



Auswirkungsanalyse zur Erweiterung des Hagebau-Baumarktes in Dannenberg (Elbe)

Auftraggeber: Samtgemeinde Elbtalaue

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Katharina Staiger

Ludwigsburg, am 27.10.2017

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Hohenzollernstraße 14

71638 Ludwigsburg

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 07141 / 9360-0

Telefax: 07141 / 9360-10

E-Mail: gerhard.beck@gma.biz

Internet: www.gma.biz

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen	4
1. Ausgangslage und Untersuchungsmethodik	4
2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben	5
3. Marktentwicklung Bau- und Gartenfachmarkt	6
3.1 Definition des Vorhabens	6
3.2 Entwicklung im Bau-/ Heimwerker-/ Gartenmarktbedarf	7
4. Beschreibung des Vorhabens in Dannenberg (Elbe)	9
5. Makrostandort Dannenberg (Elbe)	13
II. Überprüfung der raumordnerischen Vorgaben	18
1. Konzentrationsgebot	18
2. Integrationsgebot	18
2.1 Mikrostandort	18
2.2 Bewertung des Integrationsgebotes	20
3. Kongruenzgebot	21
3.1 Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial	21
3.2 Kaufkraft im Einzugsgebiet	24
3.3 Umsatzprognose für das Vorhaben	25
3.4 Bewertung des Kongruenzgebotes	26
4. Beeinträchtigungsverbot	27
4.1 Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet	27
4.2 Umsatzumverteilungen	29
4.3 Versorgungsstrukturelle und städtebauliche Auswirkungen	30
III. Zusammenfassung	33

I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen

1. Ausgangslage und Untersuchungsmethodik

Die Mölders Holding GmbH betreibt seit Jahren in Dannenberg (Elbe) in der Ordasstraße einen hagebaumarkt auf einer Verkaufsfläche (ungewichtet) von ca. 4.100 m². Der Standort liegt abseits von Hauptverkehrsachsen am Rande eines Wohngebietes. Aufgrund fehlender Erweiterungsmöglichkeiten am jetzigen Standort und der für einen Bau- / Heimwerker- und Gartenmarkt ungünstigen Standortbedingungen ist die Verlagerung innerhalb Dannenbergs (Elbe) geplant. Vorgesehen ist ein unbebautes Areal im Baugebiet Pörmke-Nord. Im Rahmen der Verlagerung soll der Bau- / Heimwerker und Gartenmarkt auf eine max. Verkaufsfläche von 9.000 m² erweitert werden, davon max. 5.800 m² Verkaufsfläche im Gebäude und max. 3.200 m² Freifläche (überdacht und nicht überdacht). Zudem ist eine Bäckereifiliale in der Vorkassenzone mit Sitzgelegenheiten vorgesehen. Mit einer Verkaufsfläche von mehr als 800 m² überschreitet der Baumarkt grundsätzlich die Schwelle zur Großflächigkeit. Folglich ist eine Ausweisung eines Sondergebietes nach 11 Abs. 3 BauNVO erforderlich.

Im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse sind folgende Punkte zu bearbeiten:

- /// Städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes
- /// Abgrenzung des Einzugsgebietes und Berechnung der sortimentspezifischen Kaufkraftpotenziale
- /// Beurteilung der Versorgungssituation in Dannenberg (Elbe) und im Umland (Wettbewerbsanalyse)
- /// Umsatzprognose und Umsatzherkunft
- /// Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum
- /// Bewertung der raumordnerischen Beurteilungskriterien gemäß LROP
 - Konzentrationsgebot
 - Integrationsgebot
 - Kongruenzgebot
 - Beeinträchtungsverbot.

Die Beurteilung der projektrelevanten **Wettbewerbssituation** beruht auf einer Erhebung des projektrelevanten Einzelhandels im Juli 2017 durch die GMA. Hierzu wurden neben der Verkaufsfläche auch die projektrelevanten Umsätze¹ ermittelt. Als Wettbewerber gelten grundsätzlich alle

¹ Die Umsätze wurden für jeden Betrieb individuell mit Hilfe von branchen- und betreiberüblichen Flächenproduktivitäten, welche an die jeweiligen Standortbedingungen angepasst wurden, ermittelt (= qualifizierte Umsatzschätzung).

Einzelhandelsbetriebe² mit Sortimenten, welche im Vorhaben geführt werden. In Folge der Flächengröße und der Vertriebsform des Vorhabens ist davon auszugehen, dass die wettbewerbliche Auseinandersetzung in erster Linie mit Anbietern des gleichen Betriebstyps, d. h. großflächigen Bau- / Heimwerker- und Gartenmärkten und Gartencentern erfolgen wird.

Entsprechend der rechtlichen Vorgabe wird Verkaufsfläche wie folgt definiert:

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

In der nachfolgenden Wettbewerbsdarstellung werden (sofern nicht anders angegeben) **ungegewichtete Verkaufsflächen** genannt. Hingegen wird im Bau- und Gartenmarktsegment der Umsatz mit Hilfe der gewichteten Verkaufsfläche ermittelt. Die gewichtete Verkaufsfläche errechnet sich als Summe aus 100 % der Innenflächen, 50 % der überdachten Freiflächen / Kalthallenflächen und 25 % der unüberdachten Freiflächen.³

2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben

Für die Beurteilung der Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist § 11 Abs. 3 BauNVO zu beachten. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung aus:⁴

- „1. Einkaufszentren,
 2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,
 3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,
- sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen i. S. des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelt-einwirkungen i. S. des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder

² Baustoffgroßhändler und Produzenten (z. B. Sägewerke, Kiesgruben, Baumschulen) sind nicht enthalten.

³ An diesem Standard orientiert sich auch die vorliegende Untersuchung. Kalt- und Freiflächen werden nur anteilig in Ansatz gebracht, da diese erfahrungsgemäß eine deutlich geringere Flächenumsatzleistung aufweisen (z. B. saisonal bedingter Freilandverkauf).

⁴ Baunutzungsverordnung (BauNVO), zuletzt geändert durch Art. 2 des Gesetzes vom 11.06.2013 / 1548.

in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

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

Ob ein Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt einzustufen ist, hat in einer zweistufigen Prüfung getrennt voneinander zu erfolgen:

1. Handelt es sich bei dem Vorhaben um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb bzw. wird die Großflächigkeit des Vorhabens erfüllt, was i. d. R. bei einer Überschreitung der Verkaufsfläche von 800 m² der Fall sein wird.⁵
2. Die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen müssen zu erwarten sein, was regelmäßig ab einer Geschossfläche von 1.200 m² anzunehmen ist (= Regelvermutung).

Die Regelvermutung ist jedoch gem. § 11 Abs. 3, Satz 4 BauNVO widerlegbar. Der Nachweis kann im Zuge einer Einzelfallprüfung erbracht werden, wenn im konkreten Einzelfall keine Auswirkungen i. S. des § 11 Abs. 3, Satz 3 BauNVO zu erwarten sind. Mit Bezug auf die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen sind die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihre Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und des Warenangebot des Betriebes zu berücksichtigen.

3. Marktentwicklung Bau- und Gartenfachmarkt

3.1 Definition des Vorhabens

Beim Vorhaben handelt es sich um den Betriebstyp **Fachmarkt**, welcher wie folgt definiert wird:⁶

„Der **Fachmarkt** ist ein meist großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und oft auch tiefes Sortiment aus dem Warenbereich (z. B. Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt), einem Bedarfsbereich (z. B. Sportfachmarkt, Baufachmarkt) oder einem Zielgruppenbereich (z. B. Möbel- und Haushaltswarenfachmarkt für designorientierte Kunden) in übersichtlicher Warenpräsentation bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau anbietet.

Der Standort ist i. d. R. autokundenorientiert entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren; bei einigen Sortimenten (z. B. Drogeriemarkt) werden über-

⁵ Vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04. In diesem Urteil hat das BVerwG die Grenze der Großflächigkeit von 700 auf 800 m² erhöht. Großflächig i. S. des § 11 Abs. 3, Satz 1, Nr. 2 BauNVO sind demnach diejenigen Betriebe, die eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten.

⁶ Katalog E – Definition zu Handel und Distribution, 5. Ausgabe, Institut für Handelsforschung an der Universität Köln, 2006.

wiegend Innenstadtlagen gewählt. Je nach Sortiment sind mehr als in anderen Betriebsformen im Einzelhandel die Abnehmer auch gewerbliche Kunden (z. B. Handwerker beim Sanitär- und Fliesenfachmarkt und beim Installationsfachmarkt). Die Verkaufsverfahren sind Selbstbedienung und Vorwahl, meist mit der Möglichkeit einer fachlichen und sortimentsspezifischen Kundenberatung.

3.2 Entwicklung im Bau-/ Heimwerker-/ Gartenmarktbedarf

Die Anzahl der Bau- und Heimwerkermärkte ging in den letzten Jahren kontinuierlich zurück und erhöhte sich im Jahr 2015 wieder leicht auf über 2.200 Betriebe. Von den über 2.200 Baumärkten in Deutschland entfallen etwa 60 % auf die größten Unternehmen OBI, toom / B 1, hagebau, Bauhaus, Hornbach und Globus. Unter diesen größten Anbietern weist OBI mit über 350 Filialen die höchste Anzahl auf, gefolgt von hagebau (327 Filialen) und toom / B1 (304 Filialen).

Aus der Insolvenz des Praktiker Konzerns in 2013 mit den Marken Praktiker, Max Bahr und Extra Bau & Hobby resultierte ein Rückgang an Filialen, Verkaufsfläche und Umsatz, was jedoch als temporäres Phänomen in Anbetracht der Langzeitentwicklung zu sehen ist. Die ehemaligen Filialen von Praktiker bzw. Max Bahr wurden z. T. von den Wettbewerbern übernommen, so von hagebau mit 31 Standorten.

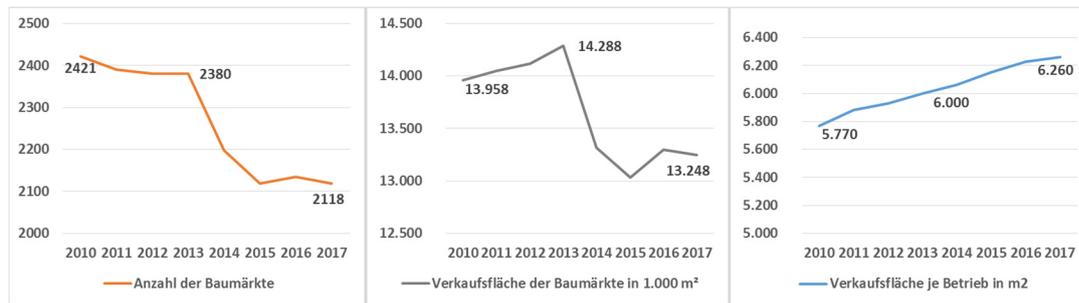
Die gewichtete durchschnittliche Verkaufsfläche⁷ bei Bau- / Heimwerker- und Gartenmärkten in Deutschland lag 2016 bei 6.260 m², wobei die Verkaufsfläche je Betrieb deutlich zugenommen hat. Nach Größenklassen differenziert, entfällt rd. ein Viertel aller Baumärkte auf eine Verkaufsfläche von 5.000 – 7.500 m²:

Tabelle 1: Verteilung der Baumärkte nach Größenklassen

Größenklassen Verkaufsfläche in m ²	Anzahl	
	absolut	in %
1.000 - 1.499	186	8,7
1.500 - 2.999	344	16,1
3.000 - 4.999	468	21,9
5.000 - 7.499	528	24,7
7.500 - 9.999	383	17,9
ab 10.000	225	10,5
Summe	2.134	100

Quelle: gemaba Lev.-Hitdorf 2016

⁷ Zu den Gewichtungen der Freiflächen siehe Seite 5.

Abbildung 1: Entwicklung der Bau- / Heimwerkermärkte ab 1.000 m² Verkaufsfläche


GMA-Berechnungen nach gemaba Lev.-Hitdorf 2017, Baumarkt-Strukturdaten 2017

Für die Positionierung von Standorten bei Bau- / Heimwerker- und Gartenmärkten sind folgende Aspekte zu berücksichtigen:

- / In städtischen wie auch in ländlichen Bereichen werden Sortiment und Angebot immer stärker auf die jeweiligen Zielgruppen abgestimmt. Teilweise übernehmen die Bau- / Heimwerkermärkte wichtige Versorgungsfunktionen nicht nur für die Privathaushalte, sondern auch für die gewerbliche Wirtschaft (u. a. Handwerksbetriebe, Baugewerbe).
- / Ein Trend geht im Baumarktbereich einerseits hin zu größeren Verkaufsflächen, um an bevölkerungsstarken Standorten so ein möglichst breites und tiefes Angebot in allen relevanten Sortimentsbereichen darstellen zu können. Dies bezieht sich nicht nur auf Neuansiedlungen, vielmehr werden Bestandsobjekte modernisiert und erweitert. Durch die häufige Integration von Baustoff-Drive-In-Bereichen und spezialisierten Abteilungen ist der Flächenbedarf noch weiter gestiegen. Die Integration von Gartencentern hat sich nach wie vor als Erfolg versprechender Ansatz der Bau- / Heimwerkermärkte gezeigt.
- / Andererseits werden Filialen mit geringeren Verkaufsflächen und einem kleineren Sortiment in zentralen Lagen entwickelt. Zudem können hier online vorbestellte Waren abgeholt werden.
- / Bau- und Heimwerkermärkte mit einem Gartenfachmarkt bieten z. T. über 40.000 Artikel mit dem Schwerpunkt im Bau- / Heimwerker- / Gartenbedarf. Die Sortimente Autzubehör, Leuchten, baumarktrelevante Haushaltsartikel (Aufbewahrungsboxen, Leitern, Wäscheständer, Körbe, Besen etc.) gehören mit zum Kernsortiment. Je nach Betreiber werden weitere Sortimente, wie Fahrrad / Zubehör, Innendekoration (Gardinen / Zubehör, Zierkissen), Bilder / Rahmen oder Tiernahrung geführt. In Abhängigkeit von der Angebotsverteilung dieser Sortimente in der Standortkommune wird die Zentrenrelevanz dieser Sortimente unterschiedlich eingeordnet.

Tabelle 2: Typische Sortimente eines Bau- / Heimwerker- und Gartenmarktes

Bau-/Heimwerkermarkt/Baustoffe	Gartenmarkt mit Freigelände
<ul style="list-style-type: none"> /// Baustoffe /// Fenster und Türen /// Fliesen /// Sanitärinstallation /-ausstattung /// Holz / Parkett /// Malerbedarf /// Elektroinstallation /// Werkzeug/-maschinen /// Bodenbeläge /// Eisenwaren /// Möbel (u. a. Bad, Küche) /// baumarktrelevante Haushaltsartikel /// Leuchten /// Autozubehör 	<ul style="list-style-type: none"> /// Baumschulwaren, Beetpflanzen /// Gartenartikel / Teichanlagen /// Haushaltschemie, Düngemittel /// Garten- und Forstgeräte /// Gartenhäuser /// Gartenmöbel /// Gartenkamine, Grills /// (Topf-)Pflanzen, Erde

GMA-Zusammenstellung 2017

Für das auch perspektivisch als solide anzusehende Wachstum, besonders auch im Gartencenter-Segment, sind verschiedene Gründe ausschlaggebend:

- /// zunehmender Freizeitanteil weiter Teile der Bevölkerung, Heimwerken als Teil der aktiven Freizeitgestaltung
- /// Verteuerung von Handwerksleistungen und der Trend zum „Selbermachen“
- /// gestiegene Fachkompetenz der verschiedenen Anbieter im do-it-yourself-Bereich
- /// Erschließung neuer Zielgruppen für klassische Baumarktartikel (Handwerker, Kleingewerbe, Frauen).

4. Beschreibung des Vorhabens in Dannenberg (Elbe)

Das Bestandsobjekt von hagebau in der Ordasstraße umfasst eine Verkaufsfläche von ca. 2.350 m² innen zzgl. ca. 1.750 m² an Freiflächen. Auf diesen Flächen werden rd. 32.000 unterschiedliche Artikel⁸ mit dem Schwerpunkt im Kernsortiment Bau- / Heimwerker – / Gartenbedarf geführt. Bedingt durch die geringe Verkaufsfläche können die Waren nicht ansprechend und übersichtlich präsentiert werden, bei gleichzeitig sehr engen Gängen in den einzelnen Fachabteilungen und einem sehr kleinen Eingangsbereich. Aufgrund der kleinen Grundstücksfläche von ca. 8.000 m² wird zudem der Anlieferverkehr erschwert und es können mit 60 Stellplätzen nur sehr wenige Stellplätze für Kunden vorgehalten werden.

⁸ Angaben des Betreibers.

Neben den flächenseitigen Einschränkungen am jetzigen Standort bestehen darüber hinaus ungünstige spezifische Standortbedingungen. Dies betrifft insbesondere die Lage am Rande eines Wohngebietes und abseits der Hauptverkehrsachsen, d. h. von den Verkehrsachsen muss zum Standort durch Wohngebiete gefahren werden. Auch der Anlieferverkehr wird durch diese spezifische Lage sehr erschwert. Aus städtebaulicher Sicht handelt es sich beim jetzigen Standort um eine Lage, welche sich für einen großflächigen Bau- und Heimwerkermarkt nicht eignet. Auch in städtebaulicher Hinsicht weist der Standort aufgrund der Nähe zu Wohngebieten keine guten Voraussetzungen für einen Baumarkt auf.

Das Bestandsobjekt setzt sich aus einer Baustoffhalle, einem Baumarkt und einem Gartencenter sowie Freiflächen mit rd. 4.100 m² (ungewichtet) zusammen. Insbesondere die Baustoffhalle fällt sehr klein aus. Die gewichtete Verkaufsfläche liegt bei ca. 2.855 m².

Tabelle 3: Projektdaten des Bestandsobjektes

Bauliche Bereiche	VK in m ² (ungewichtet)	Gewichtungs- faktor	VK in m ² (gewichtet)
Baustoffhalle	80	100	80
Baumarkt	1.700	100	1.700
Gartencenter	565	100	565
Freifläche Gartencenter überdacht	295	50	148
Freifläche Baumarkt nicht überdacht	250	25	63
Freifläche Gartencenter nicht überdacht	1.200	25	300
Summe	4.090	-	2.855

Quelle: Angaben der Fa. Mölders hagebau

Der Flächenschwerpunkt im Bestandsobjekt entfällt auf das Kernsortiment (Baustoffe, Bau- / Heimwerker- und Gartenbedarf mit etwa 95 % der Verkaufsfläche. Die Verkaufsfläche für Fahrräder / Zubehör beträgt rd. 20 m² und die für Gardinen / Zubehör rd. 50 m².

Der geplante Bau- / Heimwerker- und Gartenmarkt umfasst nach wie vor die Kernsortimente Baustoffe, Baumarkt, Gartencenter, welche den überwiegenden Teil der Verkaufsflächen einnehmen. Die Innenverkaufsfläche liegt bei rd. 5.700 m² und die Freiflächen bei rd. 3.200 m². Das Vorhaben weist **rd. 8.900 m² Verkaufsfläche** (ungewichtet) und **rd. 6.800 m² (gewichtet)** auf, d.h. die Verkaufsfläche erhöht sich um rd. 4.800 m².

Tabelle 4: Projektdaten des Vorhabens

Bauliche Bereiche	VK in m ² (ungewichtet)	Gewichtungs- faktor	VK in m ² (gewichtet)
Baustoffhalle	989	100	989
Baumarkt	2.913	100	2.913
Gartencenter	1.800	100	1.800
Freifläche Baustoffe überdacht	665	50	333
Freifläche Gartencenter überdacht	605	50	303
Freifläche Baustoffe nicht überdacht	1.172	25	293
Freifläche Gartencenter nicht überdacht	752	25	188
Summe	8.896	-	6.818

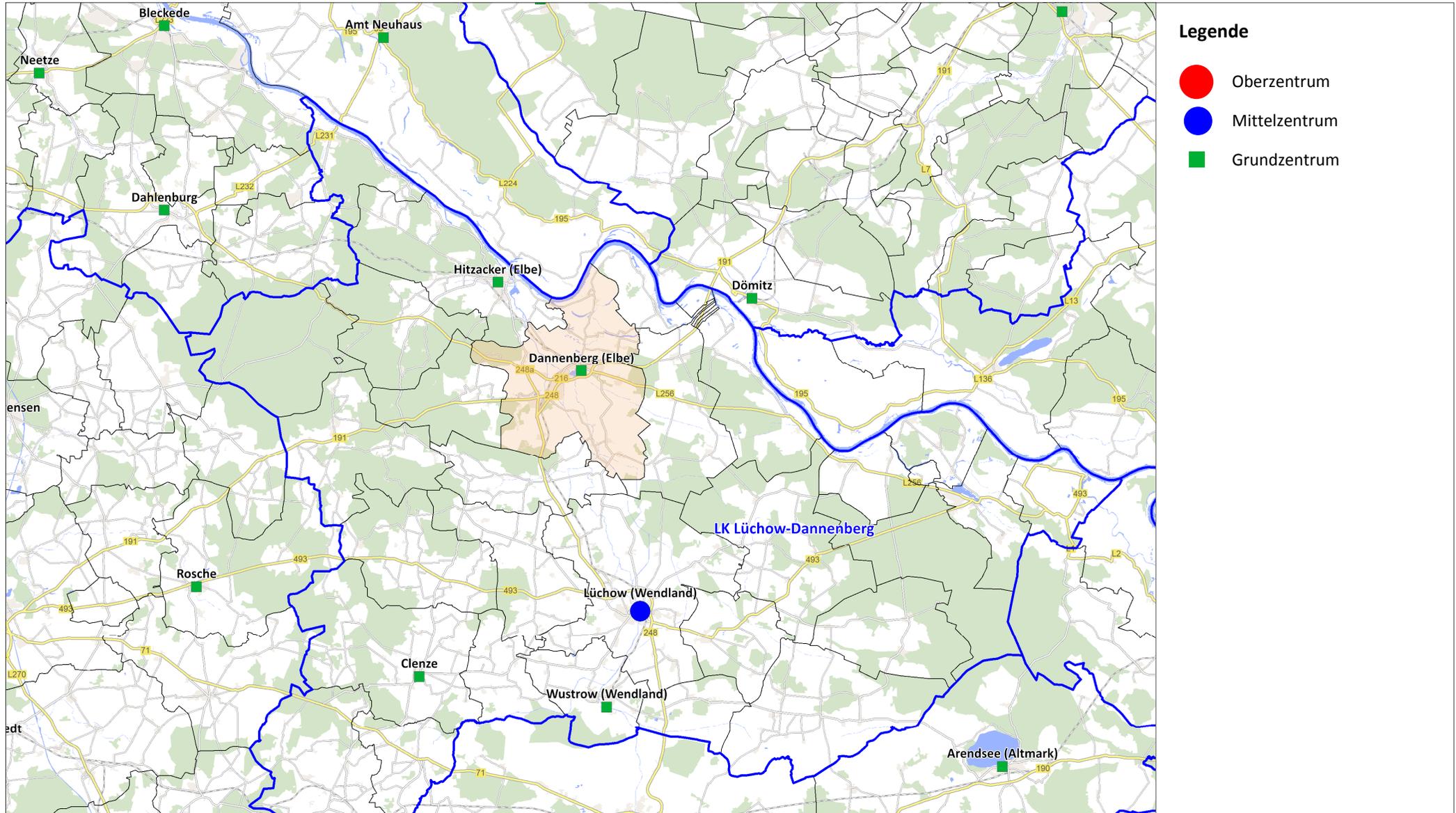
Quelle: Angaben der Fa. Mölders hagebau

Im Randsortiment sollen Gardinen / Zubehör, Bilder / Rahmen, Zweiräder / Zubehör, Campingwaren und Aktionsartikel (u.a. Freizeitbekleidung – /schuhe) angeboten werden. Das Kernsortiment Bau- / Heimwerkerbedarf bezieht im Neubau auch das Sortiment Arbeitskleidung und –schuhe mit ein.

Zum Kundenkreis gehören im jetzigen Markt auch gewerbliche Kunden, die zwischen 5 und 10 % (Angaben des Betreibers) zum Umsatz beitragen. Diese gewerblichen Kunden fragen insbesondere Artikel aus den Abteilungen Holz, Fliesen, Baustoffe, Bauelemente und Sanitär nach. Die zunehmenden Zahl an sog. „mobilen Generalisten“⁹, die ihren Bedarf nicht im Großhandel, sondern vielfach in Bau- / Heimwerkmärkten nachfragen, wurde in der Planung des neuen Fachmarktes berücksichtigt. So wird die Baustoffhalle um ca. 800 m² erweitert, um damit die von gewerblichen Kunden stark nachgefragten großvolumigen Artikel präsentieren zu können. Da gewerbliche Kunden größere Projekte, wie z. B. Dämmungen, Teilsanierungen von Häusern durchführen, ist deren Bedarf an diesen Artikeln höher, was einen im Vergleich zum privaten Endverbraucher höheren Einkaufsbetrag zur Folge hat. Der Umsatz mit gewerblichen Kunden im neuen Bau- / Heimwerker- / Gartenmarkt wird zunehmen. Momentan liegt der Umsatzanteil an gewerblichen Kunden bei etwa 5-10 % und wird zukünftig auf ca. 25 % geschätzt (Angaben des Betreibers).

⁹ Handwerker, die mehrere Gewerke anbieten und i. d. R. kaum festangestellte Mitarbeiter haben.

Karte 1: Lage und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum



5. Makrostandort Dannenberg (Elbe)

Die knapp 9.000 Einwohner zählende Stadt Dannenberg (Elbe) ist die einwohnerstärkste Gemeinde in der SG Elbtalaue. In regionalplanerischer Hinsicht¹⁰ übernimmt Dannenberg (Elbe), wie die Stadt Hitzacker (Elbe), die Funktion eines Grundzentrums innerhalb der SG Elbtalaue, so dass der Versorgungsauftrag für die kleineren Mitgliedsgemeinden geteilt wird. Das Mittelzentrum Lüchow (Wendland) liegt rd. 20 – 25 km und das Oberzentrum Lüneburg rd. 55 km entfernt von Dannenberg (Elbe). Die SG Elbtalaue verbuchte im Zeitraum 2013 – 2016 eine Einwohnerzunahme, wobei das Wachstum deutlich über dem Wert des Landkreises Lüchow-Dannenberg lag.

Tabelle 5: Einwohnerentwicklung der SG Elbtalaue im Vergleich

Daten	Einwohner (30.06.)		Veränderung 13 / 16	
	2013	2016	abs.	in %
Gartow, SG	3.668	3.689	21	0,6
Elbtalaue, SG	20.670	20.947	277	1,3
Lüchow (Wendland), SG	24.573	24.529	44	-0,2
LK Lüchow-Dannenberg	48.911	49.165	254	0,5
Niedersachsen	7.789.054	7.948.507	159.453	2,0

Quelle: LSKN, Basis Mikrozensus, aktuellere Einwohnerzahlen liegen beim LSN derzeit nicht vor

Unter den Mitgliedsgemeinden der SG Elbtalaue verbuchten im Zeitraum 2013 – 2016 Dannenberg (Elbe), Karwitz und Zernien eine Einwohnerzunahme, während die übrigen Gemeinden z. T. durch einen erheblichen Rückgang gekennzeichnet waren. Das Wachstum der Samtgemeinde wurde fast ausschließlich durch die Einwohnerzunahme in der Stadt Dannenberg (Elbe) getragen.

Tabelle 6: Einwohnerentwicklung in der SG Elbtalaue

Daten	Einwohner (30.06.)		Veränderung 13 / 16	
	2013	2016	abs.	in %
Damnatz	309	300	- 9	-2,9
Dannenberg (Elbe)	8.143	8.417	274	3,4
Göhrde	627	613	- 14	-2,2
Gusborn	1.226	1.201	- 25	-2,0
Hitzacker (Elbe)	4.893	4.940	47	1,0
Jameln	1.054	1.045	- 9	-0,9
Karwitz	729	739	10	1,4
Langendorf	701	676	- 25	-3,6
Neu Darchau	1.399	1.385	- 14	-1,0
Zernien	1.589	1.631	42	2,6
Summe	20.670	20.947	277	1,3

Quelle: LSKN, Basis Mikrozensus

¹⁰ Regionales Raumordnungsprogramm für den Landkreis Lüchow-Dannenberg, 2004.

Die Mitgliedsgemeinden der SG Elbtalaue¹¹ werden den Grundzentren Dannenberg (Elbe) und Hitzacker (Elbe) entsprechend den regionalplanerischen Vorgaben wie folgt zugeordnet:

- / Grundzentrum Dannenberg (Elbe) mit Damnatz, Gusborn
 Jameln, Karwitz, Langendorf, Zernien ca. 14.010 EW
- / Grundzentrum Hitzacker (Elbe) mit Göhrde, Neu Darchau¹² ca. 6.940 EW

Allerdings sind in Dannenberg (Elbe) im Gegensatz zu Hitzacker (Elbe) schulische¹³, medizinischen und administrative Einrichtungen (Kreiskrankenhaus, Hauptdienststelle der Samtgemeinde, Kirchenkreisamt) vorhanden, welche für alle Mitgliedsgemeinden relevant sind. Im Einzelhandel sind Betriebe, v.a. des aperiodischen Bedarfs, mit einer Versorgungsfunktion für sämtliche Mitgliedsgemeinden ansässig. Die raumordnerische Funktionsteilung innerhalb der SG Elbtalaue ist somit faktisch nicht gleichwertig. In Hitzacker (Elbe) konzentriert sich das Einzelhandelsangebot auf Betriebe des periodischen Bedarfs mit einer Versorgungsfunktion primär für Hitzacker (Elbe), so dass die grundzentrale Funktion im Bereich der Nahversorgung erfüllt wird. Der Schwerpunkt des Einzelhandels mit aperiodischer Sortimente liegt eindeutig im Grundzentrum Dannenberg (Elbe). Angesichts der geringen Einwohnerzahl von Hitzacker (Elbe) selbst und der zugeordneten Mitgliedsgemeinden Göhrde und Neu Darchau fehlt für moderne großflächige Formate des aperiodischen Bedarfs die wirtschaftliche Tragfähigkeit. Diese Formate konnten bisher und werden zukünftig nicht in Hitzacker (Elbe) entwickelt werden. Dadurch können Erweiterungs- und Ansiedlungsmöglichkeiten in Dannenberg (Elbe) nicht ausgeschöpft werden. Als Folge davon würden großflächige Betriebe im aperiodischen Bedarf in Danneberg (Elbe) auf den jetzigen Stand quasi „eingefroren“, was sich wiederum nachteilig auf den gesamten Einzelhandelsstandort auswirken würde. Aufgrund der nicht gleichwertigen Versorgungsfunktionen hinsichtlich des Einzelhandels mit aperiodischen Sortimenten der beiden Grundzentren zeichnet sich ein Anpassungsbedarf für die Zuordnung der Mitgliedsgemeinden ab. So sollte bezogen auf den aperiodischen Einzelhandel sämtliche Mitgliedsgemeinden dem Grundzentrum Dannenberg (Elbe) zugewiesen werden.

Nach der Bevölkerungsvorausberechnung des Statistischen Landesamtes wird bis zum Jahr 2025 für die SG Elbtalaue ein Rückgang von fast 4 % der Einwohner prognostiziert.

In Dannenberg (Elbe) waren im vergangenen Jahr 4.174 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort registriert, was in Relation zur Einwohnerzahl einem hohen Besatz (496 Beschäftigte / 1.000 Einwohner) entspricht. Damit bietet Dannenberg (Elbe) im Vergleich zum Mittelzentrum Lüchow (Wendland) mehr Arbeitsplätze bezogen auf die Größe der Stadt an. Auch im Vergleich zum Durchschnitt im Landkreis Lüchow-Dannenberg bzw. zu Niedersachsen fällt der Beschäftigtenbesatz in Dannenberg (Elbe) überdurchschnittlich aus.

¹¹ Quelle: LSKN, Stand 30.06.2016.

¹² Regionales Raumordnungsprogramm Landkreis Lüchow-Dannenberg, S. 8

¹³ In Dannenberg sind zwei Grundschulen, Oberschule, Gymnasium und zwei Förderschulen vorhanden.

Tabelle 7: Beschäftigte und Ein- und Auspendler in Dannenberg (Elbe) im Vergleich

Daten	Beschäftigte am Arbeitsort	Beschäftigte pro 1.000 EW	Einpendler	Auspendler	Pendler-saldo
Damnatz	22	73	16	93	-77
Dannenberg (Elbe)	4.174	496	2.843	1.511	1.332
Göhrde	81	132	70	204	-134
Gusborn	53	44	32	380	-348
Hitzacker (Elbe)	1.333	270	830	927	-97
Jameln	101	97	76	341	-265
Karwitz	115	156	105	234	-129
Langendorf	25	37	18	204	-186
Neu Darchau	143	103	59	299	-240
Zernien	283	174	179	401	-222
Lüchow (Wendland)	4.310	464	2.936	1.566	1.370
LK Lüchow-Dannenberg	13.484	274	3.502	5.477	-1.975
Niedersachsen	2.820.257	355	282.223	412.602	-130.379

Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30.06.2016.

Die Bedeutung von Dannenberg (Elbe) als Arbeitsplatzstandort zeigt sich an einem positiven Pendlersaldo, den 2.843 Einpendlern standen 1.511 Auspendler gegenüber (+ 1.332 Personen).

Im **Einzelhandel** sind zwei wesentliche Einkaufsschwerpunkte in Dannenberg (Elbe) vorhanden:

- / **Innenstadt** im Bereich Mühlentor, Lange Straße, Markt, Marschtorstraße / Werder, Adolfsplatz mit angrenzenden Straßenzügen. Größte Betriebe sind der familia Supermarkt, der Penny Discounter und der Rossmann Drogeriemarkt. Hier sind zudem eine Reihe inhabergeführte Fachgeschäfte, v. a. aus dem Bekleidungssektor, aber auch bei Spielwaren, Sanitätswaren, Optik sowie Apotheken, Filialisten und Betriebe des Lebensmittelhandwerks lokalisiert. Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot durch zahlreiche Komplementärnutzungen (Gastronomie, konsumnahe Dienstleister, Kreditinstitute, Ärzte, Physiotherapie etc.).
- / **Develangring** mit den beiden Supermärkten Edeka und Rewe sowie dem Gartencenter Johannsen. Im Edeka-Markt ist der Schuhfilialist Deichmann integriert. Der Edeka-Markt soll an einen Standortbereich angrenzend an die Innenstadt (Querdeich) verlagert und neu aufgestellt werden.

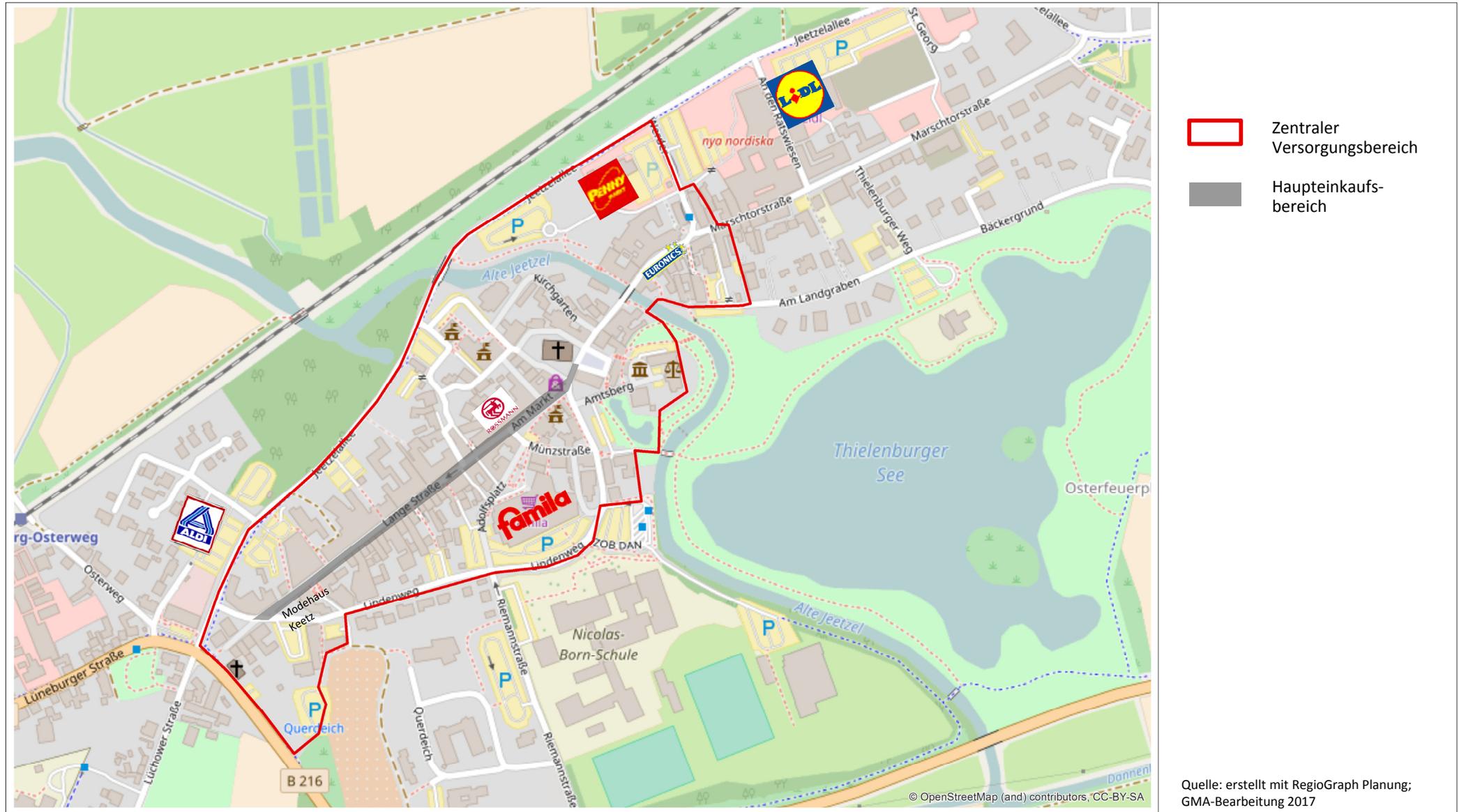
In der Stadt Dannenberg (Elbe) liegt kein aktuelles Einzelhandelskonzept vor, in welchem der zentrale Versorgungsbereich abgegrenzt und begründet wird. Insofern erfolgt eine Abgrenzung anhand der faktischen Prägung, d. h. der vorherrschenden Nutzungen bzw. Angebots- / Nutzungsvielfalt. Entsprechend der faktischen Prägung und der Angebots- / Nutzungsvielfalt kann

der Bereich zwischen der Jeetzalallee, des Lindenwegs, der Schützenstraße und der Achse „Werder“ als zentraler Versorgungsbereich eingeordnet werden. Aufgrund der weiten Entfernung der Betriebe im Fachmarktzentrum Jeetzalallee zum Hauptgeschäftsbereich kann diese Lage nicht mehr zum faktischen zentralen Versorgungsbereich gerechnet werden. Die Schützenstraße bedingt zudem eine gewisse Zäsur, so dass der Aldi-Discounter nicht zum zentralen Versorgungsbereich gezählt werden kann.

An das überregionale Verkehrsnetz ist Dannenberg (Elbe) über folgende Bundesstraßen gut angebunden:

- /// B 191 in Richtung Uelzen bzw. in Richtung Mecklenburg-Vorpommern
- /// B 248 in Richtung Lüchow (Wendland) bzw. Salzwedel
- /// B 216 in Richtung Lüneburg.

Karte 2: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt von Dannenberg (Elbe)



II. Überprüfung der raumordnerischen Vorgaben

1. Konzentrationsgebot

Zunächst ist zu bewerten, ob der Standort in Dannenberg (Elbe) unter landes- und regionalplanerischen Gesichtspunkten zur Ansiedlung eines großflächiger Einzelhandelsbetriebe geeignet ist. Hierfür ist das sog. „Konzentrationsgebot“ zu prüfen.

„Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des jeweiligen Zentralen Ortes zulässig.“ (LROP-VO 2017, 2.3.04)

Entsprechend des Regionalen Raumordnungsprogrammes des Landkreises Lüchow-Dannenberg befindet sich der Standort innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes der Stadt Dannenberg (Elbe). **Daher ist das Konzentrationsgebot erfüllt.**

2. Integrationsgebot

2.1 Mikrostandort

Der Standort des Vorhabens befindet sich westlich der Innenstadt von Dannenberg (Elbe) an der B 191. Erschlossen wird der Standort von der B 191 über die Gemeindestraße zwischen Dannenberg und Bückau. Nördlich der unbebauten Fläche verläuft die B 191, über die das Vorhaben aus dem Stadtgebiet und den Umlandgemeinden gut zu erreichen ist und von der der Standort über die Achse Pörmkehof erschlossen wird.

Das Standortumfeld wird südlich des Vorhabens durch landwirtschaftliche Flächen geprägt. Auf der nördlichen Straßenseite der B 191 befinden sich im Querdeich und an der Riemannstraße öffentliche Einrichtungen (Kindertagesstätte, Gymnasium). In östlicher Richtung schließen sich Sportanlagen sowie das Hallenbad und in westlicher Richtung Gartenanlagen bzw. gewerbliche Betriebe am Dömitzer Damm an. Die Entfernung zur Innenstadt beträgt über die Riemannstraße ca. 300 m.

Der zur Neuaufstellung von hagebau vorgesehene Standort liegt außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt und schließt sich an landwirtschaftlich genutzte Flächen an. Die Standortlage ist i.S. des LROP-VO 2017 städtebaulich nicht integriert. Allerdings ist die Innenstadt nur wenige Hundert Meter entfernt, d. h. hier könnten Kopplungseinkäufe zwischen den Einzelhandelsbetrieben in der Innenstadt und hagebau erfolgen

Karte 3: Der Standort Pörmke-Nord



2.2 Bewertung des Integrationsgebotes

Das Integrationsgebot ist je nach der Zentrenrelevanz des Kernsortiments eines Vorhabens differenziert zu berücksichtigen, d. h. es wird zwischen Vorhaben mit zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten unterschieden. Bezogen auf das nicht-zentrenrelevante Kernsortiment eines Betriebs lautet das Gebot wie folgt:

„Neue Einzelhandelsgroßprojekte mit **nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten** sind auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen an verkehrlich gut erreichbaren Standorten innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes zulässig,

a) wenn die Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente nicht mehr als 10 vom Hundert der Gesamtverkaufsfläche und höchstens 800 m² beträgt oder

b) wenn sich aus einem verbindlichen regionalen Einzelhandelskonzept die Raumverträglichkeit eines größeren Randsortiments ergibt und sichergestellt wird, dass der als raumverträglich zugelassene Umfang der Verkaufsfläche für das zentrenrelevante Randsortiment auf das geprüfte Einzelhandelsgroßprojektbeschränkt bleibt“. (LROP-VO 2017, 2.3.06)

Das Integrationsgebot wird wie folgt bewertet:

- /// Der Angebots- und Umsatzschwerpunkt des Vorhabens entfällt auf das nicht zentrenrelevante Kernsortiment (Bau- / Heimwerker- / Gartenbedarf), so dass das Vorhaben außerhalb einer städtebaulich integrierten Lage zulässig ist. Diese Vorgabe des Integrationsgebotes wird erfüllt.
- /// Die weitere Vorgabe des Integrationsgebotes bezieht sich auf den zentrenrelevanten Randsortimentsanteil, d.h. es wird erst dann erfüllt, wenn die zentrenrelevanten Randsortimente nicht mehr als 10 % oder max. 800 m² ausmachen. Bei der angestrebten Verkaufsfläche von max. 9.000 m² (ungewichtet) würde dies einer Verkaufsfläche von max. 800 m² entsprechen.

Bezogen auf die im Vorhaben geplanten Sortimente Fahrrad / Zubehör sowie Gardinen / Zubehör findet sich kein Anbieter im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt. Das Fahrradfachgeschäft (Fahrraddiele Schröder) sowie der Werksverkauf für Gardinen von Nya Nordiska befinden sich im Fachmarktzentrum Jeetzalallee. Dementsprechend sind diese beiden Sortimente nicht-zentrenrelevant. Das Sortiment Tiernahrung wird nach den Vorgaben des LROP-VO 2017 zu den zentrenrelevanten Sortimenten gerechnet. Das weitere Sortiment Bilder / Rahmen wird in Dannenberg nicht geführt, gleichwohl wird dieses Sortiment aufgrund des Angebotscharakters i.d.R. als zentrenrelevant eingestuft.

3. Kongruenzgebot

Das LROP-VO 2017 führt zum Kongruenzgebot für ein Grundzentrum aus,

„In einem Grundzentrum darf das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes den grundzentralen Verflechtungsbereich gemäß Abschnitt 2.2 Ziffer 03 Sätze 8 und 9 als Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (Kongruenzgebot grundzentral).“

„Eine wesentliche Überschreitung nach den Sätzen 1 bis 3 ist gegeben, wenn mehr als 30 von 100 des Vorhabenumsatzes mit Kaufkraft von außerhalb des maßgeblichen Kongruenzraumes erzielt würde.“

„Das Kongruenzgebot ist sowohl für das neue Einzelhandelsgroßprojekt insgesamt als auch sortimentsbezogen einzuhalten.“

Der maßgebliche Kongruenzraum für ein Grundzentrum bezieht sich damit auf das Stadt-, Samtgemeinden- bzw. Gemeindegebiet. Sofern in einer Samtgemeinde¹⁴ mehrere Grundzentren ausgewiesen sind, müssen die einzelnen Mitgliedsgemeinden diesen Grundzentren zugeordnet werden. Für die Samtgemeinde Elbtalau erfolgt die Zuordnung der Mitgliedsgemeinden zu den beiden Grundzentren im RROP 2004.

Das Kongruenzgebot fordert, dass sich Einzelhandelsgroßprojekte in das zentralörtliche System einfügen müssen. Darüber hinaus soll die Verkaufsfläche des Einzelhandelsbetriebs so bemessen sein, dass das Einzugsgebiet den grundzentralen Kongruenzraum nicht wesentlich überschreitet. Für die Prüfung des Kongruenzgebotes wird zunächst das durch das Vorhaben erschließbare Einzugsgebiet abgegrenzt und das Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzial berechnet. Basierend darauf erfolgt eine Umsatzprognose, welche in der Folge eine Abschätzung der Herkunft des Umsatzes und damit die Bewertung des Kongruenzgebotes ermöglicht.

3.1 Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial

Der Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes für das Vorhaben kommt eine wesentliche Bedeutung zur Beurteilung des Vorhabens zu. So bildet das Einzugsgebiet die Grundlage zur Berechnung der Kaufkraft, des Vorhabenumsatzes bzw. der Umsatzherkunft.

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

¹⁴ Vgl. Arbeitshilfe zum Kapitel 2.3 „Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels“ des LROP, Stand 22.05.2017, Seite 24.

Zur Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes werden in vorliegender Untersuchung folgende Kriterien herangezogen:

- /// Betreiber, Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- /// Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen in den umliegenden Städten und Gemeinden, z. B. Lüchow (Wendland)
- /// Wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- /// verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes auf Basis von Fahrzeitisochronen
- /// Angaben der Fa. Mölders¹⁵ zum Einzugsgebiet des hagebau-Marktes basierend auf einer aktuellen Auswertung der Kundenwohnorte.

Die Kunden von hagebau wohnen größtenteils in Dannenberg (Elbe) und den weiteren Mitgliedsgemeinden der SG Elbtalaue. Der hagebau-Markt erschließt seit Langem ein Einzugsgebiet, welches über die SG Elbtalaue hinausgeht, was angesichts der Lage abseits von einer Hauptverkehrsachse bzw. der introvertierten Lage bemerkenswert ist. Kunden von hagebau kommen nicht nur aus den Mitgliedsgemeinden der SG Gartow, sondern auch aus den Gemeinden östlich der Elbe, u.a. Dömitz, Grebs-Niendorf, Neu Kaliß, Lenzerheide, Malliß oder Vielank. Der überörtliche Kundenkreis wird angesprochen, da das Umland vergleichsweise dünn besiedelt ist und die Wettbewerbsdichte gering ausfällt. Zudem bietet Dannenberg (Elbe) zahlreiche Arbeitsplätze mit einem hohen Einpendleranteil, so dass auch der hagebau von diesen arbeitsbedingten Verflechtungen profitiert.

Am neuen Standort wird hagebau den seitherigen Kundenkreis, v.a. aus den Kommunen östlich der Elbe wieder ansprechen. In diesen Orten kann sich aufgrund der geringen Einwohnerzahl kein neuer großer Bau- / Heimwerkermarkt ansiedeln. Dies betrifft auch die Mitgliedsgemeinden der SG Gartow. Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für das Vorhaben folgendes Einzugsgebiet abgrenzen:

¹⁵ Diese Daten wurden der GMA zur Verfügung gestellt.

Karte 4: Einzugsgebiet und Wettbewerbssituation

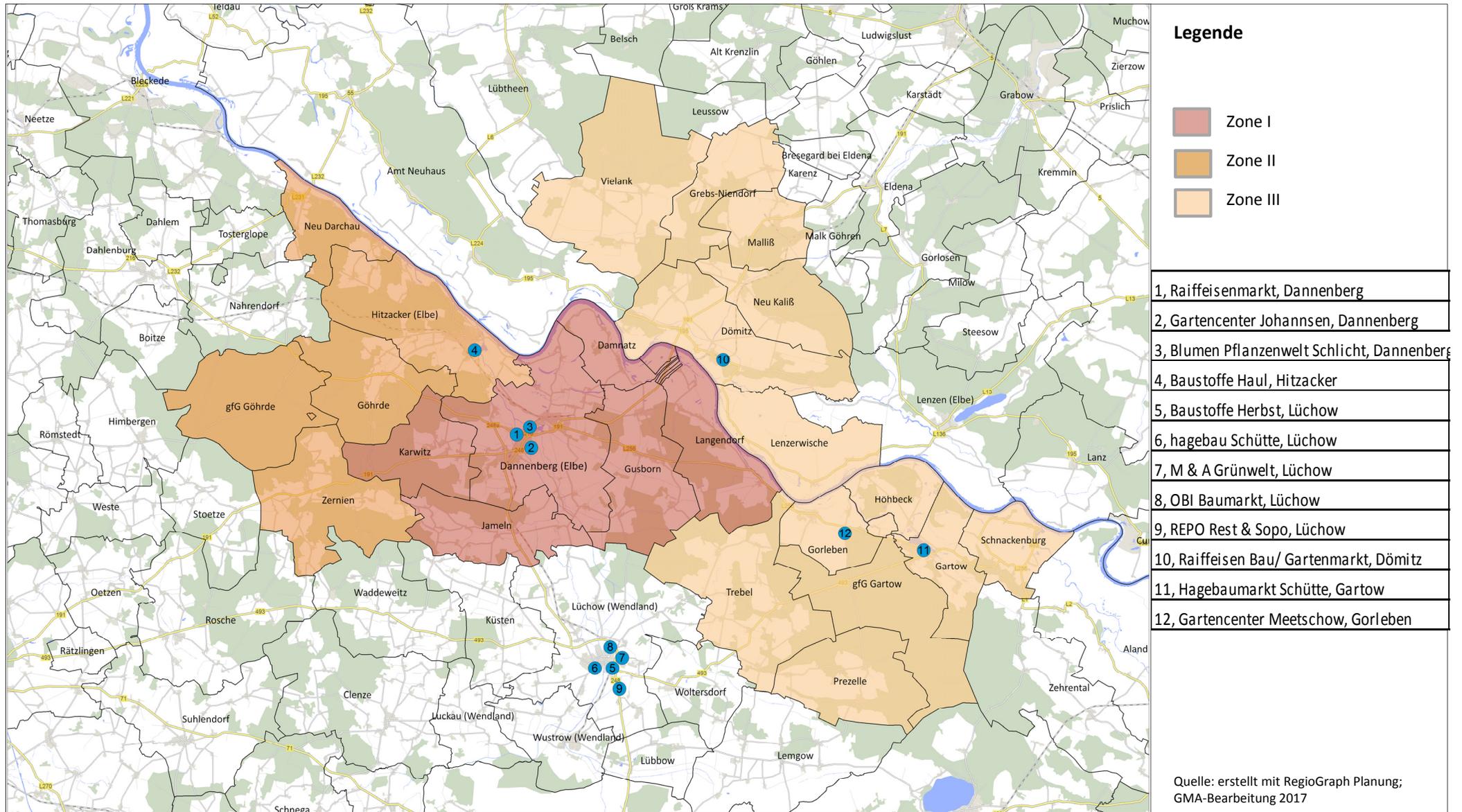


Tabelle 8: Einwohner im voraussichtlichen Einzugsgebiet des Vorhabens

Zone I	Dannenberg (Elbe), Damnatz, Gusborn, Jameln, Karwitz, Langendorf, Zernien	ca. 14.000 Einwohner
Zone II	Hitzacker, Göhrde, Neu Darchau	ca. 6.950 Einwohner
Zone III	Gartow, Gorleben, Höhbeck, Prezelle, Schnackenburg, Vielank, Neu Kaliß, Grebs-Niendorf, Malliß, Lenzerheide, Dömitz, Trebel	ca. 13.400 Einwohner
Gesamt		ca. 34.350 Einwohner¹⁶

GMA-Berechnungen 2017

Der **grundzentrale Kongruenzraum von Dannenberg (Elbe)** bezieht sich mit Blick auf die Ausrichtung des Vorhabens auf aperiodische Sortimente auf die Zone I. In Zone II sind die Kommunen im weiteren Einzugsgebiet zusammengefasst. Das Mittelzentrum Lüchow (Wendland) wird nicht zum Einzugsgebiet des Vorhabens gerechnet, da dort entsprechende Systemwettbewerber ansässig sind. Die nächst gelegenen Mitgliedsgemeinden der SG Rosche (Stoetze, Rosche) werden nicht zum Einzugsgebiet des Vorhabens gerechnet, da Verbraucher aus diesen Gemeinden auf den Einzelhandel im Mittelzentrum Uelzen ausgerichtet sind. Auch aus den Kommunen, welche in Richtung Lüneburg liegen (z. B. Dahlenburg), orientieren sich Verbraucher in das Oberzentrum Lüneburg, so dass diese nicht mehr zum Einzugsgebiet des Vorhabens gezählt werden können.

Wie bei jedem großflächigen Baumarkt sind sog. Streuumsätze mit Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes z. B. aus Lüchow (Wendland), Küsten, Waddeweitz anzunehmen, diese werden bei der Umsatzberechnung berücksichtigt.

3.2 Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen betrug die Ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft im Jahr 2016 einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung

ca. € 5.570.¹⁷

Bezogen auf das konkrete Vorhaben in Dannenberg (Elbe) und sein Kernsortiment betragen die Pro-Kopf-Ausgaben

	für Baumarktsortimente ¹⁸	ca. € 425,00
	für Gartenbedarfssortimente (inkl. Gartenmöbel)	ca. € 155,00
	für Baustoffe	ca. € 65,00.

¹⁶ Landesamt für Statistik Niedersachsen und Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern.

¹⁷ Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

¹⁸ Inkl. dazugehörige Sortimente Leuchten, Autozubehör, baumarktrelevante Haushaltsartikel.

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Dannenberg (Elbe) bei 94,0 und damit auf einem unterdurchschnittlichen Niveau (Bundesdurchschnitt = 100,0). Mit Ausnahme von Damnitz liegt in allen übrigen Mitgliedsgemeinden¹⁹ ein unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau vor. Im überörtlichen Einzugsgebiet, insbesondere in den Kommunen im Landkreis Ludwigslust-Parchim, ist ebenfalls ein unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau vorhanden. Im Einzugsgebiet liegt ein **Kaufkraftvolumen** im Kernsortiment von ca. **20,4 Mio. €**.²⁰

Tabelle 9: Kaufkraftvolumen für das Vorhaben im Kernsortiment

Zonen	Kaufkraft in Mio. €			
	Baumarkt	Gartenbedarf	Baustoffe	Kernsortiment
Zone I	5,6	2,1	0,9	8,6
Zone II	2,7	1,0	0,4	4,1
Zone III	5,1	1,8	0,8	7,7
Zonen I – III	13,4	4,9	2,1	20,4

GMA-Berechnungen 2017

3.3 Umsatzprognose für das Vorhaben

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

Zudem lässt sich anhand des Marktanteilkonzepts die perspektivische Umsatzherkunft der Kunden ableiten. Diese ergibt sich aus der Relation zwischen den in den Zonen des Einzugsgebiets generierten Umsätzen und dem Gesamtumsatz des Vorhabens. Hingegen lässt das Marktanteilkonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen zu. So gibt das Marktanteilkonzept keine Auskunft darüber, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und wie sich diese nach dem Markteintritt des Vorhabens neu verteilen werden.

Im Kernsortiment Bau- / Heimwerker- / Gartenbedarf lässt sich für das Vorhaben ein Umsatz von ca. 6,1 Mio. € ermitteln:

¹⁹ Damnitz 103,1 / Gusborn 97,1 / Zernien 96,2 / Jameln 95,8 / Göhrde 95,8 / Neu Darchau 94,3 / Karwitz 94,0 / Langendorf 91,5 / Hitzacker (Elbe) 91,5.

²⁰ Rechengang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

Tabelle 10: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes im Kernsortiment (Ursprungsvariante)

Zonen	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Umsatz in %
Zone I	8,6	40	3,4	50
Zone II	4,1	35	1,4	21
Zone III	7,7	20	1,5	22
Streuumsätze	-		0,5	6
Insgesamt	20,4	32 – 33	6,7	100

GMA-Berechnungen 2017 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Mit einem Marktanteil von rd. 37 – 38 % in der SG Elbtalau (ca. 4,8 Mio. € Umsatz) wird bereits eine sehr hohe Abschöpfung der Kaufkraft zugrunde gelegt, da der hagebau bestens eingeführt ist und sich die Standortbedingungen an der B 191 verbessern. Eine höhere Abschöpfung der Kaufkraft in der SG Elbtalau ist aufgrund der Mehrfachorientierungen der Verbraucher auf diverse Anbieter, u. a. auch Systemwettbewerber, nicht möglich. Aus den Mitgliedsgemeinden der Samtgemeinden Gartow und Lüchow (Wendland) sind die Konkurrenzstandorte in Lüchow (Wendland) gut zu erreichen, so dass eine höhere Abschöpfung als 20 % nicht realistisch ist.

Neben dem Kernsortiment sind die Randsortimente (Gardinen / Zubehör, Bilder / Rahmen, Zweiräder / Zubehör, Tiernahrung) zu beachten. Da diese Sortimente hinsichtlich der Artikelzahl kaum ausgebaut werden, dürfte der Umsatzanteil bei etwa 9-10 % des gesamten Umsatzes (ca. 0,7 Mio. €) liegen. Der Umsatz mit privaten Endverbrauchern wird mit ca. 7,4 Mio. € prognostiziert.

3.4 Bewertung des Kongruenzgebotes

Das Kongruenzgebot wird auf den Umsatz eines Vorhabens bezogen, welcher mit privaten Endverbrauchern generiert wird. Basierend auf der aus der Umsatzprognose ableitbaren Umsatzherkunft sowie den landesplanerischen Vorgaben lässt sich das Kongruenzgebot wie folgt bewerten:

- / Das Einzugsgebiet des Vorhabens bezieht sämtliche Mitgliedsgemeinden der SG Elbtalau sowie weitere Kommunen im Umland mit ein.
- / Etwa 50 % des Vorhabenumsatzes stammt aus dem grundzentralen Kongruenzraum des Grundzentrums Dannenberg (Elbe). Damit wird das Kongruenzgebot nicht eingehalten. Rd. 21 % werden aus dem grundzentralen Kongruenzraum von Hitzacker (Elbe) generiert. Etwa 22 % des Umsatzes werden mit Kunden aus weiteren Umlandgemeinden und etwa 6 % durch Streukunden von außerhalb des Einzugsgebietes erzielt.
- / Das Kongruenzgebot wird in der angestrebten Größen des Vorhabens nur eingehalten, wenn dem Grundzentrum Dannenberg (Elbe) sämtliche Mitgliedsgemeinden zugeordnet werden

Von den Kunden machen zwar die privaten Endverbraucher den Großteil des Umsatzes aus, wenngleich auch gewerbliche Kunden im hagebau einkaufen. Basierend auf einer vorsichtigen Annahme des gewerblichen Umsatzanteils von etwa 15 – 20 % Umsatz entspricht dies rd. 1,5 Mio. €. Der Gesamtumsatz setzt sich dem Anteil mit privaten Kunden von rd. 7,4 Mio. € und dem Anteil mit gewerblichen Kunden von rd. 1,5 Mio. € zusammen. Mit einem Umsatz von ca. 8,9 Mio. € leitet sich bezogen auf die angestrebte Verkaufsfläche von rd. 6.800 m² (gewichtet) ein Umsatz / m² Verkaufsfläche von rd. 1.300 € ab, welcher für einen Bau- / Heimwerker- / Gartenfachmarkt in einem Raum mit unterdurchschnittlichen Kaufkraftniveau angemessen ist.

Entsprechend der Unterteilung der beiden grundzentralen Kongruenzräume müsste das Vorhaben deutlich in der Größe reduziert werden, damit das Kongruenzgebot eingehalten werden kann.

le 11: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes im Kernsortiment (reduzierte Variante)

Zonen	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Umsatz in %
Zone I	8,6	40	3,4	72
Zone II	4,1	15	0,6	13
Zone III	7,7	7	0,5	11
Streuumsätze	-		0,2	4
Insgesamt	20,4	23 – 24	4,7	100

GMA-Berechnungen 2017 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Ein Umsatzvolumen von rd. 4,7 Mio. € im Kernsortiment und von rd. 0,4 Mio. € im Randsortiment bedeutet eine Verkleinerung auf eine Verkaufsfläche von rd. 4.600 m² (gewichtet). Gegenüber der geplanten Verkaufsfläche von rd. 6.800 m² (gewichtet) würde dies einer Reduzierung um etwa 2.200 m² entsprechen.

4. Beeinträchtigerungsverbot

Zur Bewertung des Beeinträchtigerungsverbotest ist die Angebots- und Wettbewerbssituation für das Vorhaben im Einzugsgebiet bzw. im Umland darzustellen und zu bewerten. Ausgehend davon lassen sich die durch das Vorhaben zu erwartenden versorgungsstrukturellen und raumbezogenen Auswirkungen ermitteln.

4.1 Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet

Das projektrelevante Angebot im Bau- / Heimwerker- / Gartenbedarf verteilt sich in Dannenberg (Elbe) auf wenige Betriebe, wobei ein mit dem Vorhaben vergleichbarer Bau- / Heimwerkermarkt nicht vorhanden ist. In der Innenstadt von Dannenberg (Elbe) werden im familia-Markt einzelne Sortimente des Vorhabens (Tiernahrung ca. 70 m², Autozubehör ca. 20 m², Baumarktartikel ca. 40 m²) angeboten.

In Dannenberg (Elbe) sind drei großflächige Anbieter im Kernsortiment Gartenbedarf zu nennen:

- /// **Pflanzenwelt Schlicht**, Lüneburger Straße, ca. 1.600 m² VK, Lage am Rande der Innenstadt, davon ca. 1.200 m² Freifläche
- /// **Gartencenter Johannsen**, Develangring, ca. 1.300 m² VK, davon ca. 300 m² Freifläche, Lage im Bereich von Rewe und Edeka, angeboten wird auch das Sortiment Tiernahrung (ca. 150 m² VK)
- /// **Raiffeisenmarkt**, Lüneburger Straße, ca. 820 m² VK Gartenbedarf, Heimwerkerbedarf, Tiernahrung, Arbeitskleidung und Aquaristik.

In Teilsortimenten des Vorhabens sind folgende kleinere Betriebe außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt ansässig:

- /// **Fahrrad-Diele Schröder**, Marschtorstraße, ca. 120 m² VK, Lage im Fachmarktzentrum Jeetzalallee
- /// **Nya Nordiska**, An den Ratswiesen, ca. 40 m² VK, Werksverkauf für Gardinen
- /// **Autoteile Bode**, Uelzener Straße, ca. 20 m²
- /// **Eggers Landmaschinen**, Schaafhausen, ca. 120 m² VK.

Das Sortiment Tiernahrung wird nicht nur im familia-Markt, sondern in den beiden Supermärkten und den Discounter geführt. In Jameln ist ein kleines Fachgeschäft für Gardinen mit ca. 40 m² Verkaufsfläche ansässig.

In Hitzacker (Elbe) ist bei Baustoffen der Fachmarkt Haul mit ca. 330 m² VK, davon ca. 300 m² Freifläche, der größte Anbieter. Im Gartenbedarf ist die Elbufergärtnerei (ca. 300 m² VK) in der Lüneburger Straße angebotsbestimmend. Das Randsortiment Tiernahrung wird im Rewe Supermarkt, in den Discountern Lidl und Penny sowie in einem kleinen Fachgeschäft (Futterlädchen) angeboten. Zudem ist ein kleines Fahrradfachgeschäft (Fahrradwerft) mit rd. 30 m² ansässig.

In **Zone III** sind folgende Fachmärkte ansässig:

- /// **Trebel: Dobberphul - Holz im Garten**, Hauptstraße, ca. 1.070 m² VK, Schwerpunkt bei Holz
- /// **Gorleben: Gartencenter Meetschow**, Rondeler Straße, ca. 600 m² VK, davon 300 m² Freifläche
- /// **Dömitz: Raiffeisenmarkt**, ca. 1.170 m² VK, davon über 700 m² Freifläche, Garten- und Baumarktbedarf, Arbeitskleidung, Aquaristik, Tiernahrung
- /// **Gartow: hagebau Schütte**, Springstraße, mit ca. 420 m² VK

/// **Gartow: Horstmann Gärtnerei**, ca. 300 m² VK.

Hinzu kommen wenige kleine Betriebe mit Teilsortimenten, wie Behnke Fahrräder (ca. 60 m² VK), Angel- / Zoogeschäft (ca. 80 m² VK) und ein Parkett- / Gardinenstudio (ca. 60 m² VK) in Dömitz.

Neben den angeführten Anbietern im Einzugsgebiet des Vorhabens sind im Mittelzentrum Lüchow (Wendland) folgende großflächige Wettbewerber zu nennen:

/// **OBI**, Konsul-Wester-Straße mit ca. 9.350 m² VK, davon 2.500 m² Freiflächen, Gewerbegebietslage, umfangreiches Angebot mit Randsortiment (Fahrrad / Zubehör, Gardinen, Tiernahrung, Aquaristik)

/// **hagebau Schütte**, Am Kleinbahnhof, mit ca. 1.550 m² VK, davon 300 m² Freifläche

/// **Baustoffe Herbst**, Am Bahnhof, mit ca. 1.150 m² VK, davon 300 m² Freifläche

/// **M & A Grünwelt**, Berthold-Roggan-Ring, Gartencenter, mit ca. 1.200 m² VK, davon ca. 600 m² Freifläche

/// **Repo Rest- / Sonderpostenmarkt**, Rue de Ceret, mit ca. 1.900 m² VK für Bau- und Gartenbedarf.

In einer Zusammenschau der Standortlagen der wesentlichen Anbieter in Dannenberg (Elbe) und im Umland ist festzuhalten:

/// In Dannenberg (Elbe) sind keine weiteren Bau- / Heimwerkermärkte ansässig. Relativ stark vertreten sind hingegen Gartencenter.

/// Im Einzugsgebiet (Zonen II und III) sind ebenfalls keine Systemwettbewerber vorhanden. Außerhalb des Einzugsgebietes ist mit OBI ein starker Bau- / Heimwerker- / Gartenmarkt vorhanden.

4.2 Umsatzumverteilungen

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

/// die Attraktivität der jeweiligen Wettbewerbsstandorte, die durch den jeweiligen Betriebsbesatz (Betriebsform, Betreiber, Erscheinungsbild etc.), die Verkaufsflächen-größe bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und

/// der Distanzwiderstand, der sich aus der Entfernung (Distanz) zwischen den einzelnen Standorten ergibt.

Für die Bewertung des Vorhabens auf dem Areal Pörmke-Nord werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumverteilungen folgende Annahmen getroffen:

- / Das Vorhaben wird im Kernsortiment einen Umsatz von ca. 6,7 Mio. € erzielen.
- / Zu berücksichtigen ist, dass hagebau bereits seit Jahren in Dannenberg (Elbe) ansässig ist und einen Umsatz von ca. 3,5 – 4,0 Mio. € erzielt. Dieser Umsatz wird auch nach der Verlagerung / Erweiterung weiterhin gebunden, da hagebau nach wie vor der einzige Bau- / Heimwerker- / Gartenmarkt in Dannenberg (Elbe) ist.
- / Die Bewertung möglicher Beeinträchtigungen durch die geplante Erweiterung erfordert eine Prüfung des Gesamtvorhabens. Jedoch ist für die tatsächliche Bewertung der Umsatzumverteilungen der bestehende Markt zu berücksichtigen.

Im Detail sind im Untersuchungsraum folgende Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben zu erwarten:

Tabelle 12: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben im Kernsortiment (Ursprungsvariante)

	in Mio. €	in %
▪ Kaufkraftbindung durch das Bestandsobjekt	3,6	-
▪ Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern in Dannenberg (Elbe) und Hitzacker (Elbe)	0,5	9 – 10
▪ Umsatzumverteilung in Zone II	0,5	8 – 9
▪ Umsatzumverteilung in Lüchow (Wendland)	1,8	10– 11
▪ Umsatzumverteilung in Lüneburg	0,3	< 5
▪ Umsatz insgesamt	6,7	

GMA-Berechnungen 2017

4.3 Versorgungsstrukturelle und städtebauliche Auswirkungen

Auf Basis dieser Prognose sind folgende Auswirkungen durch das Vorhaben zu erwarten:

- / In der SG Elbtalaue sind Umsatzumverteilungen von rd. 0,5 Mio. € zu erwarten. Diese betreffen v. a. die großflächigen Betriebe in Dannenberg (Elbe), wie Gartencenter Johannsen, Pflanzenwelt Schlicht, Raiffeisenmarkt. Diese sind gut aufgestellt, so dass Betriebsgefährdungen auszuschließen sind. Entsprechend ist eine Umverteilungsquote von etwa 9 – 10 % zu verkraften.
- / Die Umverteilung bezogen auf Betriebe in der Zone II liegt mit rd. 8 – 9 % auf einem Niveau, welches keine Schließungen nach sich zieht.
- / Die höchsten absoluten Umsatzumverteilungseffekte i. H. von rd. 1,8 Mio. € erfolgen außerhalb des Einzugsgebietes im Mittelzentrum Lüchow (Wendland). Dies ist darin

begründet, dass sich viele Kunden aus Dannenberg (Elbe) und aus den Mitgliedsge-
meinden der SG Elbtalaue seit Jahren aufgrund des Angebots zum größeren OBI-Bau-
markt hin orientieren. Die Umverteilung betrifft zudem weitere Fachmärkte in dezent-
ralen Lagen. Sämtliche Bau- / Heimwerkermärkte in Lüchow (Wendland) bzw. Garten-
märkte liegen außerhalb der Innenstadt, d. h. an nicht-schutzwürdigen Standorten.

Das Beeinträchtigungsverbot gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO besagt, dass das Vorhaben

- /// das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsker-
nes (Stadt- und Ortskernes) sowie
- /// die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich des Vorhabens

nicht beeinträchtigen darf.

Diese Vorgaben werden von der Landesplanung im Beeinträchtigungsverbot aufgegriffen.

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt von Dannenberg (Elbe) genießt entsprechend den
rechtlichen Vorgaben (Beeinträchtigungsverbot) einen besonderen Schutz. Sortimentsüber-
schneidungen liegen z. B. beim familia-Markt (Autozubehör, Tiernahrung) vor. Der Umsatz-
schwerpunkt von familia entfällt allerdings auf Nahrungs- / Genussmittel, d. h. der familia-Markt
wird durch das Vorhaben kaum tangiert. Mit negativen betrieblichen Auswirkungen ist nicht zu
rechnen, so dass die Funktionsfähigkeit, etwa durch die Schließung eines Magnetbetriebes, des
zentralen Versorgungsbereiches nicht beeinträchtigt wird.

Basierend auf der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet / Umland und den dargestellten wett-
bewerblichen Wirkungen lässt sich das Vorhaben hinsichtlich des Beeinträchtigungsverbotes wie
folgt bewerten:

- /// Das Beeinträchtigungsverbot wird durch das Vorhaben nicht verletzt. Die wesentlichen
Umverteilungen werden neben Dannenberg (Elbe) im Mittelzentrum Lüchow (Wend-
land) erfolgen. Die Umverteilungsquote in Dannenberg (Elbe) liegt mit unter 10 % auf
einem Niveau, welches keine Bestandsgefährdungen nach sich zieht.
- /// Bedingt durch die Wettbewerbsstruktur in der Region werden die größten absoluten
Umverteilungen außerhalb des Einzugsgebietes erwartet. Diese verteilen sich auf leis-
tungsfähige Fachmärkte in Lüchow (Wendland), so dass nicht mit negativen Auswir-
kungen auf einzelne Betriebe zu rechnen ist. Die relevanten Wettbewerber sind außer-
halb der Innenstadt lokalisiert.
- /// Aufgrund der besonderen Sortimentsausrichtung des Vorhabens verteilen sich mögli-
che Wirkungen im Randsortiment auf innerstädtische Anbieter unterhalb der Nach-
weisgrenze.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass der Neubau des hagebau keine schädlichen Auswir-
kungen auf die verbrauchernahe Versorgung oder die Funktionsfähigkeit zentraler Versor-
gungsbereiche hat. Dem Beeinträchtigungsverbot wird damit entsprochen.

III. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens

Grundlagen

Planstandort	///	Standort außerhalb der Innenstadt von Dannenberg (Elbe), städtebaulich nicht-integriert, Gewerbebetriebe und Sportanlagen im weiteren Standortumfeld
	///	Neuaufstellung von hagebau mit ca. 9.000 m ² Verkaufsfläche (ungeachtet)
Rechtsrahmen und Untersuchung	///	Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO
	///	LROP-VO 2017
Standortrahmenbedingungen	///	Makrostandort: Dannenberg (Elbe), Grundzentrum in der SG Elbtalaue
	///	Einzelhandelsstrukturen: Innenstadt sowie Handelsstandort im Develantring, punktuell weitere Einzelhandelsbetriebe vorhanden
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	///	Das Kerneinzugsgebiet erstreckt sich die SG Elbtalaue und östlich der Elbe gelegene Kommunen.
	///	Einzugsgebiet: ca. 34.350 EW
	///	Kaufkraftpotenzial im Kernsortiment im Einzugsgebiet: ca. 20,4 Mio. €
Umsatzerwartung	///	Gesamtumsatz ca. 7,4 Mio. €, davon ca. 6,7 Mio. € im Kernsortiment Bau- / Heimwerker- / Gartenbedarf

Raumordnerische Bewertungskriterien

Integrationsgebot	Das Integrationsgebot wird erfüllt. Es werden im Kernsortiment nicht-zentrenrelevante Sortimente geführt.
Kongruenzgebot	<p>Das Kongruenzgebot wird nicht eingehalten, etwa 50 % des Umsatzes stammen aus dem grundzentralen Kongruenzraum des Grundzentrums Dannenberg (Elbe)</p> <p>Der Kongruenzraum wird eingehalten, wenn die SG Elbtalaue mit rd. 20.700 Einwohner als grundzentraler Kongruenzraum angenommen wird.</p> <p>Bei Aufteilung der Mitgliedsgemeinden der SG Elbtalaue auf beide Grundzentren müsste das Vorhaben um über 2.200 m² Verkaufsfläche (gewichtet) reduziert werden. Das Format von etwa 4.600 m² (Verkaufsfläche gewichtet) würde nicht einem als zukunftsfähig angesehenen Format mehr entsprechen.</p>
Beeinträchtigungs- verbot	Das Beeinträchtungsverbot wird eingehalten. Es werden Umverteilungsquoten von rd. 9– 10 % in der SG Elbtalaue erreicht. In Lüchow (Wendland) werden Umverteilungen von rd. 10 – 11 % zu Lasten von Betrieben außerhalb der ausgelöst. Betriebsschließungen drohen nicht. Negative Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche sowie auf die Versorgungsfunktion sind in Dannenberg (Elbe), Hitzacker (Elbe) und in Lüchow (Wendland) daher auszuschließen.

GMA-Zusammenstellung 2017

Karten-, Tabellen-, Abbildungsverzeichnis Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum	12
Karte 2:	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	17
Karte 3:	Der Standort Pörmke-Nord	19
Karte 4:	Voraussichtliches Einzugsgebiet des Vorhabens	23

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Verteilung der Baumärkte nach Größenklassen	7
Tabelle 2:	Typische Sortimente eines Bau- / Heimwerker- und Gartenmarktes	9
Tabelle 3:	Projektdateien des Bestandsobjektes	10
Tabelle 4:	Projektdateien des Vorhabens	11
Tabelle 5:	Einwohnerentwicklung der SG Elbtalaue im Vergleich	13
Tabelle 6:	Einwohnerentwicklung in der SG Elbtalaue	13
Tabelle 7:	Beschäftigte und Ein- und Auspendler in Dannenberg (Elbe) im Vergleich	15
Tabelle 8:	Einwohner im voraussichtlichen Einzugsgebiet des Vorhabens	24
Tabelle 9:	Kaufkraftvolumen für das Vorhaben im Kernsortiment	25
Tabelle 10:	Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes im Kernsortiment	26
Tabelle 11:	Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben im Kernsortiment	30

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Entwicklung der Bau- / Heimwerkermärkte ab 1.000 m ² Verkaufsfläche	8
--------------	--	---