter, der von der gegenüberliegenden Straßenseite verlagert werden soll, neu aufzustellen. Der Standort soll auch künftig im Kern Nahversorgungsaufgaben übernehmen. Darüberhinausgehende Nutzungen (z.B. Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten oder handelsarrondierende Nutzungen) sollten der Innenstadt vorbehalten bleiben und hier nur ausnahmsweise zugelassen werden. Insofern ist der Nahversorgungsstandort auch auf die Potenzialfläche begrenzt und umfasst die Grundstücke der bestehenden Märkte nicht, die allenfalls für nicht zentrenrelevanten Einzelhandelsbetriebe zur Verfügung stehen sollten.

In diesem Zusammenhang sei darauf verwiesen, dass alle größeren Wohngebietsentwicklungen Gadebuschs<sup>27</sup> im Umfeld dieses Standortbereichs liegen und die fußläufige Versorgungsfunktion dieses Standorts daher künftig noch steigen wird.

---

<sup>27</sup> So sind etwa 20 Wohneinheiten im Bereich Amtsbauhof geplant sowie ein weiteres Wohngebiet in der Agnes-Karll-Straße mit dem Fokus auf barrierefreies Seniorenwohnen, wodurch sich besondere Ansprüche an die fußläufige Nahversorgung ergeben.

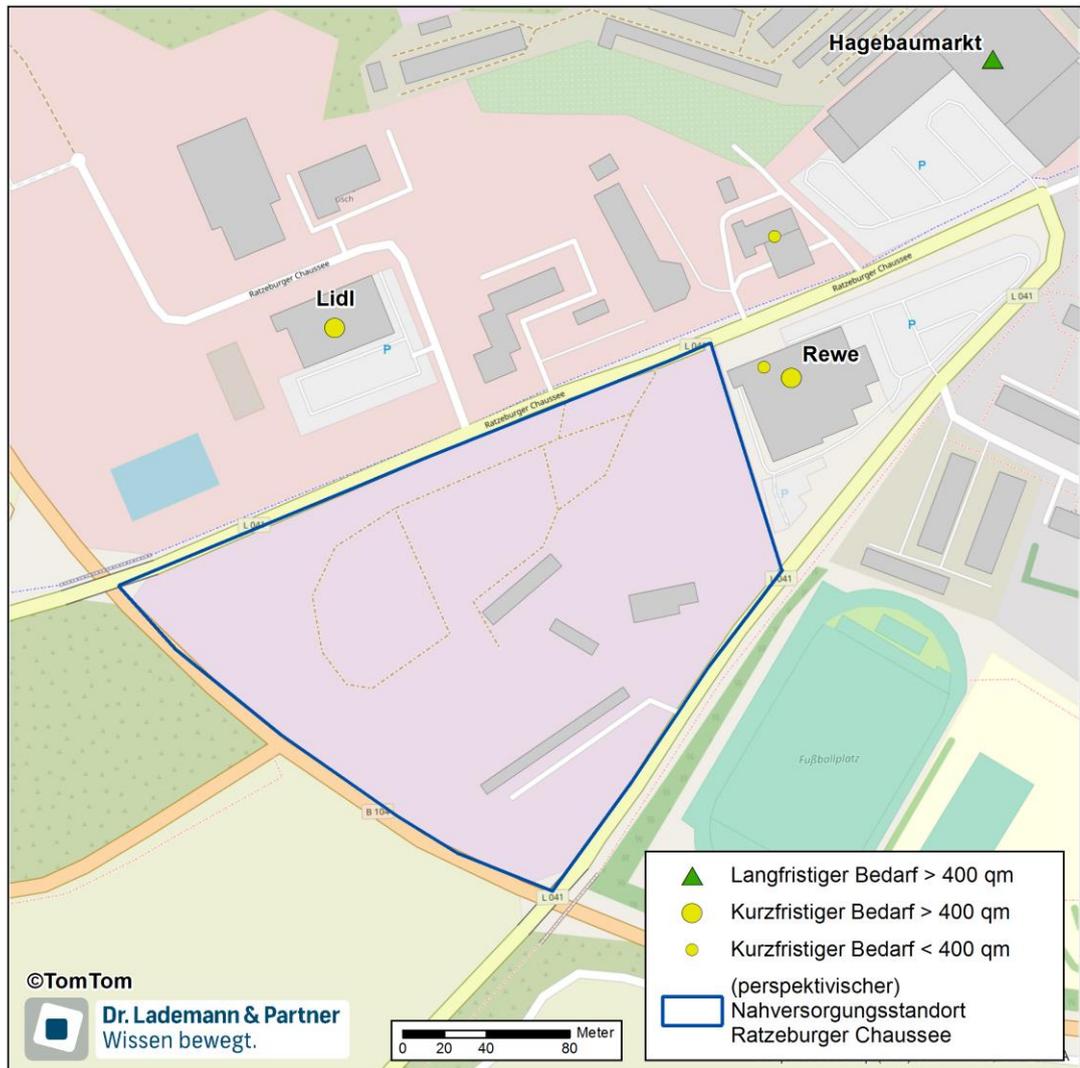


Abbildung 30: Abgrenzung des (perspektivischen) Nahversorgungsstandorts Ratzeburger Chaussee

## Räumliche Analyse

### Lagebeschreibung

Der Standort liegt an der Ratzeburger/Roggen-dorfer Chaussee rd. 1 km vom Hauptgeschäftszentrum entfernt

### Versorgungsfunktion

Nahversorgungstandort

### Städtebau/Umfeld

Im Umfeld des Standorts befinden sich Geschosswohnnutzungen, ein Autohaus, eine Tankstelle, ein Rewe-Verbrauchermarkt, ein Lidl-Discounter und ein Baumarkt

## Funktionale Analyse

### Einzelhandelsstruktur

Rewe-Verbrauchermarkt und Lidl-Lebensmit-teldiscounter im Umfeld

### Branchen-Mix

Der Schwerpunkt liegt im kurzfristigen Bedarf

### Magnetbetriebe

keine

### Ergänzende Nutzungen

Keine ergänzenden Nutzungen

## Städtebauliche Analyse

### Bebauungsstruktur

Es handelt sich derzeit um eine Brachfläche an-grenzend an eine funktionale Fachmarktimmobi-lie

### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Über die Bundesstraßen 104 und 208 besteht eine gute Anbindung mit dem MIV. Die Anbin-dung mit dem ÖPNV erfolgt über die 300 m ent-fernte Bushaltestelle „Roggen-dorfer Chaussee“

### Fußläufige Erreichbarkeit

Eine fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegen-den Wohngebieten ist gegeben

### Stellplatzangebot

perspektivisch ist ein großzügiger Verbundpark-platz geplant

### Aufenthaltsqualitäten

Eine besondere Aufenthaltsqualität ist aufgrund der Brachfläche am Standort aktuell nicht vor-handen

### Leerstandssituation

Es konnten keine Leerstände festgestellt werden

### Potenzialflächen und Planvorhaben

Brachfläche, die für die Aufwertung des Nahver-sorgungsstandorts genutzt werden soll

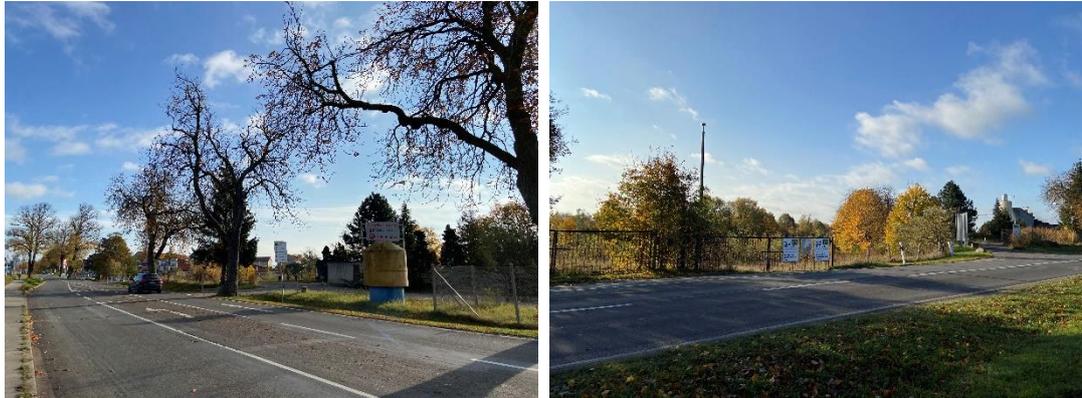


Abbildung 31: Potentialstandort rückwärtig des Rewe-Markts



Abbildung 32: Rewe-Markt und gegenüberliegende Tankstelle

Der Nahversorgungsstandort Ratzeburger Chaussee besitzt im Umfeld mit einem Rewe-Verbrauchermarkt und einem Lidl-Lebensmitteldiscounter Betriebe, die auf die qualifizierte verbrauchernahe Versorgung der umliegenden westlichen Wohngebiete und Ortsteile abstellt und in einer Agglomeration künftig neu aufgestellt werden sollen. Dem Standort ist vor diesem Hintergrund eine wichtige Versorgungsfunktion zuzuordnen, die sich seit der Aufgabe des EDEKA-Markts in der Erich-Weinert-Straße noch vergrößert hat. Es handelt sich jedoch nicht um einen zentralen Versorgungsbereich, da keine weiteren ergänzenden Nutzungen vorhanden sind bzw. in hohem Ausmaß geplant sind. Perspektivisch soll dieser Standort diese Funktion nicht erfüllen, sondern lediglich die qualifizierte Nahversorgung der im südlichen Stadtgebiet lebenden Bevölkerung übernehmen.

Der Nahversorgungsstandort Ratzeburger Chaussee bietet das Potenzial zur Neuaufstellung der im Umfeld liegenden Betriebe Rewe und Lidl.

## 7.3 Zur Zentrenrelevanz der Sortimente „Gadebuscher Liste“

Eine wichtige Bedeutung in der Bewertung künftiger Einzelhandelsvorhaben kommt der Frage nach der **Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz der Sortimente** zu. Sortimentslisten fungieren als wichtiges Steuerungsinstrument für die Einzelhandelsentwicklung einer Stadt oder Gemeinde. Ziel dieser ortstypischen Sortimentsliste ist es, Ansiedlungsvorhaben mit innenstadttypischen Sortimenten in die höherrangigen zentralen Versorgungsbereiche zu integrieren und somit dysfunktionale Planvorhaben abwenden zu können. Zudem dient die ortstypische Sortimentsliste als Grundlage für Ausschluss- und Beschränkungsfestsetzungen in beplanten Gebieten und im unbeplanten Innenbereich.

Die Einstufung der Sortimente erfolgte durch Dr. Lademann & Partner v.a. anhand der faktischen Zentrenrelevanz der einzelnen Sortimente innerhalb des Stadtgebiets. Auch die Eigenschaften der einzelnen Sortimente (z.B. Transportsensibilität) wurden bei der Einstufung berücksichtigt. Darüber hinaus spielte aber auch eine Rolle, welche strategischen Ziele mit der Ansiedlung bestimmter Sortimente in den stadträumlichen Lagen verbunden sind.

Zudem fand das Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern 2016 Berücksichtigung, welches folgende Sortimente als zentrenrelevante Kernsortimente in Mecklenburg-Vorpommern festlegt, die im Rahmen der in Einzelhandelskonzepten festgelegten ortstypischen Sortimentslisten der Kommunen zu ergänzen und zu spezifizieren ist.

- 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)
- Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)
- Gesundheits- und Körperpflegeartikel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)

Insgesamt empfehlen Dr. Lademann & Partner folgende Einstufung der Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz für die Einzelhandelsentwicklung in Gadebusch:

#### Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten (Gadebuscher Sortimentsliste")

nahversorgungsrelevant*	zentrenrelevant	nicht-zentrenrelevant
Lebensmittel	Bekleidung, Wäsche	Möbel, Küchen
Getränke	Lederwaren, Schuhe	Campingartikel und -möbel
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	Hausrat/ Haushaltswaren	Antiquitäten/Kunst
Zeitungen, Zeitschriften	Glas, Porzellan, Keramik	Bettwaren, Matratzen
pharmazeutischer Bedarf	Geschenkartikel, Wohnaccessoires	Haus- und Heimtextilien, Gardinen und Zubehör
Schnittblumen	Foto, Film, Optik, Akustik	Bodenbeläge, Teppiche
	Uhren, Schmuck, Silberwaren	Kfz-Zubehör
	Sportartikel und -bekleidung	Bau- und Heimwerkerbedarf
	Bücher	Gartenbedarf, Pflanzen
	Papier, Schreibwaren	Tierbedarf
	Unterhaltungselektronik, Computer und Telekommunikation	Lampen/Leuchten/ Sonstige Elektroartikel
	Spielwaren	Weißes Ware/Haushaltselektronik
	Baby- und Kinderartikel	Waffen und Jagdbedarf
	Kurzwaren, Handarbeiten, Wolle, Stoffe	
	Musikalien, Musikinstrumente, Tonträger	
	Fahrräder und Zubehör	
	Sanitärwaren	

Quelle: Dr. Lademann & Partner. \* zugleich i.d. R. auch zentrenrelevant.

Nicht aufgeführte Sortimente sind dem nicht-zentrenrelevanten Bedarf zuzuordnen.

**Tabelle 12: Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten („Gadebuscher Liste“)**

## 8 Maßnahmenempfehlungen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels in Gadebusch

Alle zukünftigen Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung in Gadebusch sollten darauf hinsteuern, die Bindungswirkung der Stadt zu festigen und zielgerichtet auszubauen. Generell sollte eine Reihe allgemeiner Maßnahmen zur Profilierung der Stadt Gadebusch als attraktiver grundzentraler Einzelhandelsstandort sowohl von den Händlern/Gewerbetreibenden als auch von Seiten der Stadt ergriffen bzw. fortgeführt und intensiviert werden. Der folgende Maßnahmenkatalog enthält auch Aktivitäten, die schon durchgeführt werden, deren Wichtigkeit aber noch einmal betont werden soll, damit sie nicht aus den Augen verloren werden bzw. damit weiterhin Mittel dafür zur Verfügung stehen. Insgesamt ist es zum einen für den Erfolg der Maßnahmen von besonderer Wichtigkeit, dass klare Verantwortlichkeiten festgelegt werden. Zum anderen sind aber auch eine Zusammenarbeit aller Beteiligten bzw. ein aktiver Dialog erforderlich.

### Verbindliche Verabschiedung des Einzelhandelskonzepts

Der erste und wichtigste Schritt ist die verbindliche Verabschiedung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts z.B. durch einen entsprechenden Stadtratsbeschluss. Damit werden die angestrebten Entwicklungsziele und Leitlinien kommuniziert und als Planungswille festgeschrieben. Nur so kann das Konzept als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in der Bauleitplanung Berücksichtigung finden.

Gleichzeitig dient eine verbindliche Verabschiedung des Konzepts der Planungssicherheit der Gewerbetreibenden und Immobilieneigentümer sowie potenzieller Investoren.

Darüber hinaus entfaltet eine verbindliche Verabschiedung des Konzepts auch eine Schutzwirkung. So können Einzelhandelsvorhaben im Umland, die negative Auswirkungen auf den Gadebuscher Einzelhandel erwarten lassen, mit dem Verweis auf das Einzelhandelsentwicklungskonzept und die darin festgeschriebenen Entwicklungsziele und der schützenswerte zentrale Versorgungsbereich erfolversprechender entgegengetreten werden.

Demnach gilt es zunächst auf einen entsprechenden Stadtratsbeschluss vonseiten der Verwaltung hinzuwirken. Dabei sollte möglichst das Gesamtkonzept – inkl. der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs und der Sortimentsliste sowie der Ziel- und Strategieaussagen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung – beschlossen werden, um den Empfehlungen für die Einzelhandelssicherung und für die strategische Einzelhandelsentwicklung in den nächsten Jahren Außenwirkung zu verleihen.

### **Baurechtliche Absicherung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts**

Grundsätzlich gilt es, im Sinne des Einzelhandelskonzepts städtebaulich „gewünschte“ Standorte für Planvorhaben entsprechend abzusichern und „unerwünschte“ Standorte und Sortimente bauplanungsrechtlich auszuschließen.

- **Gewünschte Vorhaben** sollten gemäß den im Einzelhandelsentwicklungskonzept empfohlenen Sortimentsgruppen, Größenordnungen und Lagen planungsrechtlich vorbereitet werden. **Hierfür sollten bestehende Bebauungspläne entweder überarbeitet oder neue Bebauungspläne aufgestellt werden.**
- An Standorten, die gemäß dem Zentren- und Standortkonzept für künftige Einzelhandelsvorhaben (vor allem zentrenrelevante und nahversorgungsrelevante Vorhaben) dauerhaft **nicht mehr in Frage kommen sollen**, gilt es die u.U. bestehenden Bebauungspläne entsprechend zu überarbeiten bzw. neue Bebauungspläne aufzustellen.

Zur Ausgestaltung rechtssicherer Bauleitpläne ist generell zu empfehlen, dass sich die Begründung zum jeweiligen Bebauungsplan deutlich auf das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept in Verbindung mit dem entsprechenden politischen Beschluss bezieht. Ebenso gilt es, die Strategieempfehlung als Abwägungsgrundsatz sowie die Sortimentsliste in die textlichen Festsetzungen der entsprechenden Bebauungspläne zu übernehmen.

Wesentliches Instrument der Feinsteuerung innerhalb der Bebauungspläne ist der Nutzungsausschluss gemäß § 1 Abs. 5 in Verbindung mit Abs. 9 BauNVO, wodurch einzelne in den §§ 2 und 4 bis 9 BauNVO genannten Nutzungsarten und Unterarten aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden können.

Sofern Bebauungspläne Standorte im zentralen Versorgungsbereich überplanen oder zur Sicherung des zentralen Versorgungsbereichs aufgestellt werden, sollte in der Begründung zum Bebauungsplan der zentrale Versorgungsbereich namentlich genannt und ggf. ergänzend zeichnerisch dargestellt werden.

### **Umgang mit bestehenden Leerstandsflächen**

Angesichts der prognostizierten Bevölkerungsrückgänge und des weiteren Vormarschs des Online-Handels sowie der Nachfolgeproblematik im Fachhandel ist damit zu rechnen, dass vor allem kleinteilige, inhabergeführte Fachgeschäfte auch zukünftig in ihrer Existenz bedroht sein werden. Vor diesem Hintergrund empfehlen Dr. Lademann & Partner ein Flächen-/Leerstandsmanagement aufzubauen, um im Falle einer Geschäftsschließung schneller und aktiver reagieren zu können.

Die oberste Priorität sollte einer langfristigen und zukunftsfähigen Nachnutzung der leerstehenden Ladenlokale beigemessen werden. Der Großteil der kleinteilig strukturierten Leerstandsflächen ist für eine einzelhandelsrelevante Nachnutzung jedoch als nicht mehr marktfähig zu bewerten. Hier sollten die Eigentümer auch eine anderweitige

Nutzung als die Einzelhandelsnutzung in Betracht ziehen (z.B. gewerbliches Wohnen, Dienstleistungen, Gastronomie). Dies gilt vor allem für die Leerstände, die sich direkt am Markt oder in den vom Markt abzweigenden Geschäftsstraßen konzentrieren, da dieser Bereich als Hauptgeschäftsbereich der Innenstadt fungiert und entsprechend ein möglichst durchgängiger Nutzungsbesatz anzustreben ist.

Einige der Leerstandsflächen innerhalb des Hauptgeschäftszentrums könnten unter Einsatz von Modernisierungs- und Instandhaltungsmaßnahmen jedoch durchaus noch einer potenziellen Einzelhandelsnachnutzung zugeführt werden. Hierbei empfehlen die Gutachter auch eine Prüfung, ob durch Zusammenlegung bzw. immobilienseitige Neugestaltung attraktive und moderne Flächenzuschnitte geschaffen werden können. Im Rahmen der rechtlichen Möglichkeiten könnte auch der Abriss nicht erhaltungswürdiger Bausubstanz und die Einbeziehung daran angrenzender Nachverdichtungsflächen eine Möglichkeit sein. Um dieser Zielsetzung bei erhaltungswürdigen Gebäuden gerecht werden zu können, muss es sich um ausreichend groß dimensionierte Objekte handeln, die im Einzelfall den Nutzungsanforderungen vollständig gerecht werden.

Gleichwohl erscheint es nicht realistisch, dass die Leerstände kurzfristig und allesamt beseitigt werden können. Um das Erscheinungsbild des Hauptgeschäftszentrums jedoch nicht weiter zu belasten, empfiehlt es sich, die entsprechenden Flächen in geeigneter Form zwischenzunutzen. Beispielsweise können die Verkaufsräume oder zumindest die Schaufenster für Werbemaßnahmen von Gewerbetreibenden im Ort genutzt werden, so wie es z.T. bereits praktiziert wird. Auch erscheinen kleinere Ausstellungen von regionalen Künstlern/Kleinkünstlern geeignet. Zumindest sollten die Schaufenster in irgendeiner Form dekoriert werden, um deren Erscheinungsbild und das der Innenstadt aufzuwerten. Grundsätzlich geht es darum, die Leerstandsflächen von außen in einem sauberen Zustand zu halten und sie als solche nicht sofort erkennbar zu machen, um funktionale Lücken zu minimieren und die Bausubstanz zu pflegen. Gebäude mit stark maroder Bausubstanz sollten bei Sanierungsmaßnahmen prioritär behandelt werden, da sie sich stark negativ auf die Wahrnehmung der Innenstadt auswirken.

Adressat dieser Empfehlung sind die Eigentümer der leerstehenden Ladeneinheiten. Die Stadt Gadebusch sollte allerdings aktiv darauf hinwirken und die Eigentümer von der Notwendigkeit einzuleitender Schritte überzeugen. Auch erscheint es denkbar, dass die Stadt als Vermittler zwischen Eigentümern und potenziellen Ausstellern/Werbenden fungiert.

### **Schwerpunktmäßige Ausnutzung des Entwicklungspotenzials in den prägenden Standortlagen der Stadt Gadebusch**

Um den Einzelhandelsstandort Gadebusch langfristig zu sichern und zu stärken, haben Dr. Lademann & Partner ein einzelhandelsseitiges Entwicklungspotenzial errechnet,

dessen Ausnutzung bis zum Jahre 2025 zu empfehlen ist und welches auf einer verstärkten Bindung der örtlichen Nachfrage sowie einer stärkeren Abschöpfung der Nachfrage aus dem Umland fußt.

Dr. Lademann & Partner empfehlen, die ohnehin nur begrenzten Entwicklungspotenziale in erster Linie dem definierten zentralen Versorgungsbereich zuzuweisen. Die oberste Priorität bei Ansiedlungsvorhaben sollte demnach dem Hauptgeschäftszentrum zukommen. Dies gilt vor allem für nahversorgungsrelevante Sortimente, die hinsichtlich der Absicherung Gadebuschs als grundzentraler Einzelhandelsstandort von maßgeblicher Bedeutung sind. Sortimentsseitig sehen Dr. Lademann & Partner die größten Entwicklungsspielräume im kurzfristigen Bedarf. Ein erheblicher Ausbau im mittel- und langfristigen Bedarf mit überörtlicher Ausstrahlung ist von raumordnerischer Seite für Gadebusch auch nicht vorgesehen. Da die historische Altstadt sehr kleinteilig strukturiert ist und keine größeren Flächenpotenziale offenbart, wird dies im Hinblick auf den kurzfristigen Bedarf nur möglich sein, wenn auf bestehende Potenzialflächen im Umfeld der historischen Altstadt zurückgegriffen wird. Kurzfristig erscheint v.a. die Aktivierung des großflächigen Leerstandes an der Johann-Stelling-Straße für einen Vollsortimenter in diesem Zuge erstrebenswert.

Darüber hinaus ist nochmals auf die Prüfung von Flächenzusammenlegungen hinzuweisen, um attraktivere und zeitgemäße Flächengrößen bzw. -zuschnitte zu schaffen und damit interessierte Einzelhändler in die Innenstadt zu locken oder bereits ansässigen Händlern Erweiterungsmöglichkeiten zu geben.

Bei der Ausdifferenzierung und Attraktivität des Angebots geht es neben einem quantitativen Ausbau durch die Neuansiedlung von mittel- bis großflächigen Magnetbetrieben auch um eine Qualitätssteigerung.

Von Handelsunternehmen werden in der Regel folgende Verkaufsflächengrößen nachgefragt:

- Kleinflächen: 60 bis 100 qm Verkaufsfläche (v.a. lokale und regionale Anbieter, lokale Besonderheiten der Stadt Gadebusch sind dabei insbesondere hinsichtlich Nischenanbietern auszunutzen);
- Mittelflächen: 100 bis 300 qm Verkaufsfläche (hier spielen auch lokale/regionale Franchisenehmer eine Rolle, diese Flächen werden jedoch bereits auch von filialgeführten Unternehmen (z.B. NKD) nachgefragt; die Schaffung solcher Flächen könnte auch in der Altstadt von Gadebusch mit überschaubarem Aufwand möglich sein);
- Größere Flächen: 400 bis 600 qm Verkaufsfläche (angesichts der kleinteiligen Struktur des Hauptgeschäftszentrums sind diese Flächen äußerst knapp; hier ist zu prüfen, inwieweit durch Zusammenlegung von Flächen größere Einheiten geschaffen werden können; ansonsten kommt hierfür vor allem die Johann-Stelling-Straße in Frage).

- Die Ansiedlung großflächiger Magnetbetriebe (> 800 qm Verkaufsfläche) wird innerhalb der historischen Altstadt auch zukünftig nicht gelingen. Hierfür muss die Leerstandsfläche an der Johann-Stelling-Straße aktiviert und in diesem Zusammenhang auch deren Anbindung an die Altstadt verbessert werden.

In zweiter Priorität gilt es das Entwicklungspotenzial (im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel) auf die beiden ausgewiesenen Nahversorgungsstandorte zu fokussieren. Insbesondere der Nahversorgungsstandort Ratzeburger Chaussee ist in die Jahre gekommen und bedarf einer Aufwertung, für die das Entwicklungspotenzial verwendet werden sollte.

### **Aktive Ansprache möglicher Investoren und Einzelhändler**

Um das hergeleitete einzelhandelsseitige Entwicklungspotenzial ausschöpfen zu können, ist eine aktive und gezielte Ansprache möglicher Investoren und Einzelhändler notwendig. Auf Basis des vorliegenden Konzepts bzw. dessen zentralen Ergebnissen gilt es, ein Exposé zu verfassen, welches die Stärken und wesentlichen Entwicklungsziele der Stadt Gadebusch zusammenfassend darstellt. Ein Ausblick auf mögliche städtebauliche Aufwertungsmaßnahmen sollte dabei ebenso enthalten sein wie eine Übersicht leerstehender Ladeneinheiten und potenzieller Flächen für Neubauten bzw. bereits bestehender einzelhandelsrelevanter Planvorhaben.

Mit diesem Exposé gilt es vor allem, Projektentwickler sowie lokale/regionale, aber auch national tätige Filialbetriebe und Franchisenehmer gezielt anzusprechen, von den Standortvorteilen der Stadt Gadebusch zu überzeugen und Frequenzbringer zu akquirieren. Erfahrungen aus anderen Kommunen haben gezeigt, dass es auch für Mittel- und Kleinstädte bei entsprechendem Einsatz möglich sein kann, attraktive Einzelhandelsanbieter zu gewinnen. Neben Einzelhändlern erscheint zudem die Ansprache von regional tätigen Gastronomen sinnvoll. Dies kann die Aufenthaltsqualität des Stadtkerns verbessern und damit die Verweildauer im Zentrum erhöhen, was wiederum dem lokalen Einzelhandel zu Gute kommt.

Generell erscheint es ratsam, die Bemühungen um neue Einzelhandelsanbieter zwischen der Stadt und den Eigentümern leerstehender Ladeneinheiten bzw. potenzieller Ansiedlungsflächen zu koordinieren und potenzielle Investoren und Einzelhändler gemeinsam anzusprechen.

Weiterhin ist der für ein Grundzentrum spezifische Nahversorgungscharakter zur marktfähigen Positionierung gegenüber den umliegenden zentralen Orten zu stärken (z.B. durch eine qualitative Verbesserung des Angebots, die Ansiedlung sogkräftiger Nahversorgungsformate und die Ansiedlung arrondierender Angebote). Das Grundzentrum Gadebusch sollte sich dabei hinsichtlich seiner Angebotsausstattung sowie der angebotenen Sortimentsbreite und -tiefe vor allem gegenüber den umliegenden Grundzentren wettbewerbsfähig aufstellen, um für die Bewohner im ländlich geprägten Umland die präferierte Einkaufsalternative zu bleiben.

### Einzelbetriebliche Maßnahmen und Engagement der Gewerbetreibenden

Eine vom breiten Engagement der Gewerbetreibenden getragene Einzelhandels- und Stadtentwicklung wirkt einerseits identitätsstiftend. Andererseits können so Alleinstellungsmerkmale zu anderen Einkaufsorten weiter ausgebaut werden: Neben den angebotenen Sortimenten spielen vor allem qualitative Merkmale der Innenstadtangebote, wie das Erscheinungsbild der Ladenlokale, eine wichtige Rolle. Es können bereits mit einfachen und kurzfristig realisierbaren Maßnahmen, wie mit einem neuen Anstrich der Fassade, positive Wirkungen auf das Umfeld induziert werden.

Die Verbesserung des Marktauftritts und des gesamten Erscheinungsbilds der Einkaufslagen stärken nicht nur die einzelnen Betriebe, sondern auch den Einzelhandelsstandort Gadebusch insgesamt. Dabei sind folgende Kriterien besonders zu berücksichtigen:

- Das Leistungsspektrum des jeweiligen Betriebs spiegelt sich in der Schaufenstergestaltung wider. Insbesondere im Bereich des Spontankaufs bildet das Schaufenster den attraktivsten und effektivsten Werbeträger eines Unternehmens. Das Schaufenster soll dabei einen Überblick über das angebotene Warenspektrum geben und saison- und anlassgerechte Kaufanregungen geben. Wichtig sind dabei: Ausleuchtung, Attraktivität der Blickfänge, Auszeichnung und Preisschilder, Präsentation der angebotenen Waren und Gesamtwirkung.
- Der Eingangsbereich eines Geschäfts sollte besonders ansprechend gestaltet sein, um den Passanten zum Einkaufen einzuladen und diesen in das Geschäft „hinein zu locken“. Die häufigsten Mängel sind dabei zugestellte Eingänge mit hohem Hemmschwellencharakter oder eine unattraktive Gestaltung bzw. schlechte Einsehbarkeit des Eingangsbereichs.
- Auch die Innengestaltung eines Ladenlokals hat einen großen Einfluss auf das Kaufverhalten der Kunden. Spontane Kaufentscheidungen werden vor allem in einer entspannten Einkaufsatmosphäre angeregt, die durch eine attraktive Warenpräsentation, eine gute Übersichtlichkeit und Kundenführung sowie die optische und funktionale Gliederung der Bereiche geschaffen werden kann. Neben einer ausreichenden Grundausleuchtung wirkt auch die gezielte und akzentuierte Ausleuchtung einzelner Warengruppen und Sortimente stimulierend auf die Verbraucher. In einem Lebensmittelmarkt wirkt sich beispielsweise eine besonders ansprechende Präsentation von frischen Artikeln (wie Obst und Gemüse) äußerst positiv auf das Kaufverhalten der Verbraucher aus.
- Darüber hinaus sollte konsequent an der individuellen Service- und Beratungsqualität gearbeitet werden. Während der Online-Handel vor allem durch den Preisvergleich in Verbindung mit der Bequemlichkeit punktet, wird es zukünftig noch mehr darum gehen, die Stärken des stationären Handels auszubauen und zu vermarkten (Erlebnis, Haptik, Verfügbarkeit, Service). Wichtig wäre auch die Schaffung eines

angenehmen Einkaufsklimas für die Kunden durch einheitliche Kernöffnungszeiten („verlässliches“ Einkaufen).

- Auch lokale Händler können vom Online-Handel profitieren, ohne einen eigenen Online-Shop aufbauen zu müssen. So bietet es sich z.B. an, auf Marktplätzen wie Amazon, Ebay oder real.de Waren anzubieten und damit den potenziellen Kundenkreis zu erweitern. Zwingende Voraussetzung im Zeitalter der Digitalisierung ist aber die Online-Auffindbarkeit (z.B. bei Google/Maps). Um sich bestmöglich zu präsentieren, existiert im besten Fall eine entsprechende Verlinkung auf die unternehmenseigene Homepage.

### **Allgemeine Handlungsempfehlungen**

Darüber hinaus sind Empfehlungen zur allgemeinen Stadtentwicklung abzugeben, die als handelsexogene Rahmenbedingungen die Entwicklungsmöglichkeiten des Gadebuscher Einzelhandels positiv beeinflussen können. Zudem können gezielte Maßnahmen auf eine Stabilisierung der Nachfrageplattform hinwirken:

- Sicherung und Ausbau der Stadt als **Arbeitsplatzstandort**; dabei insbesondere Sicherung der bestehenden Gewerbe- und Dienstleistungsbetriebe sowie zusätzliche Ansiedlung weiterer Betriebe zur Verstetigung des Einpendlerstroms und dem Erhalt bzw. weiteren Ausbau der Arbeitsplatzzentralität; vor dem Hintergrund der häufigen Kopplungsbeziehung zwischen Arbeitsweg und Versorgungseinkauf können so einwohnerrückgangsbedingte Nachfragerückgänge kompensiert werden.
- Profilierung der Stadt als interessanten **Wohnstandort** der Region, um die Einwohnerzahlen in Gadebusch möglichst zu stabilisieren bzw. deren Rückgang auszubremsen.
- Kontinuierliche **Verbesserung der verkehrlichen Infrastruktur** (auch ruhender Verkehr und insbesondere ÖPNV), sodass auch Kunden aus den dörflich geprägten Stadtteilen Gadebuschs die Einzelhandelsangebote in der Kernstadt bequem erreichen können. Damit können Kaufkraftabflüsse an umliegende, derzeit z.T. besser erreichbare Versorgungsstandorte abgeschwächt werden.
- Schaffung/Sicherung eines **investitions- und wirtschaftsfreundlichen Klimas**, sodass im bestehenden Einzelhandel auch die Bereitschaft erhöht wird, notwendige Anpassungsmaßnahmen (z.B. Ladengestaltung, Warenpräsentation) regelmäßig vorzunehmen, aber auch Planungssicherheit für mögliche Neuansiedlungen besteht.

## 9 Einordnung der Planvorhaben in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Mit Stand November 2020 liegen der Stadt Gadebusch mehrere z.T. konkrete Planvorhaben vor, die in Kapitel 5.6 bereits näher beschrieben wurden und in der Folge hinsichtlich ihrer Kompatibilität mit den zentralen Zielstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts bewertet werden sollen.

### 9.1 Umstrukturierung Hauptgeschäftszentrum

Für das Hauptgeschäftszentrum ist eine Umstrukturierung der Fachmärkte an der Johann-Stelling-Straße geplant. Seit dem Rückzug von Markant/Sky steht hier eine großflächige Handelsimmobilie leer. Ziel ist es, durch weitreichende Umstrukturierungen die Wiederansiedlung eines Verbrauchermarkts zu forcieren und zeitgemäße, moderne Verkaufsflächen für die bereits ansässigen Betriebe (u.a. Aldi, Rossmann) zu realisieren. Aufgrund von nicht abschließend aufgestellten Bodengutachten konnten aktuell (Stand November 2020) allerdings noch keine Festlegungen über den eventuellen Abriss und Neubau einzelner Gebäudekörper und damit entstehender Verkaufsflächen getroffen werden.

Grundsätzlich ist die Schaffung von modernen Handelsflächen innerhalb des Hauptgeschäftszentrums sehr zu begrüßen, da damit dessen Sogkraft gestärkt werden kann. Insbesondere die erneute Ansiedlung eines Verbrauchermarkts zur qualitativen Aufwertung sowie zur Frequenzsteigerung des zentralen Versorgungsbereichs ist sehr positiv zu beurteilen. Das Hauptgeschäftszentrum wird damit in seiner übergeordneten Versorgungsfunktion zukunftsfähig abgesichert und dem Stellenwert als einziger zentraler Versorgungsbereich der Stadt besser gerecht als heute.

Auch die geplante Anpassung der Bestandsbetriebe an moderne Ausstattungsstandards und Flächendimensionierungen ist zur Absicherung der Betriebe positiv zu beurteilen. Vor allem der Aldi-Discounter weist mit weniger als 800 qm Verkaufsfläche keine zeitgemäße Dimensionierung mehr auf. Um diesen Betrieb langfristig an das Grundzentrum Gadebusch und vor allem an das Hauptgeschäftszentrum zu binden, ist der Modernisierung und Anpassung von Aldi ein hoher Stellenwert beizumessen.

Die geplante Umstrukturierung der Fachmarkttagglomeration im Hauptgeschäftszentrum ist durchweg positiv zu beurteilen, da das Vorhaben der Stärkung des einzigen zentralen Versorgungsbereichs im Stadtgebiet dient und der Standort vor allem in der Kombination von Discounter, Vollsortimenter und Drogeriemarkt erheblich an Sogkraft gewinnen würde.

## 9.2 Verlagerungsvorhaben Rewe und Lidl

Für den Nahversorgungsstandort Ratzeburger Chaussee ist die Standortverlagerung von Rewe als auch von Lidl geplant. Dabei soll der Rewe-Markt neben dem jetzigen Standort neu errichtet werden und der Lidl-Markt aus dem gegenüberliegenden Gewerbegebiet umgesiedelt werden. Gemeinsam mit dem Neubau der Polizeistation Gadebusch sollen die beiden Lebensmittelmärkte einen Versorgungsstandort bilden. Die Verkaufsflächen sollen dabei für den Rewe-Verbrauchermarkt auf rd. 1.800 qm und für den Lebensmitteldiscounter auf rd. 1.180 qm erweitert werden. Der Verkaufszuwachs liegt demnach insgesamt bei rd. 700 qm, wobei mit rd. 490 qm der größte Anteil auf den Lidl-Lebensmitteldiscounter entfällt, der aktuell die Schwelle der Großflächigkeit noch nicht überschritten hat. Differenziert in periodische und aperiodische Sortimente kann davon ausgegangen werden, dass rd. 630 qm auf den periodischen Bedarf entfallen und rd. 70 qm auf aperiodische Randsortimente.

Ein städtebaulicher Vertrag für das Vorhaben wurde mit dem Investor September 2020 durch die Stadtverwaltung beschlossen.

Zu berücksichtigen ist bei dem Vorhaben, dass es hier nicht um eine Neuansiedlung von Betrieben geht und auch kein gänzlich neuer Einzelhandelsstandort geschaffen werden soll. Vielmehr sollen bereits im Standortumfeld ansässige Betriebe modernisiert, auf marktgängige Verkaufsflächendimensionierungen erweitert und zu einem Verbundstandort zusammengezogen werden. Der Rewe-Markt ist zwar mit einer Verkaufsflächengröße von etwa 1.600 qm grundsätzlich gut aufgestellt. Allerdings ist der Markt deutlich in die Jahre gekommen und weist einen entsprechenden Modernisierungsbedarf auf. Der Lidl-Discounter verfügt mit einer Verkaufsfläche von nur 690 qm über eine vergleichsweise kleine Dimensionierung und weist ebenfalls Modernisierungsrückstände auf. Für beide Betriebe können die Anpassungsbedarfe insofern nachvollzogen werden.

Eine räumliche Zusammenlegung der beiden Betriebe zu einem Verbundstandort wird nicht nur die Sogkraft erhöhen, sondern auch zu einer Reduzierung von Zeit- und Wegkosten für die Verbraucher führen, was einerseits des Einkaufskomfort erhöht und andererseits auch im Sinne einer ressourcenschonenden Stadtentwicklung zu begrüßen ist. Empirische Untersuchungen zeigen, dass vor allem die Standortkombination von einem Vollversorger (hier: Rewe) und einem Lebensmitteldiscounter (hier: Lidl) in der Verbrauchergunst einen hohen Stellenwert genießen.

Schon heute leisten Rewe und Lidl einen wichtigen Beitrag zur wohnortnahen Grundversorgung im südlichen Stadtgebiet. Das betrifft in erster Linie die Mehrfamilienhäuser zwischen Roggendorfer Chaussee und Amtbauhof sowie im südlichen Abschnitt der Heinrich-Heine-Straße, die vor allem von älteren Bevölkerungsgruppen bewohnt werden. Seit der Aufgabe von EDEKA am Standort Erich-Weinert-Straße ist die Versorgungsbedeutung der an der Ratzeburger Chaussee verorteten Nahversorger zuletzt

auch noch gestiegen. In Teilen übernehmen Lidl und Rewe aber auch Versorgungsfunktionen für die Ein- und Zweifamilienhäuser im nördlichen Abschnitt der Heinrich-Heine-Straße, die eher von jüngeren Familien bewohnt werden. Eine standortgerechte Aufwertung der vorhandenen Betriebe ist im Sinne einer zukunftsfähigen Absicherung der wohnortnahen Grundversorgung im südlichen Stadtgebiet insofern zu begrüßen.

Jedoch sind die Nachnutzungen der Altstandorte derzeit nicht bekannt. Um die Entwicklungsperspektiven des Hauptgeschäftszentrum nicht weiter einzuschränken, sollte darauf hingewirkt werden, an den Altstandorten von Rewe und Lidl keine Betriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten zuzulassen. Vielmehr bieten sich hier entweder handelsferne Gewerbenutzungen an oder Betriebe, mit denen Angebotslücken im langfristigen Bedarf (z.B. Haus- und Heimtextilien, Möbel) geschlossen werden können, die nicht zentrenrelevant sind.

Die geplanten Verlagerungen und Erweiterungen von Rewe und Lidl sowie deren Neuentwicklung zu einem Verbundstandort sind im Sinne der Ziele des Einzelhandelskonzepts zu befürworten. Das Vorhaben dient der zukunftsfähigen Absicherung der Nahversorgung im südlichen Stadtgebiet.

### 9.3 Verträglichkeit der Planvorhaben

Konkrete Verträglichkeitsprüfungen sind nicht Gegenstand von städtebaulichen Entwicklungskonzepten. Der ermittelte Expansionsrahmen gibt allerdings Aufschluss darüber, ob sich die Planvorhaben – vorbehaltlich einer detaillierten und vorhabenbezogenen Verträglichkeitsprüfung – in die bestehenden Strukturen einfügen lassen, ohne das daraus negative Folgewirkungen auf die Versorgungsstrukturen resultieren.

Grundsätzlich ist dabei zunächst festzuhalten, dass beide Vorhaben im Wesentlichen untereinander im Wettbewerb zueinanderstehen. So sollen in der Innenstadt der bestehende Aldi-Discounter erweitert und modernisiert werden und ein neuer Vollversorger als Ersatz für den ehemals hier verorteten Markant/Sky-Markt angesiedelt werden. An der Ratzeburger Chaussee sollen der bestehende Lidl-Discounter und der bestehende Rewe-Verbrauchermarkt modernisiert und erweitert werden. Beide Standorte würden also perspektivisch dieselben Betriebstypen aufweisen und stehen damit untereinander im Wettbewerb. Mit der geplanten Umstrukturierung des Hauptgeschäftszentrums wird dieses gegenüber dem Nahversorgungsstandort an der Ratzeburger Chaussee nachhaltig gestärkt. Der Nahversorgungsstandort an der Ratzeburger Chaussee wiederum wird durch die geplanten Anpassungen der Betriebe seinerseits gestärkt und gegenüber dem Hauptgeschäftszentrum zukunftsfähig abgesichert.

Auch ist zu berücksichtigen, dass die Planvorhaben vor allem der Modernisierung bestehender Betriebe dienen. Die geplante Ansiedlung eines Vollsortimenters im Hauptgeschäftszentrum erfolgt als Ersatz für den ehemals hier verorteten Markt/Sky. Insofern geht es bei den Vorhaben in erster Linie um die Sicherung und Weiterentwicklung bestehender Standorte und nicht um die Etablierung neuer Einzelhandelspole und -formate.

Der ermittelte Expansionsrahmen für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel beträgt 1.450 qm (verdrängungsneutral) und weitere 450 qm unter Inkaufnahme einer verträglichen Umsatzumverteilung von 8 %, insgesamt also 1.900 qm Verkaufsfläche. Eine darüberhinausgehende Entwicklung ist zwar prinzipiell nicht unmöglich, muss aber in jedem Falle über Verträglichkeitsgutachten flankiert werden, da sich die Umsatzumverteilungswirkungen im Bereich des kritischen 10 % Schwellenwert bewegen werden.

Der nahversorgungsrelevante Verkaufsflächenzuwachs für das Vorhaben Rewe + Lidl wird etwa 600 qm betragen. Somit verbleiben für die Weiterentwicklung des Hauptgeschäftszentrums in jedem Falle noch über 1.300 qm Verkaufsfläche. Unter der Annahme, dass im Hauptgeschäftszentrum ein Verbrauchermarkt angesiedelt werden soll, wird dieser Verkaufsflächenrahmen voraussichtlich vollständig ausgeschöpft werden.

Beide Planvorhaben sind vom Grundsatz her zu begrüßen und entsprechen den Zielen der Einzelhandelsentwicklung Gadebuschs. Der Expansionsrahmen für den naheversorgungsrelevanten Einzelhandel beträgt etwa 1.900 qm und wird bei Umsetzung der Vorhaben voraussichtlich überschritten werden. Insofern ist die ergänzende Einholung vorhabenbezogener Verträglichkeitsprüfungen zu den geplanten Dimensionierungen anzuraten.

## 10 Zusammenfassung

Zusammenfassend lässt sich für die Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Gadebusch Folgendes festhalten:

Die **sozioökonomischen Rahmenbedingungen** für den Einzelhandel in der Stadt Gadebusch sind durch einen Bevölkerungsrückgang, die fortschreitende demografische Alterung und ein auch im regionalen Vergleich unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau gekennzeichnet. Vor diesem Hintergrund sind die Entwicklungspotenziale des Einzelhandels in Gadebusch überwiegend restriktiv zu bewerten.

Von Seiten der Raumordnung wird der Stadt Gadebusch eine **grundzentrale Versorgungsfunktion** zugewiesen. Als Grundzentrum soll Gadebusch die Versorgung der Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen des qualifizierten Grundbedarfs sicherstellen. Aufgrund der großen räumlichen Entfernung zu den nächstgelegenen Zentralen Orten wird für Gadebusch ein relativ weiträumiger, überörtlicher Verflechtungsbereich festgelegt, auf welchen sich der grundzentrale Versorgungsauftrag ebenfalls bezieht. Dies sichert dem Gadebuscher Einzelhandel zusätzliche Umsatzpotenziale, stellt die Stadt gleichzeitig aber auch vor die Herausforderung, adäquate Versorgungsstrukturen für eine beachtliche Bevölkerungsplattform bereitzustellen.

Das **Marktgebiet** des Gadebuscher Einzelhandels umfasst, wie es auch die Raumordnung vorgibt, neben dem eigenen Stadtgebiet die dörflich geprägten Umlandgemeinden Dragun, Kneese, Krembz, Lützow, Mühlen Eichsen, Perlin, Pokrent, Roggendorf, Rögnitz, Schildetal und Veelböken, die allesamt dem raumordnerisch festgelegten Verflechtungsbereich des Grundzentrums Gadebusch zugeordnet sind. Zusätzlich sind die direkt angrenzenden Gemeinden Holdorf und Wedendorfersee dem Marktgebiet hinzuzuzählen. Damit leben im Marktgebiet insgesamt etwa 14.600 Personen, wovon der überwiegende Teil auf das Umland entfällt. Vor dem Hintergrund des prognostizierten leichten Bevölkerungsrückgangs in der Region wird sich die Bevölkerungsplattform im Marktgebiet perspektivisch weiter verringern. Damit verbunden wird das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial bis zum Jahr 2025 auf rd. 90,5 Mio. € sinken.

Aktuell beträgt das **Gesamtverkaufsflächenangebot in der Stadt Gadebusch** rd. 16.900 qm. Neben dem kurzfristigen Bedarf, der für die Wahrnehmung der grundzentralen Versorgungsfunktion maßgeblich ist, ist Gadebusch insbesondere auch im Segment Bau- und Gartenbedarf stark aufgestellt. Auf das Gadebuscher Hauptgeschäftszentrum entfällt lediglich rd. 19 % des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots, was als ausbaufähig zu bewerten ist. Insbesondere im kurzfristigen Bedarf steht die Innenstadt im Wettbewerb mit den im Kernstadtgebiet verteilten Nahversorgungsstandorten.

Die Gadebuscher Innenstadt setzt sich im Wesentlichen aus der überwiegend sehr kleinteilig strukturierten, historischen Altstadt sowie dem ergänzenden eher fachmarktorientierten Handelsstandort an der Johann-Stelling-Straße zusammen. Während für die ehemals von Markant/Sky genutzte, größere Leerstandsfläche an der Johann-Stelling-Straße ein Planvorhaben vorliegt, ist die **Leerstandssituation** in der Altstadt insgesamt als angespannt zu beurteilen. Dabei konzentrieren sich die Ladenleerstände nicht mehr nur auf die Randlagen, sondern sind z.T. bereits Am Markt und den direkt daran angrenzenden Bereichen präsent. In Verbindung mit dem hohen Anteil an Dienstleistungsnutzungen im Innenstadtbereich wird somit deutlich, dass es zunehmend schwieriger wird, innerstädtische Ladenlokale in der Altstadt erfolgreich mit Einzelhandelsnutzungen zu belegen.

Verglichen mit anderen Grundzentren weist die **Verkaufsflächendichte** in Gadebusch größtenteils überdurchschnittliche Werte auf. Die **Einzelhandelszentralität** bewegt sich mit rd. 124 % ebenfalls auf einem relativ hohen Niveau und deutet auf erhebliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland hin. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass Gadebusch über einen ausgedehnten grundzentralen Verflechtungsbereich verfügt und sich auf raumordnerisch „gewollte“ Kaufkraftzuflüsse stützen kann, die vor allem im periodischen Bedarf und im Segment Bau- und Gartenbedarf vergleichsweise hoch ausfallen.

Das **Nahversorgungsangebot** ist rein quantitativ betrachtet schon heute sehr gut ausgebaut. Mit den drei wesentlichen Standorten Hauptgeschäftszentrum/Innenstadt (u.a. Rossmann, Aldi), Ratzeburger Chaussee (Rewe, Lidl) und Rehnaer Straße (u.a. Penny) ist das Kernstadtgebiet auch räumlich betrachtet gut versorgt und weist keine größeren Versorgungslücken auf. Unter qualitativen Gesichtspunkten lässt sich allerdings eine erhebliche Schiefelage zu Lasten vollsortimentierter Anbieter feststellen. Insgesamt drei Lebensmitteldiscountern steht nur ein Vollversorger gegenüber, welcher zudem am Stadtrand gelegen und für weite Teile der lokalen Bevölkerung fußläufig nur schwer zu erreichen ist. Für nahezu alle strukturprägenden Anbieter lässt sich zudem ein nicht mehr zeitgemäßer Marktauftritt konstatieren, der entsprechende Anpassungsbedarfe auslöst.

Der **Entwicklungsrahmen für den Einzelhandel in Gadebusch** bis zum Jahr 2025 bewegt sich zwischen 2.150 und 3.550 qm zusätzlicher Verkaufsfläche. Während die Expansionsspielräume im mittel- und langfristigen Bedarf, u.a. aufgrund der dynamischen Entwicklung des Online-Handels in diesen Bedarfsgruppen, stark begrenzt sind, ergibt sich das größte Entwicklungspotenzial im kurzfristigen Bedarf. Dieses sollte dafür eingesetzt werden die grundzentrale Nahversorgungsstruktur qualitativ aufzuwerten, die lokale Nachfrage noch stärker im Stadtgebiet zu binden und die Nachfrageabschöpfung aus dem Umland moderat zu erhöhen. Dabei ist der zentrale Versorgungsbereich ‚Hauptgeschäftszentrum‘ bei Ansiedlungsvorhaben prioritär zu behandeln, um die Innenstadt als Versorgungsstandort zu stärken.

Das **Zentren- und Standortmodell** für den Gadebuscher Einzelhandel sieht neben dem Geschäftszentrum als einzigem zentralen Versorgungsbereich noch zwei Nahversorgungsstandorte (Rehnaer Straße und Ratzeburger Chaussee) unterhalb der Kategorie der zentralen Versorgungsbereiche vor, die für die Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung im nördlichen und südlichen Stadtgebiet eine wichtige Rolle einnehmen und entsprechend gesichert werden sollten.

Um eine weitere Zersplitterung der Angebotsstruktur zu vermeiden und die bestehenden Anbieter in den ausgewiesenen zentralen und wohngebietsorientierten Lagen zu schützen, sollte dem Ausbau nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente an dezentralen Standorten entgegengewirkt werden. Hier sollte lediglich die Sicherung und ggf. die Ansiedlung nicht-zentrenrelevanter Sortimente erfolgen. Die Entstehung neuer Einzelhandelspole sollte dagegen im Sinne einer kompakten Standortstruktur des Einzelhandels vermieden werden, zumal die Entwicklungspotenziale ohnehin begrenzt sind.

Vor diesem Hintergrund empfehlen Dr. Lademann & Partner hinsichtlich der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Gadebusch eine **klare Fokussierung auf das Hauptgeschäftszentrum**. Das hier anhängige Planvorhaben, die infolge der Aufgabe von Markant/Sky leergezogene Fläche an der Johann-Stelling-Straße mit der Ansiedlung eines Vollversorgers wieder in Wert zu setzen und bestehende Anbieter wie Rossmann und Aldi zu modernisieren und auf marktgängige Dimensionierungen zu erweitern, ist insofern eindeutig positiv zu beurteilen. Damit kann zum einen das Versorgungsangebot der Innenstadt ausgebaut und die Innenstadt damit im Standortwettbewerb erheblich aufgewertet werden. Zum anderen trägt die Ansiedlung eines Vollversorgers dazu bei, die identifizierte Schieflage zu Lasten der Vollsortimenter in Gadebusch einzudämmen und das Nahversorgungsangebot qualitativ zu verbessern.

Aber auch das Planvorhaben, den Rewe-Markt im südlichen Stadtgebiet neu aufzustellen und zusammen mit dem dort ebenfalls bereits heute ansässigen Lidl-Discounter zu einem Verbundstandort zu entwickeln, ist grundsätzlich positiv zu beurteilen. Das Vorhaben dient dazu, die für die wohnortnahe Grundversorgung im südlichen Stadtgebiet wichtigen Nahversorger zukunftsfähig aufzustellen. Der ermittelte Entwicklungsrahmen für nahversorgungsrelevante Sortimente von bis zu 1.900 qm Verkaufsfläche würde im Falle der Umsetzung beider Vorhaben (Hauptgeschäftszentrum + Lidl/Rewe) voraussichtlich überschritten werden. Insofern bedarf es in jedem Falle einer ergänzenden vorhabenbezogenen Verträglichkeitsprüfung, ob sich das Rewe/Lidl-Vorhaben über das prioritär zu behandelnde Vorhaben im Hauptgeschäftszentrum hinaus in der geplanten Größenordnung umsetzen lässt, ohne negative Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen auszulösen.

Hamburg, 08. Dezember 2020

Boris Böhm

Coralie Sucker

Dr. Lademann & Partner GmbH

# I Glossar<sup>28</sup>

## Betriebstypen im Einzelhandel:

### Food-Einzelhandel

#### ■ Lebensmitteldiscounter

Lebensmittelmarkt mit Verkaufsflächen bis etwa 1.200 qm (im Einzelfall auch höhere Verkaufsfläche), der ein auf Waren mit hoher Umschlagshäufigkeit beschränktes Sortiment sowie ein wöchentlich wechselndes Aktionsassortiment (im Mittel 2.100 Artikel) mittels aggressiver Niedrigpreispolitik verkauft.

#### ■ Supermarkt

Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 qm bis 800 qm Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren und Drogeriewaren, Wasch-, Putz und Reinigungsmittel anbietet.

#### ■ Verbrauchermarkt, klein

Einzelhandelsbetrieb mit Sortimentsschwerpunkt „tägliches Bedarfs“, der überwiegend auf einer Verkaufsfläche zwischen 800 und 1.500 qm geführt wird.

#### ■ Verbrauchermarkt, groß

Einzelhandelsbetrieb mit Angebotsschwerpunkt „tägliches Bedarfs“, der aufgrund der Flächenbedarfe meist an Pkw-orientierten Standorten auf einer Verkaufsfläche zwischen 1.500 und unter 5.000 qm geführt wird.

#### ■ SB-Warenhaus

Einzelhandelsbetrieb ab 5.000 qm Verkaufsfläche mit Umsatzschwerpunkt bei Waren des täglichen Bedarfs und zahlreichen Nonfood-Warengruppen (bis zu 50 % der Artikel), die überwiegend an Pkw-orientierten Standorten angeboten werden.

#### ■ Vollsortimenter

Einzelhandelsbetrieb, welcher ein breites und tiefes Sortiment mit einem flächenbezogenen Frischeanteil von ca. 30 % anbietet und durch größere Bedienungstheken gekennzeichnet ist. Das Angebot konzentriert sich im Wesentlichen auf den periodischen Bedarf (Lebensmittel) mit einem Umfang von mind. 12.000 Artikeln, ergänzt um ein Non-Food Sortiment von etwa 10 bis 15 %. SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte

---

<sup>28</sup> Die Definitionen sind in Anlehnung an folgende Quellen formuliert:

Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln, Ausschuss für Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft, 1995: Katalog E Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft

Metro-Handelslexikon 2009/2010

Definitionen zur Einzelhandelsanalyse der Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. 2014

sind regelmäßig als Voll-sortimenter zu bezeichnen. Supermärkte erreichen dagegen oftmals nicht die nötige Sortimentstiefe und -breite.

### **Nonfood-Einzelhandel**

#### ■ Fachgeschäft

Einzelhandelsbetrieb mit i.d.R. deutlich weniger als 800 qm Verkaufsfläche, der ein auf einen Warenbereich beschränktes Nonfood-Sortiment in tiefer Gliederung mit unterschiedlichen Bedienungskonzepten (Fremd- und Selbst-bedienung, Vorwahl) und oft weiteren Service- und Beratungsleistungen verkauft.

#### ■ Fachmarkt

Einzelhandelsbetrieb mit meist über 800 qm Verkaufsfläche, der ein auf eine Warengruppe beschränktes, preisorientiertes Nonfood-Sortiment mit eingeschränkten Service- und Beratungsleistungen an Pkw-orientierten Standorten anbietet.

#### ■ Warenhaus

Einzelhandelsgroßbetrieb mit umfassendem Sortiment aus unterschiedlichen Warengruppen, der mit unterschiedlichen Bedienungskonzepten (oft in Fremdbedienung mit Vorwahl) geführt wird und sich in der Regel an integrierten Standorten oder in Einkaufszentren befindet.

#### ■ Kaufhaus

Großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der Waren aus mehreren Nonfood-Branchen, davon mindestens eine in tieferer Gliederung, und unterschiedlichen Bedienungs- und Servicekonzepten verkauft. Verortet sind Kaufhäuser in der Regel an integrierten Standorten oder in Einkaufszentren (umfasst z.B. auch Textilkaufhäuser) befindet.

#### ■ Sonderpostenmarkt

Discountorientierter Fachmarkt, der nicht an spezielle Warengruppen oder Bedarfsbereiche ausgerichtet ist, sondern Waren aller Art für den discountorientierten Impulskauf anbietet. Die Waren werden zu niedrigen Preisen als Rest- und Sonderposten verkauft. Das Sortiment wechselt demnach häufig.

### **Agglomerationen, Einkaufszentren und Spezialformen**

#### ■ Fachmarkttagglomeration

Ansammlung von branchengleichen/branchenverschiedenen Fachmärkten an einem Standortbereich, denen (trotz ab und zu praktizierter gemeinsamer Stellplatznutzung) ein einheitliches Management fehlt.

#### ■ Fachmarktzentrum

Funktionales Einkaufszentrum, das an Pkw-orientierten Standorten (oft peripher) Betriebe unterschiedlicher Branchen, Betriebsgrößen und Betriebsformen mit Dominanz von preisaktiven Fachmärkten in der Regel unter einheitlichem Standortmanagement in einer meist überdachten Mall integriert.

#### ■ Einkaufszentrum/Shopping-Center

Einzelhandelsimmobilie mit i.d.R. mehr als 10.000 qm VKF, die – einheitlich geplant und gemanagt – Einzelhandelsbetriebe aus unterschiedlichen Branchen, Betriebsgrößen und Betriebsformen mit überwiegend Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs in einer meist überdachten Mall zusammenfasst.

#### ■ Outlet-Center (auch Factory Outlet Center oder Designer Outlet Center)

Eine besondere Form eines Einkaufszentrums, in der in einer Agglomeration vieler Ladeneinheiten innerhalb eines einheitlich geplanten Gebäudekomplexes oder einer räumlich zusammenhängenden Anlage – meist an autoorientierten Standorten – Waren mit einem Preisabschlag von mindestens 25 % direkt vom Hersteller verkauft werden. Der Schwerpunkt liegt auf Markenartikeln des gehobenen Bedarfs sowie auf dem Premium- und Luxussegment. Das Warenangebot umfasst dabei B-Ware, Überproduktionen, Retouren, Vorsaison-Ware und Produktmuster.

#### ■ Distanzhandel

Bestimmte Form des institutionellen Einzelhandels, bei dem der Käufer den Anbieter nicht in dessen Geschäft aufsucht, um einen Kauf auszulösen, sondern andere Formate gewählt werden, um die Ware zu präsentieren, die Bestellung vorzunehmen und die Ware zu übergeben. Unter Distanzhandel werden vor allem der Onlinehandel, der Kataloghandel sowie Teleshopping zusammengefasst.

#### ■ Filialbetrieb (Filialist)

Ein Filialbetrieb verfügt über mindestens fünf unter einheitlicher Leitung stehende Verkaufsfilialen an unterschiedlichen Standorten. Die einzelnen Filialen treten unter einheitlichem Namen auf und weisen in ihrem Erscheinungsbild starke Gemeinsamkeiten auf, ohne dass sie vollständig im Marketing-Mix übereinstimmen müssen. Es gibt sowohl internationale und nationale Filialisten als auch regionale und lokale Filialisten.

### Begriffe aus dem Bauplanungsrecht<sup>29</sup>

#### ■ Großflächigkeit

Das Merkmal der Großflächigkeit kennzeichnet die Schwelle, ab der Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe des § 11 (3) BauNVO nur noch in einem Kern-gebiet i.S.v. § 7 BauNVO oder in einem Sondergebiet für Einzelhandel i.S.v. § 11 BauNVO zulässig sind,

---

<sup>29</sup> Quelle: In Anlehnung an Metro-Handelslexikon 2009/2010.

sofern die Vermutungsregel des § 11 (3) BauNVO nicht wiederlegt werden kann, die von negativen Auswirkungen (u.a. auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche und die Versorgung der Bevölkerung) ausgeht. Die Rechtsprechung geht davon aus, dass die Grenze der Großflächigkeit ab einer Verkaufsfläche von 800 qm beginnt.

#### ■ Zentraler Versorgungsbereich

Unter einem zentralen Versorgungsbereich ist nach der Rechtsprechung ein räumlich abgrenzbarer Bereich einer Gemeinde, dem aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen, häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote, eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Ein zentraler Versorgungsbereich kann sich sowohl aus planerischen Festsetzungen als auch aus den tatsächlichen Verhältnissen ergeben. Voraussetzung ist, dass dieser sich in einer städtebaulich integrierten Lage befindet. Isolierte Standorte bilden keinen zentralen Versorgungsbereich.

### Differenzierung von Standortlagen

#### ■ A-Lage

Standortlage, die innerhalb eines bestimmten Bezugsraums die höchste Passantenfrequenz und Passantenqualität (Passanten mit Kaufabsicht) aufweist. Weitere Merkmale sind ein dichter Geschäftsbesatz, ein hoher Filialisierungsgrad, ein hoher Anteil innenstadtypischer Sortimente sowie vergleichsweise hohe Einzelhandelsmieten.

#### ■ B-Lage

Standortlage, die meistens einen Aus- und Zulauf einer A-Lage oder eine Solitärlage mit fehlender Anbindung an die A-Lage darstellt. Dieser Bereich wird im Wesentlichen durch eine mittlere Frequenz von Passanten innerhalb eines bestimmten Bezugsraumes gekennzeichnet. Im Gegensatz zu den A-Lagen sind die B-Lagen keine klassischen Konsumlagen, da Geschäfte hier oftmals gezielt aufgesucht werden und die Laufkundschaft von geringerer Bedeutung ist. Neben innenstadtypischen Sortimenten (mittelfristiger Bedarf) rücken auch Sortimente des kurzfristigen Bedarfs sowie Dienstleistungs- und Gastronomieangebote in den Vordergrund. Der Anteil inhabergeführter Läden ist deutlich höher als in der A-Lage und das Mietniveau ist geringer.

#### ■ C-Lage

Standortlage, die meistens einen Aus- und Zulauf einer B-Lage oder auch kleinere, aus Kundensicht weniger attraktive Seitenstraßen der A-Lage darstellt. Diese Lagen sind durch eine niedrige und unregelmäßige Fußgängerfrequenz gekennzeichnet und zählen nicht zu den Konsumlagen. Der Geschäftsbesatz ist deutlich ausgedünnt – teilweise dominieren Dienstleister und Gastronomiebetriebe. Mitunter zeigen sich auch Mindernutzungen. Die Sortimentsstruktur ist vor allem auf den kurzfristigen Bedarf fokussiert. Das Mietniveau liegt noch unter dem der B-Lagen.

## Sonstige Definitionen

### ■ Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer

Gibt Auskunft über die regionale Verteilung der einkommensbedingten, potenziellen Endverbrauchernachfrage in Konsumgütermärkten. In Verbindung mit den Zahlen zur ortsansässigen Bevölkerung erlaubt die Kaufkraftkennziffer quantitative Angaben zur Einschätzung der lokalen Nachfrage. Kaufkraftkennziffern werden jährlich von Marktforschungsinstituten ermittelt und zeigen, ob ein bestimmtes Gebiet tendenziell über oder unter dem Bundesdurchschnitt von 100 liegt. Die Kaufkraftkennziffer gibt insofern die relative Verteilung der Kaufkraft an.

### ■ Ausgabesatz

Ausgabesätze geben die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel innerhalb eines Jahres an. Sie werden sortimentspezifisch ermittelt und geben somit Auskunft über die Höhe der Ausgaben der Bevölkerung, bezogen auf die jeweiligen Sortimente des Einzelhandels. Kombiniert mit der örtlichen Kaufkraftkennziffer und der örtlichen Einwohnerzahl lässt sich darüber das Nachfragepotenzial in einem abgegrenzten Raum ermitteln.

### ■ Einzelhandelsrelevantes Kaufkraft-/Nachfragepotenzial

Als einzelhandelsrelevante Kaufkraft wird diejenige Geldmenge bezeichnet, die den privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraums für Ausgaben im Einzelhandel potenziell netto zur Verfügung steht. Man unterscheidet dabei „Nachfragepotenzial im engeren Sinne“ (stationärer Einzelhandel inkl. Ladenhandwerk) und „Nachfragepotenzial im weiteren Sinne“ (inkl. Ausgaben im nicht-stationären Handel).

### ■ Flächenproduktivität

Die Flächenproduktivität misst das Verhältnis zwischen dem erzielten Brutto-Umsatz zur eingesetzten Verkaufsfläche und kann als Durchschnittswert für ein Verkaufslokal insgesamt, aber auch für einzelne Sortimente ermittelt werden.

### ■ Periodischer Bedarf/ nahversorgungsrelevanter bzw. kurzfristiger Bedarf

Unter dem periodischen Bedarf werden die Branchen Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren sowie Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel zusammengefasst. Der periodische Bedarf entspricht somit weitgehend dem Lebensmitteleinzelhandel und ist in erster Linie auf die tägliche Versorgung ausgerichtet.

### ■ Aperiodischer Bedarf

Unter dem aperiodischen Bedarf werden alle übrigen Branchen zusammengefasst, die auf die mittel- bis langfristige Versorgung der Bevölkerung ausgerichtet sind.

Zusammengefasst wurden die Sortimente Obergruppen zugeordnet:

Kurzfristiger Bedarf:

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheits- und Pflegeartikel (Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel; pharmazeutischer und medizinischer Bedarf)
- Tiernahrung

Mittelfristiger Bedarf:

- Bekleidung/Wäsche
- Schuhe, Lederwaren
- Spielwaren, Hobbybedarf
- Sportartikel, Camping
- Bücher/Zeitungen, Schreibwaren
- Hausrat, GPK

Langfristiger Bedarf:

- Optik
- Schmuck, Uhren
- Elektrobedarf
- Haus- und Heimtextilien und Einrichtungszubehör
- Möbel
- Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör/Tierbedarf

■ Nahversorgung

Unter Nahversorgung ist die wohnortnahe Versorgung mit Gütern des Periodischen Bedarfs zu verstehen. Damit sind Einkaufsmöglichkeiten in fußläufiger Entfernung zum Wohnstandort gemeint, häufig ergänzt um einzelhandelsnahe Dienstleistungen wie Post, Bank, Frisör, Ärzte etc. Was unter einer fußläufigen Entfernung zu verstehen ist, ist nicht einheitlich und verbindlich definiert. Häufig wird eine Entfernung von etwa 10 Gehminuten für angemessen erachtet, was ca. 500 bis 800m Laufweg entspricht.