



Dr. Lademann & Partner
Wissen bewegt.

Die Rostocker Straße (B 105) in Lambrechtshagen als Standort für einen Hornbach-Bau- und Gartenmarkt

Verträglichkeitsgutachten zu einem Ansiedlungsvorhaben

Veröffentlichungsexemplar

gemäß § 3 Abs. 2 BauGB

(Veröffentlichungsfrist vom 19.08.2026 bis zum 19.09.2026)

im Internet veröffentlicht vom 19.08.2026 bis

öffentlich ausgelegt vom 19.08.2026 bis

Amt Warnow-West, den

Stempel

Unterschrift

Endbericht

Im Auftrag der HORNBACH Baumarkt AG
Hamburg, 18.06.2025/ 18.06.2025



Dr. Lademann & Partner
Wissen bewegt.

Die Rostocker Straße (B 105) in Lambrechtshagen als Standort für einen Hornbach-Bau- und Gartenmarkt

Verträglichkeitsgutachten zu einem Ansiedlungsvorhaben

Projektnummer: 25DLP3792

Exemplarnummer: 01

Projektleitung und -bearbeitung: Uwe Seidel, Ulrike Rehr

Bearbeitet unter Mitarbeit von: Axel Dreher

Im Auftrag der

HORNBACH Baumarkt AG

Hornbachstraße 11

76879 Bornheim bei Landau

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

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. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung mehrerer geschlechtsspezifischer Personenbezeichnungen verzichtet. Die gewählte männliche Form schließt stets auch andere Geschlechter mit ein.

Inhalt

	Abbildungsverzeichnis	III
	Tabellenverzeichnis	IV
1	Einführung	1
1.1	Ausgangslage und Aufgabenstellung	1
1.2	Vorgehensweise	2
2	Analyse von Mikrostandort und Vorhaben	5
2.1	Mikrostandort	5
2.2	Vorhabenkonzeption	9
3	Rahmendaten des Makrostandorts	11
3.1	Lage im Raum und zentralörtliche Struktur	11
3.2	Sozioökonomische Rahmendaten	13
4	Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial	15
4.1	Methodische Vorbemerkungen	15
4.2	Wettbewerb im Untersuchungsraum	15
4.3	Herleitung des Einzugsgebiets	17
4.4	Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial	20
5	Analyse der Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum	21
5.1	Vorhabenrelevante Einzelhandelsstruktur im Einzugsgebiet	21
5.1.1	Kernsortiment Bau- und Gartenbedarf	21
5.1.2	Zentrenrelevante Randsortimente	25
5.2	Weiteres Planvorhaben	28
5.3	Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Ausgangslage in den zentralen Versorgungsbereichen und sonstigen Standortlagen im Untersuchungsraum	29
5.3.1	ZVB Hauptzentrum City-Kernbereich in Rostock	31
5.3.2	ZVB Besonderes Stadtraumzentrum Warnemünde in Rostock	33

5.3.3	Sonstige prägende Standortlagen	34
6	Vorhaben- und Wirkungsprognose	43
6.1	Marktanteils- und Umsatzprognose	43
6.2	Wirkungsprognose im Kernsortiment Bau- und Gartenbedarf	45
6.2.1	Vorbemerkungen	45
6.2.2	Umsatzherkunft und Umverteilungsrelevanz	51
6.2.3	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Bau- und Gartenbedarf	52
6.3	Wirkungsprognose in den zentrenrelevanten Randsortimenten	55
6.3.1	Vorbemerkungen	55
6.3.2	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen in den zentrenrelevanten Randsortimenten	57
7	Bewertung des Vorhabens	60
7.1	Zu den Bewertungskriterien	60
7.2	Zur zentralörtlichen Zuordnung	62
7.3	Zu den Auswirkungen auf die untersuchten Standortlagen und zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum	63
7.3.1	Kernsortiment Bau- und Gartenbedarf	65
7.3.2	Zentrenrelevante Randsortimente	72
7.3.3	Nicht-zentrenrelevante Randsortimente	75
7.4	Zur städtebaulichen Integration des Vorhabenstandorts	75
7.5	Zur Kompatibilität mit dem Entwicklungsrahmen SUR Rostock	77
8	Fazit	80

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Mikrostandort	5
Abbildung 2: Blick über den Vorhabenstandort in östliche Richtung	7
Abbildung 3: Blick entlang der Rostocker Straße in östliche Richtung	7
Abbildung 4: Fachmarktagglomeration Schutow östlich des Vorhabenstandorts	8
Abbildung 5: Blick entlang der Rostocker Straße in westliche Richtung	8
Abbildung 6: Fachmarktagglomeration Ostseepark Sievershagen westlich des Vorhabenstandorts	8
Abbildung 7: Lage im Raum	11
Abbildung 8: Vorhabenrelevante Wettbewerbsstruktur im Raum	17
Abbildung 9: Einzugsgebiet des Vorhabens	18
Abbildung 10: Vorhabenrelevante Wettbewerbssituation im Segment Bau- und Gartenbedarf innerhalb des Einzugsgebiets	23
Abbildung 11: Übersicht der untersuchten Standortlagen im Untersuchungsraum	30
Abbildung 12: Bauhaus-Markt in der FMA Schutow in Rostock	35
Abbildung 13: Toom-Baumarkt in der FMA Hanse Center Bentwisch	36
Abbildung 14: Toom-Baumarkt am FMS Trelleborger Straße in Rostock	37
Abbildung 15: Hagebaumarkt am FMS Charles-Darwin-Ring in Rostock	38
Abbildung 16: Hagebaumarkt am FMS Rövershäger Chaussee in Rostock	39
Abbildung 17: Grönfingers-Gartencenter am FMS Rövershäger Chaussee in Rostock	39
Abbildung 18: Globus-Baumarkt am FMS Globus in Roggentin	40
Abbildung 19: Sonderpreis-Baumarkt (links) und Team Baucenter in Neubukow	41
Abbildung 20: EGN Baustoffmarkt in Kröpelin (links) und Team Baucenter in Stäbelow	42
Abbildung 21: Fries-Holzhandel in Lambrechtshagen (links) und Raab Karcher in Rostock	42
Abbildung 22: Einflussfaktoren des der Wirkungsprognose zugrunde liegenden Huff-Modells	49

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Sortimentsstruktur des Vorhabens	10
Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung im Vergleich	13
Tabelle 3: Kundenpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens	19
Tabelle 4: Nachfragepotenzial zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit	20
Tabelle 5: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur der untersuchten Bau- und Gartenmärkte bzw. Baustoffhändler innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets im Segment Bau- und Gartenbedarf	22
Tabelle 6: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Bau- und Gartenbedarf an den untersuchten Standortlagen außerhalb des prospektiven Einzugsgebiets	24
Tabelle 7: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Haus- und Heimtextilien in den untersuchten zentralen Versorgungsbereichen	26
Tabelle 8: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Hausrat/Wohnaccessoires in den untersuchten zentralen Versorgungsbereichen	27
Tabelle 9: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Blumen in den untersuchten zentralen Versorgungsbereichen	27
Tabelle 10: Marktanteile des Hornbach-Markts innerhalb des Einzugsgebiets	44
Tabelle 11: Umsatzstruktur des Vorhabens	45
Tabelle 12: Umsatzherkunft und Umverteilungsrelevanz	52
Tabelle 13: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Bau- und Gartenbedarf	53
Tabelle 14: Umsatzstruktur der zentrenrelevanten Randsortimente im sektoralen Worst Case – keine Summenbildung möglich	56
Tabelle 15: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Haus- und Heimtextilien bei 800 qm VKF	57
Tabelle 16: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Hausrat/Wohnaccessoires bei 800 qm VKF	58
Tabelle 17: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Blumen bei 800 qm VKF	58

1 Einführung

1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

An der Rostocker Straße ist im Ortsteil Sievershagen der Gemeinde Lambrechtshagen (Landkreis Rostock) die Ansiedlung eines Hornbach Bau- und Gartenmarkts geplant. Der Vorhabenstandort liegt südlich der B 105 zwischen dem etablierten Ostseepark im Westen und der Esso-Tankstelle im Osten unmittelbar an der Stadtgrenze zur Hansestadt Rostock.

Für den Vorhabenmarkt ist derzeit folgende Verkaufsflächen- und Sortimentsstruktur vorgesehen:

- Baumarkt: rd. 8.010 qm VKF
- Gartenmarkt warm: rd. 2.360 qm VKF
- Gartenmarkt frei überdacht: rd. 800 qm VKF
- Gartenmarkt frei: rd. 1.560 qm VKF
- Baustoffe kalt: rd. 2.170 qm VKF
- Baustoffe frei: rd. 2.050 qm VKF
- Gas-Lager: rd. 100 qm VKF

Die aktuell geplante Gesamtverkaufsfläche beläuft sich auf rd. 17.050 qm. Zudem soll im B-Plan eine künftige Erweiterungsoption für Gartenfreiverkauf auf der Parkplatzfläche (rd. 3.450 qm) festgehalten werden (u.a. Ausstellungsflächen mit Preisauszeichnungen, Sonderaktionen wie z.B. Weihnachtsbaumverkauf), sodass die perspektivische Gesamtverkaufsfläche rd. 20.500 qm umfassen kann. Diese Verkaufsfläche soll der hier vorgelegten Verträglichkeitsuntersuchung zugrunde gelegt werden.

Das Hauptsortiment des Hornbach-Markts entfällt dabei auf das nicht-zentrenrelevante Bau- und Gartenbedarfssegment.

Zentrenrelevante Randsortimente sollen auf insgesamt max. rd. 800 qm Verkaufsfläche begrenzt bleiben. Zu den zentrenrelevanten Randsortimenten des geplanten Bau- und Gartenmarkts zählen gemäß Rostocker Sortimentsliste Haus- und Heimtextilien, Hausrat/Wohnaccessoires und Blumen.

Darüber hinaus sollen als nicht-zentrenrelevante, untergeordnete Randsortimente noch die Sortimente Lampen/Leuchten, Tierbedarf, Campingartikel und Teppiche/Bodenbeläge angeboten werden. Der geplante Verkaufsflächenumfang liegt dabei gleichwohl zum derzeitigen Stand noch nicht fest.

Das Vorhaben soll über eine Bauleitplanung mittels eines vorhabenbezogenen Bebauungsplans (samt textlicher Festsetzungen) umgesetzt werden.

Die Aufgabenstellung der Untersuchung bestand somit insbesondere in der Ermittlung und Bewertung der städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Vorhabens auf den Einzelhandel im Untersuchungsraum im Hinblick auf zentrale Versorgungsbereiche sowie die Versorgungsstrukturen im Bau- und Gartenbedarfssegment.

Darüber hinaus waren die landesplanerischen Bestimmungen in Mecklenburg-Vorpommern und das Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Hansestadt Rostock bzw. den Stadt-Umland-Raum (SUR) zu berücksichtigen.

Prüfmaßstab waren damit § 11 Abs. 3 BauNVO i. V. m. § 1 Abs. 6 Nr. 4, 8a und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB und § 1 Abs. 4 BauGB.

1.2 Vorgehensweise

Zur Bearbeitung der Aufgabenstellung wurde von Dr. Lademann & Partner folgendes Untersuchungsdesign angewandt:

- Beschreibung und Bewertung des Mikrostandorts und dessen stadträumlicher Einordnung (u.a. Lagequalität, verkehrliche Anbindung, Umfeldnutzungen) gerade im Kontext möglicher Agglomerationseffekte;
- Beschreibung des Vorhabenkonzepts (einschließlich Erweiterungsoption) unter besonderer Berücksichtigung der besonderen Anforderungen an einen modernen Bau- und Gartenmarkt, der Zentrenrelevanz der geplanten Sortimente und der baurechtlichen Ausgangslage;
- Kurzbewertung der untersuchungsrelevanten sozioökonomischen Rahmenbedingungen und deren Entwicklungstendenzen am Makrostandort Rostock samt Landkreis Rostock (u.a. Bevölkerungsentwicklung, Kaufkraftniveau, Erreichbarkeits- und Pendlerbeziehungen);
- Abgrenzung des Untersuchungsraums und Bewertung der vorhabenrelevanten Wettbewerbssituation im Raum;
- flächendeckende, differenzierte Vor-Ort-Erhebung, Darstellung und Bewertung der Angebotssituation in den vorhabenrelevanten Teilsortimenten:
 - Nicht-zentrenrelevantes Hauptsortiment Bau – und Gartenbedarf: alle strukturprägenden Betriebe (Bau- und Gartenmärkte ab ca. 500 qm Verkaufsfläche) innerhalb des Untersuchungsraums;
 - Zentrenrelevante Sortimente: Haus- und Heimtextilien, Hausrat/Wohnaccessoires und Blumen in den zentralen Versorgungsbereichen Hauptzentrum City-Kernbereich und Besonderes Stadtraumzentrum Warnemünde als die höher-rangigen zentralen Versorgungsbereiche der Hansestadt Rostock;

- eigene Abschätzung der Umsätze und Flächenproduktivitäten im vorhabenrelevanten Einzelhandel;
- städtebauliche und versorgungsstrukturelle Analyse und Bewertung der Ausgangslage in den ggf. betroffenen zentralen Versorgungsbereichen Hauptzentrum City-Kernbereich Rostock und Besonderes Stadtraumzentrum Warnemünde zur Charakterisierung ihrer Versorgungsfunktion sowie zur Bewertung ihrer Stabilität/Funktionsfähigkeit;
- Vorhabenprognose bezüglich des prospektiven Einzugsgebiets und dessen Zonierung, des darin enthaltenen vorhabenrelevanten Nachfragepotenzials (inkl. Abschätzung des Streukundenanteils), der Marktanteile des Vorhabens (Kaufkraftabschöpfung) sowie des zu erwartenden Vorhabenumsatzes;
- absatzwirtschaftliche Wirkungsprognose bezüglich der zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekte durch das Ansiedlungsvorhaben zulasten des bestehenden Einzelhandels im Einzugsgebiet nach Standortlagen und Zonen;
Zudem wurden für das Hauptsortiment Bau- und Gartenbedarf auch Standorte direkt außerhalb des Einzugsgebiets in die Betrachtung eingestellt, da diese von der Rückholung aktueller Nachfrageabflüsse aus dem Einzugsgebiet von dem Vorhaben betroffen sein können;
- städtebauliche Bewertung der prospektiven Auswirkungen des Vorhabens; dabei standen die im Sinne einer Worst-Case-Analyse ermittelten wettbewerblichen Auswirkungen des Vorhabens besonders im Hinblick auf die Frage im Fokus, ob diese negative städtebauliche Folgewirkungen im Sinne einer Funktionsstörung der zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum, einer Funktionsstörung des zentralörtlichen Gefüges oder einer allgemeinen Beeinträchtigung der Versorgungsstrukturen im Bau- und Gartenbedarfsegment innerhalb des Untersuchungsraums umschlagen können;
- raumordnerische Bewertung des Vorhabens im Hinblick auf die Vereinbarkeit mit den bei der Aufstellung von B-Plänen gemäß § 1 Abs. 4 BauGB zwingend zu berücksichtigenden Zielen der Raumordnung gemäß Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern;
- Einordnung des Vorhabens in die Aussagen des Einzelhandelskonzepts für den Stadt-Umland-Raum.

Um valide und nicht manipulierbare Ergebnisse zu erreichen, wurden die Auswirkungen für das Hauptsortiment Bau- und Gartenbedarf im Rahmen des Verträglichkeitsgutachtens mit einem besonderen Prognoseverfahren auf der Basis eines Gravitationsmodells (nach Huff) ermittelt, das Dr. Lademann & Partner in den vergangenen Jahren für die Praxisanwendung weiterentwickelt haben. Gravitationsmodelle stellen dabei ein gerichtlich vollständig akzeptiertes Rechenmodell zur Ermittlung von Umsatzumverteilungswirkungen dar.

Das **Prognosejahr**, also das prospektiv erste Jahr der Marktwirksamkeit des Bau- und Gartenmarkts, wird sich voraussichtlich auf das Jahr 2028 belaufen.

Die Wirkungsprognose und die darin ermittelten Umverteilungsquoten dienen dann als Grundlage für die städtebaulich bzw. raumordnerisch relevante Einschätzung¹, ob und inwieweit eine Schädigung der zentralen Versorgungsbereiche, aber auch des Versorgungsgleichgewichts im Bau- und Gartenbedarf zu erwarten ist.

Um die Verträglichkeit des Vorhabens beurteilen zu können, waren dabei eine Reihe von **Primär- und Sekundärerhebungen** durchzuführen:

- **Sekundäranalysen** der Daten des Statistischen Landesamts sowie einschlägiger Institute bezüglich der sozioökonomischen Rahmendaten;
- **flächendeckende, differenzierte Vor-Ort-Erhebung**² der vorhabenrelevanten Angebotssituation innerhalb sowie unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets des Vorhabens in den Teilsortimenten:
 - Nicht-zentrenrelevantes Hauptsortiment Bau – und Gartenbedarf: alle strukturprägenden Betriebe (Bau- und Gartenmärkte ab ca. 500 qm Verkaufsfläche) innerhalb des Untersuchungsraums;
 - Zentrenrelevante Sortimente: Haus- und Heimtextilien, Hausrat/Wohnaccessoires und Blumen in den zentralen Versorgungsbereichen Hauptzentrum City-Kernbereich und Besonderes Stadtraumzentrum Warnemünde als die höher-rangigen zentralen Versorgungsbereiche der Hansestadt Rostock;
- **intensive Begehungen des Mikrostandorts** und des Standortumfelds zur Beurteilung der Eignung für das geplante Vorhaben;
- **intensive Begehungen der wesentlichen Wettbewerbsstandorte** sowie der betroffenen zentralen Versorgungsbereiche zur Beurteilung ihrer Leistungs- und Funktionsfähigkeit.

¹ Das Schädigungspotenzial wird wesentlich von der heutigen Leistungsfähigkeit der betroffenen Zentren und Standorte mitbeeinflusst. Daher umfasst unsere Untersuchung nicht nur eine Interpretation der Auswirkungen, sondern auch eine vorherige intensive Auseinandersetzung mit der städtebaulichen Ausgangssituation in den Zentren und sonstigen Standortlagen.

² Die Bestandserhebungen erfolgten mittels physischer Begehungen der Einzelhandelslokale und einer hierfür programmierten Smartphone-App durch professionell geschultes Personal 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 vom 24.11.2005 (4 C 10.04) zugrunde.

2 Analyse von Mikrostandort und Vorhaben

2.1 Mikrostandort

Der Vorhabenstandort befindet sich an der Rostocker Straße (B 105) im östlich gelegenen Ortsteil Sievershagen der mecklenburg-vorpommerschen Gemeinde Lambrechtshagen (Landkreis Rostock). Damit ist das Vorhabenareal unmittelbar zwischen dem etablierten Einkaufszentrum Ostseepark im Westen sowie der Stadtgrenze zu Rostock und der dort befindlichen Fachmarkttagglomeration Schutow (u.a. Bauhaus, Ikea, Poco) zu verorten.

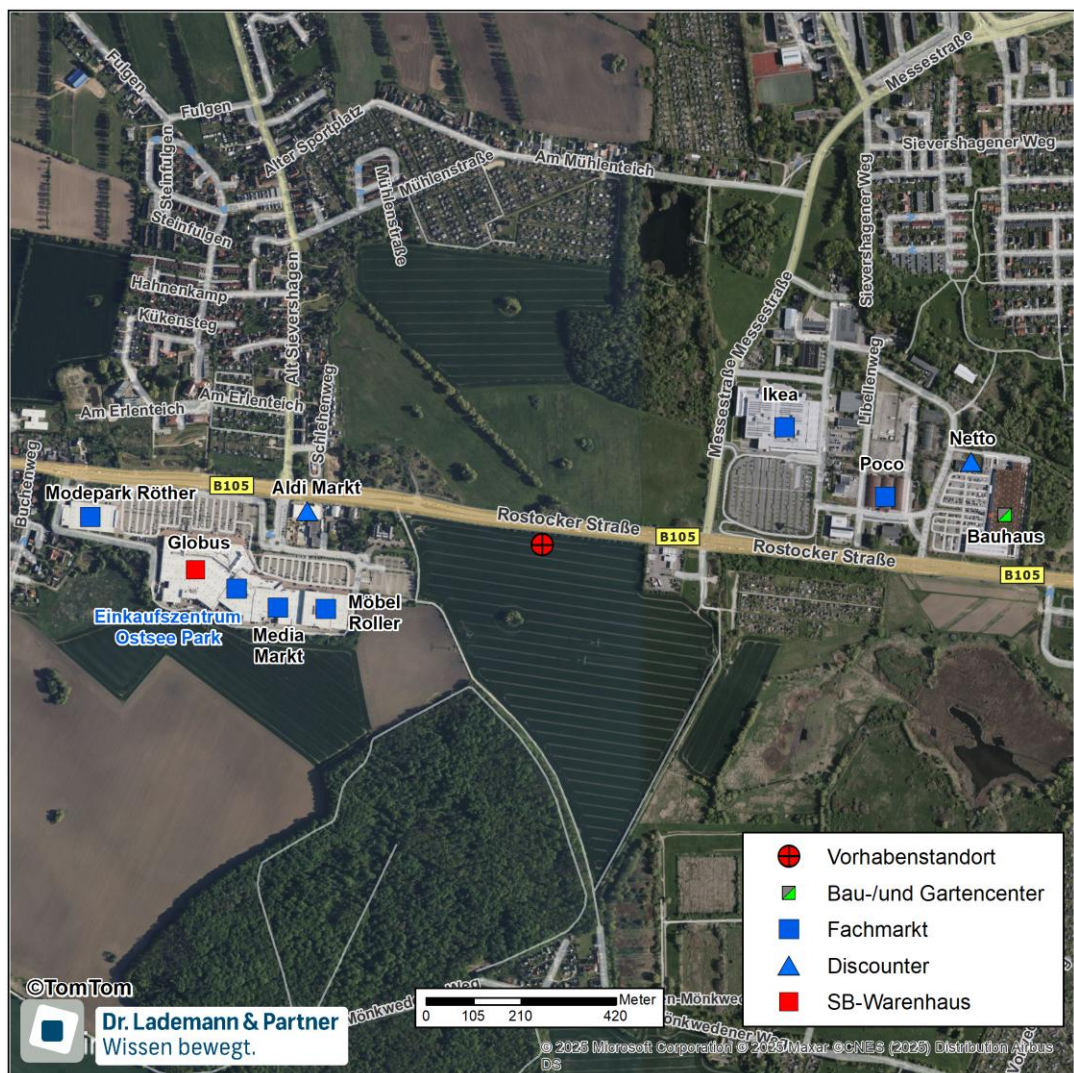


Abbildung 1: Mikrostandort

Die **verkehrliche Anbindung** des Vorhabenstandorts erfolgt über die stark frequentierte Rostocker Straße (B 105), die als Hauptverkehrsachse in Ost-West-Richtung durch die Gemeinde Lambrechtshagen verläuft. In östlicher Richtung führt diese in die unmittelbar angrenzende Hansestadt Rostock und ermöglicht in rd. 1,5 km das Befahren der B 103 (Nord-Süd-Richtung). Über diese sind wiederum die beiden Bundesautobahnen A 19 im Norden und A 20 im Süden zu erreichen. In westlicher Richtung verläuft die B 105 als eine der Hauptverkehrs- und Pendlerachsen zwischen Rostock und Wismar (neben der A 20) und bindet Lambrechtshagen an die umliegenden Städte und Gemeinden an.

Bezüglich des **ÖPNV** befindet sich die Haltestelle „Lambrechtshagen-Sievershagen Ostseepark (B 105)“ am unmittelbar westlich gelegenen Einkaufszentrum Ostseepark und wird von den beiden Buslinien 121 und 128 frequentiert. Im Westen befindet sich die Haltestelle „Rostock Schutow“ an der östlich gelegenen Fachmarktagglomeration Schutow im Rostocker Stadtgebiet und wird in regelmäßiger Taktung von den Buslinien 25, 39, 121 und 128 angefahren. Die fußläufige Erreichbarkeit aus den nördlich, östlich und westlich gelegenen Wohnbereichen sowie die Anfahrt mit dem Fahrrad sind grundsätzlich gewährleistet. An dieser Stelle darauf hingewiesen, dass es sich bei dem Ansiedlungsvorhaben um einen Bau- und Gartenmarkt handelt, dessen Hauptsortimentsbereich sich auf Waren des langfristigen bzw. nicht-zentrenrelevanten Bedarfs konzentriert. Gerade die Produktpalette des Bau- und Gartenbedarfs zeichnet sich in besonderem Maße durch sperrige Güter mit oftmals hohem Gewicht aus und steht somit auch in direkter Verbindung zu einem hohen Verkaufsflächenbedarf des Betriebs. Vor diesem Hintergrund sind v.a. Bau- und Gartenmärkte aufgrund der angebotenen Warensortimente und des Betriebstyps vornehmlich an verkehrlich gut zu erreichenden Standorten vorzufinden und auf die autoorientierte Kundschaft bzw. den großvolumigen „Kofferraumeinkauf“ ausgerichtet. **Das Vorhabenareal an der Rostocker Straße/B 105 stellt einen adäquaten Standort für die Ansiedlung eines Bau- und Gartenmarkts mit einer sehr guten verkehrlichen Anbindung dar.**

Derzeit wird das Vorhabenareal landwirtschaftlich genutzt.

Das **Standortumfeld** ist durch heterogene Nutzungen geprägt:

- Im **Norden** befindet sich auf der gegenüberliegenden Straßenseite der B 105 gegenwärtig eine landwirtschaftlich genutzte Fläche (Stadtgebiet Rostock). Allerdings bestehen Planungen zur Ansiedlung von Einzelhandelsmärkten der Firmen Decathlon (Sportbedarf), Höffner und Sconto (beide Möbelsegment). Der hierfür rechtskräftige Bebauungsplan soll im zweiten Halbjahr 2025 vorliegen. Damit würde das Areal künftig durch großflächigen Einzelhandel genutzt werden. Hinter dieser Fläche ist die Kleingartenanlage „An der Mühle“ zu verorten.
- Unmittelbar **östlich** des Vorhabenareals grenzt eine Tankstelle an, hinter welcher die Kleingartenanlage „Schutower Moorwiesen“ liegt. Auf der gegenüberliegenden

Straßenseite der B 105 befindet sich die Fachmarktagglomeration Schutow (Stadtgebiet Rostock), in welcher mit u.a. einem Bauhaus Bau- und Gartenmarkt, einem Ikea-Möbelmarkt sowie einem Poco-Einrichtungsmarkt bereits großflächiger Einzelhandel ansässig ist.

- Im **Süden** schließen sich landwirtschaftlich genutzte Flächen sowie das Wald- und Landschaftsschutzgebiet Vorweden an.
- Unmittelbar **westlich** grenzt das Einkaufszentrum Ostseepark (Gemeindegebiet Lambrechtshagen) an das Vorhabenareal. Der Verbundstandort stellt eine etablierte Einkaufslage des großflächigen Einzelhandels dar und kann mit namhaften Anbietern wie bspw. MediaMarkt, Möbel Roller, Modemark Röther und Globus eine weitreichende Sogkraft entfalten. Westlich sowie nördlich hiervon befinden sich die Siedlungsgebiete des Ortsteils Sievershagen, deren Bebauungsstruktur durch freistehende Ein- und Mehrfamilienhäuser geprägt ist.



Abbildung 2: Blick über den Vorhabenstandort in östliche Richtung



Abbildung 3: Blick entlang der Rostocker Straße in östliche Richtung



Abbildung 4: Fachmarkttagglomeration Schutow östlich des Vorhabenstandorts



Abbildung 5: Blick entlang der Rostocker Straße in westliche Richtung



Abbildung 6: Fachmarkttagglomeration Ostseepark Sievershagen westlich des Vorhabenstandorts

Die Gemeinde Lambrechtshagen verfügt nicht über ein kommunales Einzelhandelskonzept. Allerdings umfasst das regionale Einzelhandelskonzept des Stadt-Umland-Raums Rostock (kurz: SUR Rostock) aus dem Jahr 2011 auch die Gemeinde Lambrechtshagen und weist den unmittelbar westlich an das Vorhabenareal angrenzenden Verbundstandort als Fachmarktagglomeration (kurz: FMA) Ostseepark Sievershagen aus. Eine eindeutige räumliche Abgrenzung nimmt das Konzept des SUR hierbei nicht vor. Aufgrund der räumlichen Lage des Vorhabenstandorts kann dieser als **funktionaler Bestandteil der FMA Ostseepark Sievershagen** betrachtet werden. Auch der unmittelbar östlich an das Vorhabenareal angrenzende Verbundstandort (u.a. Bauhaus, Ikea, Poco) ist gemäß dem Einzelhandelskonzept der Hansestadt Rostock aus dem Jahr 2018 als Fachmarktagglomeration (FMA) Schutow klassifiziert.

2.2 Vorhabenkonzeption

Gegenstand der vorliegenden Untersuchung ist die Ansiedlung eines Hornbach-Bau- und Gartenmarkts mit **rd. 17.050 qm Verkaufsfläche**. Zudem soll im B-Plan eine künftige **Erweiterungsoption für Gartenfreiverkauf auf der Parkplatzfläche (rd. 3.450 qm)** festgehalten werden (u.a. Ausstellungsflächen mit Preisauszeichnungen, Sonderaktionen wie z.B. Weihnachtsbaumverkauf), sodass die **perspektivische Gesamtverkaufsfläche rd. 20.500 qm umfassen** kann. Diese Verkaufsfläche soll der hier vorgelegten Verträglichkeitsuntersuchung zugrunde gelegt werden.

Der Sortimentsschwerpunkt des Vorhabens liegt dabei klar im **nicht-zentrenrelevanten Bau- und Gartenbedarf**. Die Verkaufsfläche für **zentrenrelevante Randsortimente** Haus- und Heimtextilien, Hausrat/Wohnaccessoires, Blumen (indoor) soll dabei auf **max. 800 qm** begrenzt werden.

Zudem sind als **untergeordnetes Randsortiment die nicht-zentrenrelevanten Sortimente** Leuchten/Lampen, Tierbedarf, Campingartikel, Teppiche/Bodenbeläge vorgesehen. Diese sind allerdings von ihrem Verkaufsflächenumfang noch nicht näher bestimmt. Aufgrund der fehlenden Zentrenrelevanz und des voraussichtlich begrenzten Verkaufsflächenumfangs ist gleichwohl nicht von mehr als unwesentlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und das Versorgungsgleichgewicht auszugehen.

Vor diesem Hintergrund wird in der nachfolgenden Vorhaben- und Wirkungsprognose unterstellt, dass die geplanten rd. 19.700 qm Verkaufsfläche für nicht-zentrenrelevante Sortimente vollständig auf das Segment Bau- und Gartenbedarf entfallen, um die Wirkungen im Kern- bzw. Hauptsortiment nicht zu unterschätzen. **Jeder qm für nicht-zentrenrelevante Randsortimente wäre dann im Laufe des Planungsprozesses vom Hauptsortiment abzuziehen, was sich dann beim Bau- und Gartenbedarf wirkungsmildernd auswirken würde.**

Verkaufsflächenstruktur des Vorhabens

Branchenmix	VKF in qm
Bau- und Gartenbedarf (nicht-zentrenrelevant)	16.250
Baubedarf (inkl. Baustoffe)	11.530
davon Bau- und Heimwerkerbedarf* (warm)	7.210
davon Baustoffe (kalt)	2.170
davon Baustoffe (frei)	2.050
davon Gas-Lager	100
Gartenbedarf	4.720
davon Gartenmarkt (warm)	2.360
davon Gartenmarkt (frei überdacht)	800
davon Gartenmarkt (frei)	1.560
zentrenrelevante Randsortimente**	max. 800
Gesamt (Planung)	17.050
Bau- und Gartenbedarf (nicht-zentrenrelevant) - Erweiterungsoption Gartenfreifläche	3.450
Gesamt (inkl. Erweiterungsoption)	20.500

Quelle: Dr. Lademann & Partner nach Angaben des Auftraggebers. *inkl. nicht-zentrenrelevanter Randsortimente Leuchten/Lampen, Tierbedarf, Campingartikel, Teppiche/Bodenbeläge **Haus- und Heimtextilien, Hausrat/Wohnaccessoires, Blumen (indoor)

Tabelle 1: Sortimentsstruktur des Vorhabens

An der Rostocker Straße in Lambrechtshagen-Sievershagen ist die Ansiedlung eines Hornbach-Bau- und Gartenmarkts mit rd. 20.500 qm Verkaufsfläche (inkl. Erweiterungsoption von rd. 3.450 qm) geplant. Das Hauptsortiment Bau- und Gartenbedarf ist als nicht-zentrenrelevant einzustufen. Zentrenrelevante Randsortimente sollen auf max. rd. 800 qm Verkaufsfläche begrenzt werden. Der Vorhabenstandort befindet sich östlich des Ostseeparks Sievershagen (Gemeinde Lambrechtshagen) und westlich der FMA Schutow (Hansestadt Rostock).

3 Rahmendaten des Makrostandorts

3.1 Lage im Raum und zentralörtliche Struktur

Die Gemeinde Lambrechtshagen befindet sich im Landkreis Rostock im Norden des Bundeslands Mecklenburg-Vorpommern. Zusammen mit der Hansestadt Rostock, der Stadt Ribnitz-Damgarten sowie der Gemeinde Ahrenshoop bildet der Landkreis Rostock die Regiopolregion Rostock. Gelegen im östlichen Ortsteil Sievershagen, ist der Vorhabenstandort in unmittelbarer Grenzlage zur kreisfreien und Hansestadt Rostock zu verorten.



Abbildung 7: Lage im Raum

Die verkehrliche Anbindung von Lambrechtshagen erfolgt über die Bundesstraße 105, die in Ost-West-Richtung durch den Ortsteil Sievershagen verläuft und von Rostock

über Bad Doberan bis nach Wismar als wichtige Pendler- und Hauptverkehrsachse fungiert. Von besonderer Bedeutung ist weiterhin die Bundesstraße 103, die in Nord-Süd-Richtung das westliche Stadtgebiet von Rostock durchzieht und die Anbindung der Gemeinde an den Rostocker Norden sowie an die Bundesautobahn 20 (Rostock – Wismar – Lübeck) gewährleistet. Über einen eigenen Bahnhof bzw. eine direkte Anbindung an den Schienenverkehr verfügt die Gemeinde Lambrechtshagen nicht. Der Hauptbahnhof Rostock ist in rd. 8 km östlicher Entfernung zu verorten und gewährleistet die Anbindung an den Regional- und Fernverkehr. Darüber hinaus befinden sich diverse (Bus- und Straßenbahn-)Haltestellen im westlichen Rostocker Stadtgebiet (u.a. „Evershagen Süd“ und „Rostock-Marienehe“). Der direkte Anschluss an den regionalen **ÖPNV** in Lambrechtshagen erfolgt über die Buslinien 121 (Rostock-Rerik) und 128 (Rostock-Bad Doberan).

Der Gemeinde Lambrechtshagen ist vonseiten der Landes- bzw. Regionalplanung **keine zentralörtliche Funktion zugeordnet, sie liegt innerhalb des Verflechtungsbezugs des Oberzentrums Rostock.** Dieses grenzt unmittelbar östlich an Lambrechtshagen an. Mit Bad Doberan liegt das nächstgelegene Mittelzentrum in rd. 9 km westlicher Entfernung. Die nächstgelegenen Grundzentren stellen Kröpelin in rd. 18 km westlicher und Satow in rd. 21 km süd-westlicher Entfernung dar. Darüber hinaus ist die Gemeinde **Lambrechtshagen dem Stadt-Umland-Raum Rostock zugehörig.**

Aufgrund der unmittelbaren Lage an der Ostsee sowie der Nachbarschaft zur Mecklenburgischen Seenplatte im Süden nimmt der Tourismus eine tragende Rolle im **Landkreis Rostock** ein. So wurden im Jahr 2023 insgesamt rd. 5,3 Mio. Übernachtungen gezählt bei rd. 1,1 Mio. Gästeankünften.³ Im Landkreis befinden sich diverse Urlaubsorte und Heilbäder mit besonderer Bedeutung für den Ostseetourismus (u.a. Graal-Müritz und Kühlungsborn). Auch die unmittelbar angrenzende Hansestadt Rostock stellt mit rd. 2,2 Mio. jährlichen Übernachtungen und rd. 800.000 Gästeankünften einen wesentlichen Tourismusanker Mecklenburg-Vorpommerns dar. Von dem hohen Tourismusaufkommen kann auch die Gemeinde Lambrechtshagen in Form von erhöhten Frequenzen ein Stück weit profitieren, da diese unmittelbar an die Hansestadt Rostock angrenzt und mit der Fachmarkttagglomeration bzw. dem Einkaufszentrum Ostseepark ebenfalls eine sogkräftige Handelslage verzeichnet, die ein breites Spektrum an Sortimenten abdeckt. Unmittelbar östlich hiervon befindet sich der Vorhabenstandort.

³ Landesamt für innere Verwaltung – Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern. Ankünfte, Übernachtungen und Aufenthaltsdauer der Gäste in Beherbergungsbetrieben (einschließlich Camping).

3.2 Sozioökonomische Rahmendaten

Die Bevölkerungsentwicklung in Lambrechtshagen verlief seit 2019 mit einem jährlichen Wachstum von rd. +0,7 % p.a. positiv. Auch die umliegenden Städte und Gemeinden Kritzmow, Kröpelin, Bad Doberan und Rostock verzeichnen eine positive Entwicklung im Betrachtungszeitraum. Damit folgen sie dem allgemeinen Trend des Landkreises Rostock mit einem jährlichen Wachstum von rd. +0,6 % p.a. und dem Bundesland Mecklenburg-Vorpommern (rd.+0,2 % p.a.).

Insgesamt lebten in Lambrechtshagen im Jahr 2024

rd. 2.960 Einwohner.

Der Landkreis Rostock wies eine Einwohnerzahl von rd. 221.430 Einwohnern auf, die Hansestadt Rostock von rd. 210.800 Einwohnern.

Einwohnerentwicklung in Lambrechtshagen im Vergleich					
Gemeinde, Stadt, Landkreis, Land	2019	2024	abs.	+/- 19/24	Veränderung
				in %	p.a. in %
Lambrechtshagen	2.855	2.955	100	3,5	0,7
Kritzmow	3.875	4.015	140	3,6	0,7
Kröpelin, Stadt	4.784	4.816	32	0,7	0,1
Bad Doberan, Stadt	12.491	13.105	614	4,9	1,0
Rostock, Hansestadt	208.886	210.795	1.909	0,9	0,2
Landkreis Rostock	215.113	221.431	6.318	2,9	0,6
Mecklenburg-Vorpommern	1.609.675	1.629.464	19.789	1,2	0,2

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

Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung im Vergleich

Für die Prognose der Bevölkerungsentwicklung in Lambrechtshagen kann in Anlehnung an die Prognose von MB-Research⁴ unter Berücksichtigung der tatsächlichen Entwicklung in den letzten Jahren davon ausgegangen werden, dass sich die Einwohnerzahlen auch in den nächsten Jahren leicht positiv entwickeln werden. Im Jahr 2028 (dem möglichen Zeitpunkt der Marktwirksamkeit des Vorhabens) ist in Lambrechtshagen daher mit einer Bevölkerungszahl zu rechnen von

rd. 2.990 Einwohnern.

Für die Hansestadt Rostock muss mit Blick auf die vorliegenden Einwohnerprognosen von einem leichten Einwohnerrückgang bis 2028 auf rd. 209.800 Einwohner ausgegangen werden. Im Landkreis Rostock wird hingegen die Einwohnerzahl bis 2028 auf rd. 222.550 Einwohner ansteigen.

⁴ Vgl. kleinräumige Bevölkerungsprognose von MB-Research 2024. Die Modellrechnung berücksichtigt insbesondere die Angaben des Statistischen Bundesamts (prozentuale Veränderung auf Ebene der Stadt- und Landkreise sowie Gemeinden > 2.000 Einwohner: 15. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung).

Lambrechtshagen verfügt über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer⁵ von 106,4. Die Kaufkraftkennziffer fällt damit im Vergleich zum Schnitt des Landkreises Rostock (93,2), der Hansestadt Rostock (92,7) sowie zum Landesdurchschnitt von Mecklenburg-Vorpommern (91,4) deutlich überdurchschnittlich aus, was sich positiv auf die einzelhandelsrelevanten Entwicklungspotenziale in der Gemeinde auswirkt.

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum induzieren insbesondere aufgrund der positiv prognostizierten Einwohnerentwicklung sowie der überdurchschnittlichen Kaufkraftkennziffer der Gemeinde zusätzliche Impulse für die künftige Einzelhandelsentwicklung in Lambrechtshagen. Dem gegenüberstehend verzeichnen sowohl der Landkreise Rostock als auch die unmittelbar östlich angrenzende Hansestadt Rostock unterdurchschnittliche Kaufkraftkennziffern, aus denen ein signifikanter Anteil der künftigen Kunden des Vorhabens stammen wird. Dies wurde bei der nachfolgenden Wirkungsprognose des Vorhabens berücksichtigt.

⁵ Vgl. MB-Research: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2024. Durchschnitt Deutschland=100.

4 Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial

4.1 Methodische Vorbemerkungen

Zur Ermittlung des vorhabensspezifischen Einzugsgebiets wurden die Einzugsbereiche vergleichbarer Bestandsobjekte ausgewertet und im Analogieschlussverfahren auf das Vorhaben in Lambrechtshagen übertragen.

Dabei ist neben der Erreichbarkeit des Standorts und dem Agglomerationsumfeld vor allem die Wettbewerbssituation im Raum für die konkrete Ausdehnung des Einzugsgebiets ausschlaggebend. Die Wettbewerbsstruktur im Raum kann sowohl limitierend als auch begünstigend auf die Ausdehnung des Einzugsgebiets wirken. Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass es sich bei dem Vorhaben um die Ansiedlung des ersten Hornbach-Markts in Mecklenburg-Vorpommern handelt und der künftige Betrieb in Kombination mit dem Agglomerationsumfeld eine hohe Strahlkraft in das Umland induzieren wird.

4.2 Wettbewerb im Untersuchungsraum

Im Wettbewerb steht das Vorhaben vor allem mit den typgleichen/typähnlichen Baumärkten und Gartencentern, die in ähnlicher Größenordnung wie das Vorhaben agieren. Darüber hinaus sind weitere Fachmärkte und -geschäfte mit baumarktspezifischem Sortiment zu berücksichtigen, welche sich ebenfalls auf die Ausprägung des Einzugsgebiets auswirken können (u.a. Baustoffhändler, Spezialgeschäfte etc.).

Innerhalb der Gemeinde Lambrechtshagen selbst ist gegenwärtig keine mit dem Vorhabenmarkt vergleichbare Angebotsform zu verorten. So ist momentan kein klassischer Bau- und/oder Gartenmarkt in der Gemeinde ansässig, welcher in direkter Konkurrenz zu dem geplanten Hornbach-Markt stünde.

Außerhalb des Gemeindegebiets von Lambrechtshagen nimmt die Wettbewerbsdichte v.a. in östlicher Richtung (Stadtgebiet Rostock) deutlich zu. Dem gegenüberstehend stellt sich das Konkurrenzgefüge innerhalb des Landkreises Rostock überschaubar dar. Als wesentliche überörtliche Wettbewerber sind im weiteren Umfeld des Vorhabenstandorts folgende Standorte aufzuführen:

- Östlich des Vorhabenstandorts ist im Stadtgebiet der Hansestadt Rostock eine hohe Wettbewerbsdichte festzustellen. Unmittelbar an den Standort angrenzend befindet sich die Fachmarktagglomeration Schutow, die durch einen großflächigen Bauhaus-Markt sowie weitere sogkräftige Einzelhandelsbetriebe (u.a. IKEA, Poco

und Bike Market) geprägt ist. Darüber hinaus ist im südlichen Stadtgebiet Rostocks ein Hagebauzentrum verortet (rd. 9 km südöstlich vom Vorhabenstandort). Weiterhin befindet sich nordöstlich des Vorhabenstandorts in rd. 4 km Entfernung ein Toom-Baumarkt. Auch im östlichen Stadtgebiet von Rostock bzw. den daran angrenzenden Kommunen sind diverse großflächige und leistungsfähige Anbieter im Bau- und Gartenbedarf zu verorten (u.a. Hagebauzentrum, Grönfingers-Gartencenter, Globus Baumarkt, Toom). Vor dem Hintergrund der dichten Wettbewerbsstruktur ist davon auszugehen, dass die Abschöpfungspotenziale des Vorhabens aus östlicher Richtung ein Stück weit begrenzt werden.

- In westlicher Richtung ist eine abnehmende Wettbewerbsdichte zu verzeichnen, was maßgeblich auf die ebenfalls absinkende Siedlungsdichte in dem durch ländliche Strukturen geprägten Raum zurückzuführen ist. Der nächstgelegene größere Bau(stoff)markt befindet sich in der Stadt Kröpelin, rd. 18 Kilometer westlich des Vorhabenstandorts. Dieser fällt mit knapp über 1.000 qm Gesamtverkaufsfläche deutlich kleiner aus. Im rd. 30 km entfernt gelegenen Neubukow sind mit den Anbietern Team-Baucenter und Sonderpreis zwei Anbieter des Bau- und Gartenbedarfs zu verorten.
- Südlich des Vorhabenstandorts befindet sich in rd. 10 km Entfernung in der Gemeinde Stäbelow zudem ein Team-Baucenter-Markt, welcher ebenfalls im Vergleich zu den großen Baumarkt-Ketten auf einer deutlich kleiner dimensionierten Verkaufsfläche agiert.



Abbildung 8: Vorhabenrelevante Wettbewerbsstruktur im Raum

Insgesamt ist somit v.a. östlich des Vorhabenstandorts von einer intensiven Wettbewerbssituation auszugehen, die sich limitierend auf die räumliche Ausdehnung des Einzugsgebiets bzw. die möglichen Abschöpfungspotenziale auswirkt. Dem gegenüberstehend nimmt die Konkurrenzstruktur zum Vorhaben in Richtung Westen infolge der ebenfalls sinkenden Siedlungs- und Angebotsdichte deutlich ab.

4.3 Herleitung des Einzugsgebiets

Das Einzugsgebiet des Vorhabens orientiert sich an der o.g. Wettbewerbssituation im Raum sowie der verkehrlichen Erreichbarkeit des Vorhabenstandorts. Aufgrund der positiven Standortfaktoren sowie der reinen Größe des Vorhabenmarkts – in Kombination mit der Tatsache, dass es sich um den ersten Hornbach-Markt in Mecklenburg-Vorpommern handelt – erstreckt sich das prospektive Einzugsgebiet des Vorhabens über einen weitläufigen Bereich, der sich auf eine maximale Pkw-Fahrtzeit von gut 20

Minuten beschränkt. Darüber hinaus limitiert die Wettbewerbsstruktur im Rostocker Stadtgebiet sowie den umliegenden Kommunen die Ausdehnung des Einzugsgebiets in östlicher Richtung erheblich. Auch naturräumliche Barrieren wie die Ostsee im Norden und die Warnow im Osten sowie dominante Verkehrsstrassen wie die A 20 im Süden wurden für die Abgrenzung berücksichtigt. Aufgrund der Distanzempfindlichkeit der Verbrauchernachfrage sinkt der Marktanteil mit zunehmender Entfernung zwischen Wohn- und Vorhabenstandort, weshalb das Einzugsgebiet für die weiteren Betrachtungen in unterschiedliche Zonen untergliedert wurde.

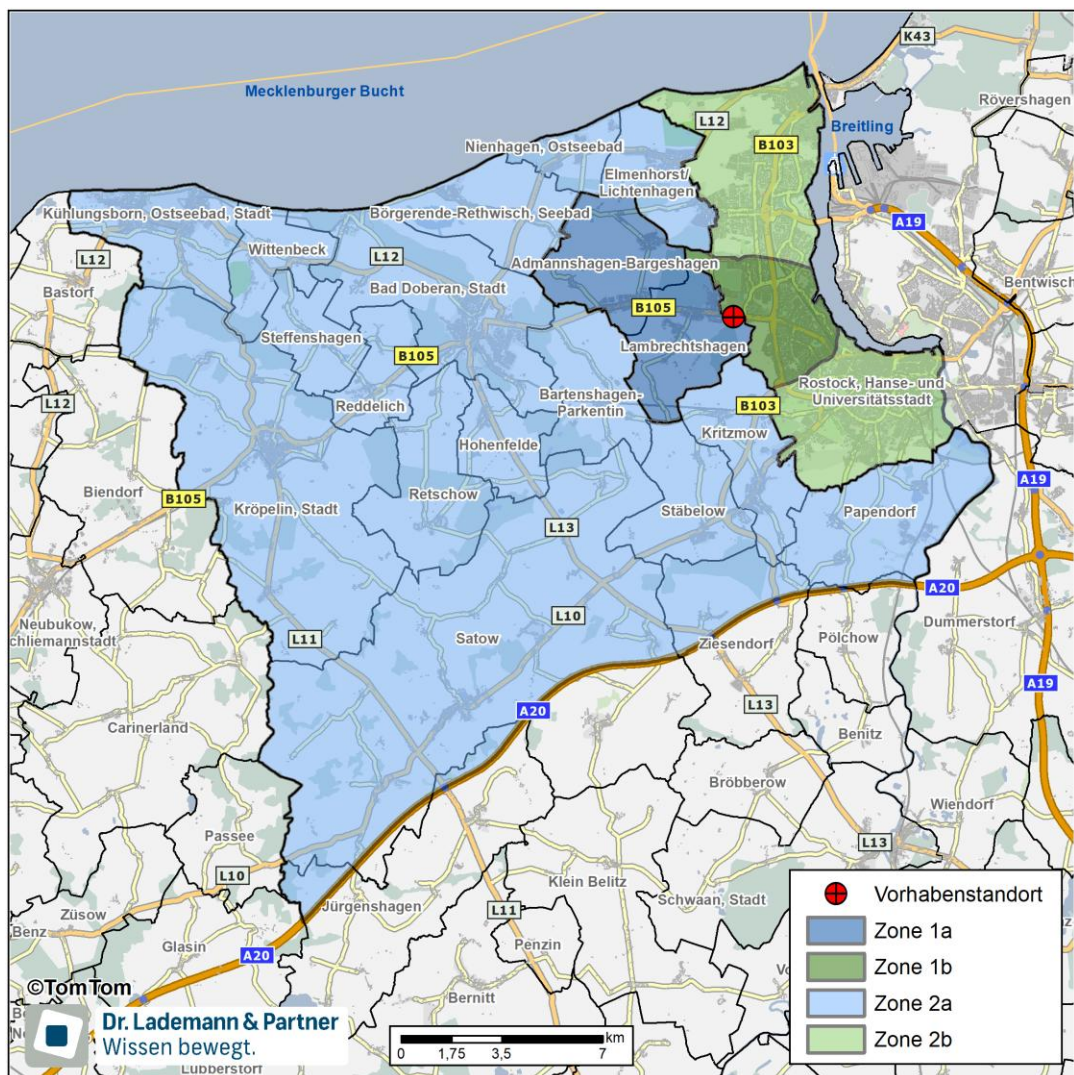


Abbildung 9: Einzugsgebiet des Vorhabens

Die **Zone 1a** umfasst neben der Gemeinde Lambrechtshagen (=Vorhabenkommune) noch die nordöstlich angrenzende Kommune Admannshagen-Bargeshagen. Maßgebliche Wettbewerber im Bau- und Gartenbedarf sind hier nicht vorzufinden.

Die **Zone 1b** erstreckt sich auf Teile des westlichen Stadtgebiets vom direkt an Lambrechtshagen angrenzenden Rostock, einschließlich der Stadtteile Evershagen und Reutershagen sowie Teile von Schmarl und der Kröpeliner Tor-Vorstadt.

Zu der **Zone 2a** gehören die im westlichen Umland gelegenen Gemeinden Elmenhorst/Lichtenhagen, Nienhagen (Ostseebad), Börgerende-Rethwisch (Seebad), Bad Doberan, Wittenbeck, Kühlungsborn (Ostseebad), Steffenshagen, Reddelich, Kröpelin, Retschow, Hohenfelde, Bartenshagen-Parkentin, Satow, Stäbelow, Kritzmow, Papendorf sowie Teile der Gemeinden Jürgenshagen und Ziesendorf. Die nördliche Begrenzung der Zone bildet die Ostseeküste, während im Süden die A 20 die Abgrenzung des Einzugsgebietes markiert.

Die **Zone 2b** umfasst die nordöstlichen Stadtteile Rostocks in Form von Warnemünde, Diedrichshagen, Lichtenhagen, Groß Klein sowie Lütten Klein und Teile von Schmarl. Darüber hinaus zählen die südlichen und zentralen Stadtgebiete Rostocks zu dieser Zone, darunter die Stadtteile Gartenstadt, Hansaviertel, Biestow, Südstadt, Stadtmitte sowie der südliche Teilbereich der Kröpeliner-Tor-Vorstadt. Die östliche Begrenzung der Zone 2b wird durch den Wasserlauf der Unterwarnow bzw. im weiteren Verlauf der Warnow im Nord-Süd-Richtung definiert.

In dem prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens leben derzeit etwa 223.500 Personen. Aufgrund der prognostizierten Bevölkerungsveränderungen kann bis zum Prognosejahr 2028 von einem abnehmenden **Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet** ausgegangen werden von insgesamt

rd. 223.000 Einwohnern.

Einzugsgebiet des Ansiedlungsvorhabens in Lambrechtshagen

Bereich	2024	2028
Zone 1a	5.826	5.770
Zone 1b	30.625	30.480
Zone 2a	53.310	53.630
Zone 2b	133.726	133.100
Einzugsgebiet	223.487	222.980

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

Tabelle 3: Kundenpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens

Hinzu kommen noch Streukundenpotenziale von rd. 15 %, die durch die unmittelbare Lage an der stark befahrenen B 105 als wichtige (Arbeits-)Pendlerachse sowie der direkten Nachbarschaft zum Einkaufszentrum Ostseepark als auch zur Fachmarktagglomeration Schutow begünstigt werden.

4.4 Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial

Auf der Grundlage der Einwohnerzahlen und der Kaufkraft⁶ im Einzugsgebiet sowie des zugrunde gelegten Pro-Kopf-Ausgabesatzes⁷ beträgt das **Nachfragepotenzial** für die vorhabenrelevanten Sortimente (Bau- und Gartenbedarf sowie die zentrenrelevanten Randsortimente) aktuell rd. 224,6 Mio. €.

Bis zur prospektiven Marktwirksamkeit des Vorhabens im Jahr 2028 ist angesichts der prognostizierten Bevölkerungsrückgänge im Einzugsgebiet insgesamt von einer **Reduzierung des Nachfragepotenzials auszugehen auf**

rd. 224,1 Mio. € (-0,5 Mio. €).

Davon entfallen rd. 143,4 Mio. € auf die Hauptsortimentsgruppe des Vorhabens in Form des Bau- und Gartenbedarfs.

Nachfragepotenzial des Vorhabens 2028 in Mio. €

Daten	Zone 1a	Zone 1b	Zone 2a	Zone 2b	Gesamt
Bau- und Gartenbedarf (nicht-zentrenrelevant)	4,2	19,1	36,4	83,6	143,4
zentrenrelevante Randsortimente	2,4	10,8	20,5	47,0	80,7
davon Haus- und Heimtextilien	1,1	4,9	9,4	21,5	36,8
davon Hausrat/Wohnaccessoires	1,1	4,8	9,2	21,0	36,0
davon Blumen	0,2	1,0	2,0	4,6	7,8
Gesamt	6,6	29,9	56,9	130,7	224,1

Quelle: Eigene Berechnungen.

Tabelle 4: Nachfragepotenzial zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit

Für das Vorhaben ist von einer intensiven Wettbewerbsintensität in östlicher Richtung auszugehen. Dem gegenüberstehend fällt die Wettbewerbsstruktur in südlicher und westlicher Richtung deutlich geringer aus und induziert deutliche Abschöpfungspotenziale durch das Vorhaben. Insgesamt beträgt das Kundenpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens aktuell etwa 223.500 Personen, welches bis zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit im Jahr 2028 leicht absinken wird. Das vorhabenrelevante Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet wird sich zur Marktwirksamkeit in 2028 auf rd. 224,1 Mio. € belaufen, was einem Rückgang von rd. 0,5 Mio. € entspricht. Davon entfallen rd. 143,4 Mio. € auf den Hauptsortimentsbereich Bau- und Gartenbedarf.

⁶ Vgl. Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern MB-Research 2024.

⁷ Vgl. Pro-Kopf-Ausgabesätze MB-Research 2023.

5 Analyse der Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum

Im folgenden Kapitel werden die vorhabenrelevanten Angebotsstrukturen sowie die städtebauliche und versorgungsstrukturelle Ausgangslage in den betroffenen zentralen Versorgungsbereichen und sonstigen Standortlagen innerhalb sowie direkt außerhalb des prospektiven Einzugsgebiets analysiert und bewertet.

5.1 Vorhabenrelevante Einzelhandelsstruktur im Einzugsgebiet

Zur Bestimmung der vorhabenrelevanten Wettbewerbs- und Angebotssituation wurde im Februar 2025 durch Dr. Lademann & Partner eine Erhebung aller strukturprägenden Betriebe des Hauptsortiments Bau- und Gartenbedarf im prospektiven Einzugsgebiet (gemäß Kap. 4.3) des Vorhabens durchgeführt. Diese belief sich auf die im Einzugsgebiet vorhandenen Bau- und Gartenmärkte sowie Baustoffhändler mit einer Gesamtverkaufsfläche ab ca. 500 qm.

Darüber hinaus erfolgte eine vollständige Erhebung aller vorhabenrelevanten Betriebe bezüglich der zentrenrelevanten Sortimente Haus- und Heimtextilien, Hausrat/Wohnaccessoires sowie Blumen innerhalb der beiden Rostocker zentralen Versorgungsbereiche Hauptzentrum City-Kernbereich und Besonderes Stadtteilzentrum Warnemünde.

Die Umsätze für den prüfungsrelevanten Einzelhandel im Untersuchungsraum wurden auf der Grundlage allgemeiner Branchenkenzziffern, der ermittelten Verkaufsflächen sowie der spezifischen Wettbewerbssituation standortgewichtet ermittelt.

5.1.1 Kernsortiment Bau- und Gartenbedarf

Den Ergebnissen unserer Erhebung zufolge wird im prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens von den untersuchten Bau- und Gartenmärkten und Baustoffhändlern eine vorhabenrelevante Verkaufsfläche im Segment Bau- und Gartenbedarf (ohne Randsortimente) vorgehalten von

rd. 45.700 qm.

Mit rd. 19.000 qm Verkaufsfläche entfällt der quantitativ größte Anteil davon auf die Zone 1b (u.a. Bauhaus in der FMA Schutow), welche im Wesentlichen den Bereich der Hansestadt Rostock zwischen der Gemeinde Lambrechtshagen im Westen und dem

Wasserlauf der Unterwarnow im Osten umfasst. Auch die Zone 2b verzeichnet mit rd. 18.400 qm einen signifikanten Anteil des Verkaufsflächenbesatzes innerhalb des Einzugsgebiets (u.a. Toom und Hagebauzentrum in Rostock).

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Bau- und Gartenbedarf im Einzugsgebiet

Bau- und Gartenbedarf	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Streulage	650	1,6
Zone 1a	650	1,6
FMA Schutow	14.640	32,6
Streulage	4.330	4,1
Zone 1b	18.970	36,8
Streulage	7.680	8,1
Zone 2a	7.680	8,1
FMS Charles-Darwin-Ring	9.310	8,8
FMS Trelleborger Straße	7.420	9,9
Streulage	1.620	2,3
Zone 2b	18.350	21,0
Einzugsgebiet gesamt	45.650	67,5

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 5: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur der untersuchten Bau- und Gartenmärkte bzw. Baustoffhändler innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets im Segment Bau- und Gartenbedarf

Der **Brutto-Umsatz** bei dem Segment Bau- und Gartenbedarf innerhalb des Einzugsgebiets beläuft sich (untersuchte Bau- und Gartenmärkte und Baustoffhändler; ohne Randsortimente) auf insgesamt

rd. 67,5 Mio. €.

Die **durchschnittliche Flächenproduktivität** für diese Sortimentsgruppe beträgt insgesamt rd. 1.500 € je qm Verkaufsfläche.

Folgende Darstellung gibt einen Überblick über die räumliche Lage der strukturprägenden Bau- und Gartenmärkte sowie Baustoffhändler innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets des Vorhabens.

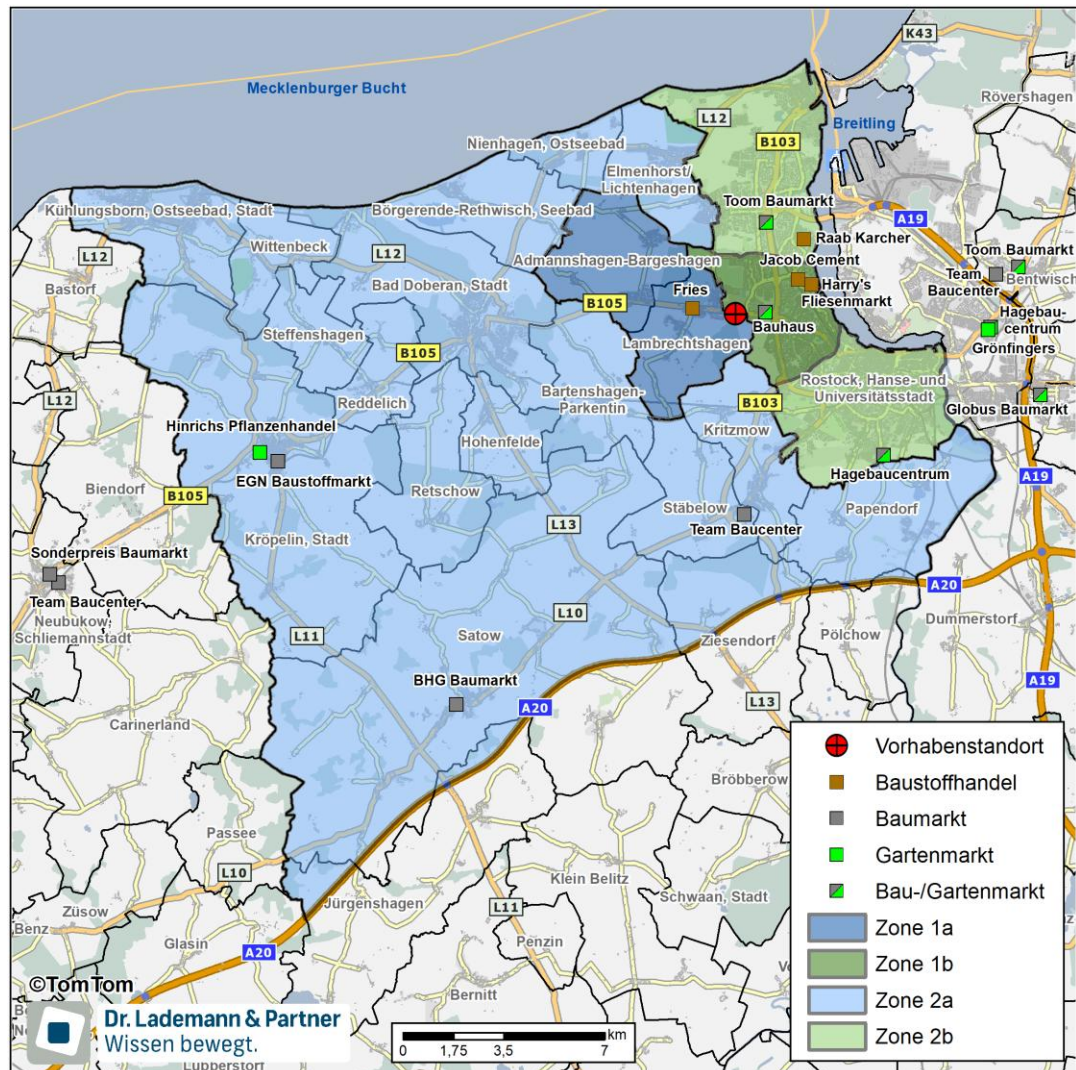


Abbildung 10: Vorhabenrelevante Wettbewerbssituation im Segment Bau- und Gartenbedarf innerhalb des Einzugsgebiets

Wie der Karte zu entnehmen ist, konzentriert sich der Großteil der vorhabenrelevanten Angebotsformen auf das Stadtgebiet der Hansestadt Rostock. Somit fällt die Wettbewerbsdichte östlich des Vorhabenstandorts verhältnismäßig hoch aus, was in direktem Zusammenhang mit der Siedlungsdichte des unmittelbar angrenzenden Oberzentrums steht. Die drei wesentlichen Konkurrenzbetriebe Bauhaus (FMA Schutow), Toom (FMS Trelleborger Straße) und Hagebauzentrum (FMS Charles-Darwin-Ring) sind alle samt an verkehrlich gut zu erreichenden Standortlagen an wesentlichen Hauptverkehrsachsen der Hansestadt verortet. Dem gegenüberstehend nimmt die Wettbewerbsdichte in westlicher Richtung – der ebenfalls abnehmenden Siedlungsdichte entsprechend – deutlich ab. Neben der sehr geringen Betriebsdichte innerhalb der Zone 2a des Einzugsgebiets fällt die Größendimensionierung der einzelnen Anbieter ebenfalls deutlich geringer als im Rostocker Stadtgebiet (Zone 1b und Zone 2b) aus.

Stellt man den von den untersuchten Standortlagen/Betrieben generierten Umsatz im Bau- und Gartenbedarf von rd. 67,5 Mio. € dem kumulierten Nachfragepotenzial der Sortimentsgruppen innerhalb des Einzugsgebiets gegenüber (rd. 143,8 Mio. €), ergibt sich eine **Umsatz-Kaufkraft-Relation** von rd. 47 %. Gleichwohl sich der erhobene Verkaufsflächenbestand auf die Hauptangebotsformen im Einzugsgebiet konzentriert und untergeordnete Randsortimentsbereiche (bspw. des Möbel- und Elektrohandels und der SB-Waren- und Kaufhäuser) und sehr kleinstrukturierte Anbieter nicht in die Betrachtung fallen, deutet der Kennwert darauf hin, dass ein nicht unerheblicher Anteil des im Einzugsgebiet verfügbaren Nachfragepotenzials auch an die leistungsfähigen Standorte im östlichen Rostocker Stadtgebiet (v.a. FMS Rövershäger Chaussee) sowie die direkt angrenzenden Gemeinden Bentwisch (Toom) und Roggentin (Globus Baumarkt) sowie in den Online-Handel abfließen.⁸

Da mit der Vorhabenrealisierung des Hornbach-Baumarkts ein Teil der bestehenden Kaufkraftabflüsse an die vorgenannten Standorte zurückgeholt werden kann, führt das Vorhaben auch zu Umsatzrückgängen an Einzelhandelslagen mit Fokus auf den Bau- und Gartenbedarf außerhalb des Einzugsgebiets. In die Untersuchung einbezogen haben Dr. Lademann & Partner ausschließlich die prägenden Anbieter im Bau- und Gartenbedarf im östlichen Rostocker Stadtgebiet sowie in den unmittelbar angrenzenden Gemeinden Bentwisch und Roggentin und im westlich gelegenen Neubukow, da für diese davon auszugehen ist, dass sie von den Nachfragezuflüssen aus dem Einzugsgebiet derzeit am stärksten profitieren dürften.⁹

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur außerhalb des Einzugsgebiets

Bau- und Gartenbedarf	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
FMS Rövershäger Chaussee Rostock	18.520	19,3
FMS Globus Roggentin	10.090	21,9
FMA Hanse Center Bentwisch	9.960	12,1
Streulage Bentwisch	700	1,4
Streulage Neubukow	3.250	4,3

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 6: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Bau- und Gartenbedarf an den untersuchten Standortlagen außerhalb des prospektiven Einzugsgebiets

⁸ Kaufkraftabflüsse in den Onlinehandel haben nur eine untergeordnete Bedeutung im Segment Bau- und Gartenbedarf. Aktuell erzielt der Onlinehandel im Segment Heimwerken & Garten (DIY-Kernsortimente, ohne Großhandel und Handwerker, ohne Leuchten/Lampen, ohne Deko/Haus-/Heimtextilien) einen Marktanteil von rd. 7 % (vgl. HDE ONLINE-MONITOR 2024).

⁹ Tatsächlich werden sich die Wirkungen aber auch noch auf weitere Betriebe verteilen (z.B. Baumärkte in den umliegenden Mittelzentren Ribnitz-Damgarten, Güstrow und Wismar). Es handelt sich demnach um eine Worst-Case-Betrachtung.

5.1.2 Zentrenrelevante Randsortimente

Der geplante Hornbach-Baumarkt wird, wie für derartige Anbieter typisch, als Randsortiment die Segmente Haus- und Heimtextilien, Hausrat/Wohnaccessoires und Blumen anbieten. Diese zentrenrelevanten Sortimente (gemäß Rostocker Sortimentsliste) werden allerdings auf max. 800 qm begrenzt und innerhalb der Gesamtverkaufsflächenstruktur des Baumarkts angeboten und sind dem Kernsortiment Bau- und Gartenbedarf somit deutlich untergeordnet.

Die in Kapitel 5.1 beschriebene Umlenkung von Kaufkraftabflüssen gilt nicht nur für das Kernsortiment Bau- und Gartenbedarf, sondern auch für die baumarkttypischen Randsortimente, da diese typische „Mitnahme-Sortimente“ darstellen, somit v.a. im Rahmen von Kopplungseffekten eingekauft werden und die vorhabeninduzierte Umorientierung von im Einzugsgebiet des Vorhabens lebenden Konsumenten bzw. der vorhabeninduzierte Rückgang der Besucherzahl/Kundenfrequenz in den bestehenden Angebotsstandorten entsprechend auch zu Umsatzrückgängen bei den Randsortimenten führen wird. In die Untersuchung einbezogen haben Dr. Lademann & Partner ausschließlich die Angebotsbestände der beiden höchstrangigen Zentralen Versorgungsbereiche innerhalb Rostocks in Form des Hauptzentrums City-Kernbereich und dem Besonderen Stadtraumzentrum Warnemünde, da diese für die Verbraucher aus dem Einzugsgebiet des Vorhabens derzeit die attraktivsten Einkaufsstandorte für diese Sortimentsbereiche darstellen und derzeit somit am stärksten von Nachfragebindungen profitieren dürften.¹⁰ Diese befinden sich beide innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets des Vorhabens.

Haus- und Heimtextilien

Den Ergebnissen der DLP-Erhebung zufolge wird in den beiden untersuchten zentralen Versorgungsbereichen in Rostock Hauptzentrum City-Kernbereich und Besonderes Stadtraumzentrum Warnemünde eine prüfungsrelevante Verkaufsfläche im Segment Haus- und Heimtextilien vorgehalten von

rd. 1.900 qm.

Davon entfällt mit rd. 1.300 qm der Schwerpunkt eindeutig auf die Rostocker Innenstadt (u.a. Depot und Galeria). Dem gegenüberstehend nimmt das Besondere Stadtraumzentrum Warnemünde in diesem Sortimentsbereich eine eher untergeordnete Rolle ein.

¹⁰ Tatsächlich werden sich die Wirkungen aber auch noch auf weitere Betriebe verteilen (z.B. Fachmärkte in den Stadtteilzentren innerhalb Rostocks sowie Randsortimentsbereiche der großen Möbelmärkte und SB-Warenhäuser innerhalb des Einzugsgebiets). Es handelt sich demnach um eine Worst-Case-Betrachtung.

Verkaufsflächen und Umsatzstruktur im Segment Haus- und Heimtextilien

Haus- und Heimtextilien	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Hauptzentrum City-Kernbereich	1.345	2,9
Besonderes Stadtraumzentrum Warnemünde	510	1,4
Gesamt	1.855	4,3

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 7: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Haus- und Heimtextilien in den untersuchten zentralen Versorgungsbereichen

Der **Brutto-Umsatz** im Segment Haus- und Heimtextilien an den untersuchten Standortlagen beläuft sich auf insgesamt

rd. 4,3 Mio. €.

Die **durchschnittliche Flächenproduktivität** für diese Sortimentsgruppe beträgt insgesamt rd. 2.300 € je qm Verkaufsfläche.

An dieser Stelle sei darauf hingewiesen, dass das Segment Haus -und Heimtextilien gemäß Rostocker Liste zwar den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet wird, dieses jedoch in den beiden untersuchten zentralen Versorgungsbereichen eine deutlich untergeordnete Rolle bezüglich des Gesamtverkaufsflächenbestands einnimmt. Infolgedessen kann dem Sortimentsbereich Haus- und Heimtextilien auch für die jeweilige Leistungs- und Funktionsfähigkeit der beiden Zentren eine überschaubare Bedeutung zugesprochen werden. Dies unterstreicht auch die Umsatz-Kaufkraft-Relation von rd. 12 % bezüglich der beiden zentralen Versorgungsbereiche innerhalb des Einzugsgebiets.

Hausrat/Wohnaccessoires

Den Ergebnissen unserer Erhebung zufolge wird in den beiden untersuchten zentralen Versorgungsbereichen in Rostock Hauptzentrum City-Kernbereich und Besonderes Stadtraumzentrum Warnemünde eine prüfungsrelevante Verkaufsfläche im Segment **Hausrat/Wohnaccessoires** vorgehalten von

rd. 2.200 qm.

Auch in diesem Segment entfällt mit rd. 1.900 qm der Schwerpunkt eindeutig auf die Rostocker Innenstadt (u.a. Suhl und Galeria). Dem gegenüberstehend nimmt das Besondere Stadtraumzentrum Warnemünde in diesem Sortimentsbereich ebenfalls eine deutlich untergeordnete Rolle ein.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Hausrat/Wohnaccessoires

Hausrat/Wohnaccessoires	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Hauptzentrum City-Kernbereich	1.855	4,8
Besonderes Stadtraumzentrum Warnemünde	310	0,9
Gesamt	2.165	5,7

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 8: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Hausrat/Wohnaccessoires in den untersuchten zentralen Versorgungsbereichen

Der Brutto-Umsatz im Segment Hausrat/Wohnaccessoires an den untersuchten Standortlagen beläuft sich auf insgesamt

rd. 5,7 Mio. €.

Die durchschnittliche Flächenproduktivität für diese Sortimentsgruppe beträgt insgesamt rd. 2.600 € je qm Verkaufsfläche.

Auch das Segment Hausrat/Wohnaccessoires stellt zwar eine Komponente der zentrenrelevanten Sortimente mit Bedeutung für die zentralen Versorgungsbereiche dar, nimmt insgesamt jedoch eine überschaubare Rolle zur Leistungsfähigkeit der beiden untersuchten Zentren wahr. Mit einer Umsatz-Kaufkraft-Relation von rd. 16 % der beiden Zentren innerhalb des Einzugsgebiets bezüglich des Segments Hausrat/Wohnaccessoires wird die überschaubare Versorgungsfunktion ersichtlich.

Blumen

Den Ergebnissen der DLP-Erhebung zufolge wird in den beiden untersuchten zentralen Versorgungsbereichen in Rostock Hauptzentrum City-Kernbereich und Besonderes Stadtraumzentrum Warnemünde eine prüfungsrelevante Verkaufsfläche im Segment Blumen (indoor) vorgehalten von

rd. 330 qm.

Hierbei nehmen die beiden untersuchten zentralen Versorgungsbereiche einen nahezu identischen Anteil ein.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Blumen

Blumen	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Hauptzentrum City-Kernbereich	160	0,6
Besonderes Stadtraumzentrum Warnemünde	170	0,5
Gesamt	330	1,1

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 9: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Segment Blumen in den untersuchten zentralen Versorgungsbereichen

Der **Brutto-Umsatz** im Segment Blumen an den untersuchten Standortlagen beläuft sich auf insgesamt

rd. 1,1 Mio. €.

Die **durchschnittliche Flächenproduktivität** für diese Sortimentsgruppe beträgt insgesamt rd. 3.500 € je qm Verkaufsfläche.

Auch hier ist anzumerken, dass das Segment Blumen keine tragende Säule der Leistungs- und Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche darstellt, sondern lediglich ein ergänzendes Randsortiment des Gesamtverkaufsflächenbestands. Dies spiegelt sich in der überschaubaren Verkaufsflächenzahl sowie dem infolgedessen geringen Umsatzanteil wider. Die prospektive Umsatz-Kaufkraft-Relation der beiden Zentren von rd. 14 % innerhalb des Einzugsgebiets unterstreicht dies.

5.2 Weiteres Planvorhaben

Im direkten Umfeld des Vorhabenstandorts besteht gegenwärtig folgendes Planvorhaben:

Auf der gegenüberliegenden Straßenseite der B 105 unmittelbar nördlich des Vorhabenstandorts besteht seit Jahren die Planung zur Ansiedlung unterschiedlicher Einzelhandelsbetriebe (Stadtgebiet Rostock). Die aktuellen Planungen belaufen sich auf großflächige Märkte der bekannten Anbieter Decathlon (Sportbedarf), Höffner und Sconto (beide Möbelsegment). Der hierfür rechtskräftige Bebauungsplan soll im zweiten Halbjahr 2025 vorliegen. Damit würde das Areal künftig durch großflächigen Einzelhandel genutzt werden und zur Schließung der baulichen Lücke zwischen dem Einkaufszentrum Ostseepark sowie dem Hornbach-Vorhabenstandort südlich der B 105 und der FMA Schutow sowie dem Areal der o.g. genannten Ansiedlung nördlich der B 105 beitragen. Darüber hinaus würde sowohl mit der zu prüfenden Hornbach-Ansiedlung als auch mit dem Planvorhaben aus Decathlon, Höffner und Sconto die Strahlkraft des Agglomerationsverbunds im Standortumfeld infolge des Sortimentsausbaus als auch der steigenden Attraktivität weiter gestärkt und nachhaltig gesichert, zumal mit Hornbach und Decathlon zwei Anbieter angesiedelt würden, die gegenwärtig noch keine Niederlassung in Rostock oder im weiteren Umfeld betreiben. Für beide Vertriebslinien handelt es sich jeweils um die erste Filiale innerhalb Mecklenburg-Vorpommerns, was nicht nur für den Ostseepark in Lambrechtshagen und die FMA Schutow in Rostock, sondern für den gesamten Stadt-Umland-Raum Rostock eine wirtschaftsfördernde Bereicherung darstellt.

5.3 Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Ausgangslage in den zentralen Versorgungsbereichen und sonstigen Standortlagen im Untersuchungsraum

Nachfolgend werden die prospektiv von dem Vorhaben betroffenen zentralen Versorgungsbereiche und sonstigen Standortlagen charakterisiert und hinsichtlich ihrer Funktionsfähigkeit bewertet.

Gemäß den Festlegungen im Einzelhandelskonzept der Stadt Rostock aus dem Jahr 2018 (Teilfortschreibung 2020) sowie dem Konzept des Stadt-Umland-Raums Rostock aus dem Jahr 2011 befinden sich folgende Einzelhandelslagen mit ausgewiesener Standortkategorie im Untersuchungsraum, die im Rahmen der vorliegenden Prüfung untersucht wurden:

Zentraler Versorgungsbereich

- Hauptzentrum City-Kernbereich in Rostock (im Einzugsgebiet)
- Besonderes Stadtraumzentrum Warenmünde in Rostock (im Einzugsgebiet)

Fachmarkttagglomeration

- FMA Schutow in Rostock (im Einzugsgebiet)
- FMA Hanse Center in Bentwisch (außerhalb des Einzugsgebiets)

Fachmarktstandort

- FMS Trelleborger Straße in Rostock (im Einzugsgebiet)
- FMS Charles-Darwin-Ring in Rostock (im Einzugsgebiet)
- FMS Rövershäger Chaussee in Rostock (außerhalb des Einzugsgebiets)
- FMS Globus in Roggentin (außerhalb des Einzugsgebiets)

Die Rostocker Straße (B 105) in Lambrechtshagen als Standort für einen Hornbach-Bau- und Gartenmarkt | Vergleichlichkeitsgutachten zu einem Ansiedlungsvorhaben

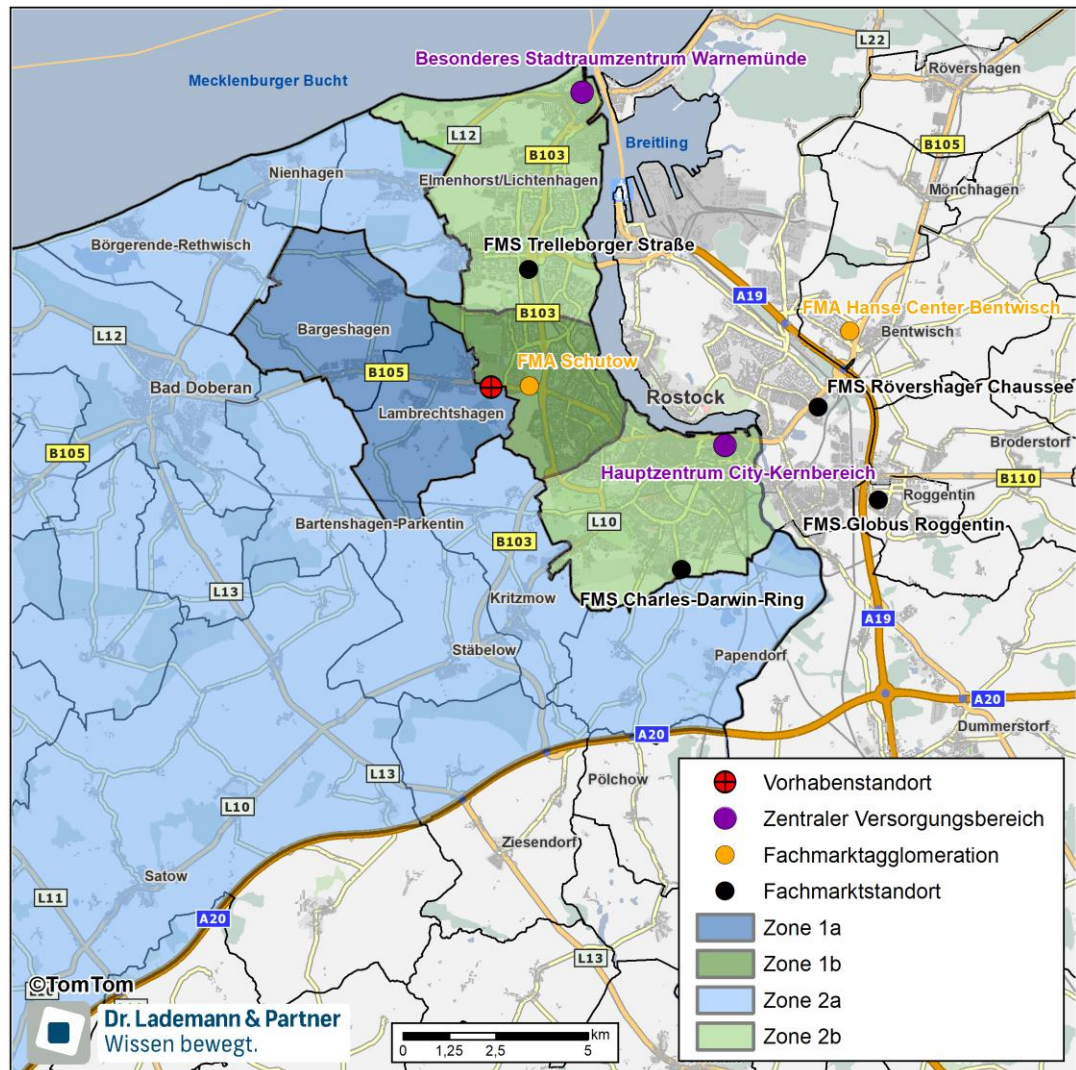


Abbildung 11: Übersicht der untersuchten Standortlagen im Untersuchungsraum

5.3.1 ZVB Hauptzentrum City-Kernbereich in Rostock

Räumliche Analyse

Lagebeschreibung

Die Innenstadt erstreckt sich entlang der zwei Achsen Kröpeliner Straße und Lange Straße sowie Neuer Markt. Räumliche Abgrenzung: Nördl. Am Strande, südl. Wallstraße, westl. Am Kanonsberg/Beim Grünen Tor und östl. Kleine Wasserstraße/Große Wasserstraße.

Versorgungsfunktion

Hauptzentrum

Städtebau/Umfeld

In den Nebenlagen dominieren Gastronomie und Wohnnutzungen; Umfeld durch verdichtete Wohnnutzung geprägt

Funktionale Analyse

Einzelhandelsstruktur

Die Einzelhandelsstruktur setzt sich aus kleinteiligen Anbietern in Geschäftshäusern, den Einkaufszentren KTC und Galerie Rostocker Hof sowie dem Kaufhaus Galeria zusammen. Neben dem hohen Anteil bekannter Filialisten sind auch inhabergeführte Geschäfte zu verzeichnen. Die hohe Einzelhandelsdichte entlang der Kröpeliner Straße nimmt in den Nebenlagen stark ab. Das Angebotsniveau ist insgesamt als mittelpreisig zu bewerten.

Branchen-Mix

Es wird ein umfangreiches Warenangebot in allen Branchen vorgehalten. Der Schwerpunkt liegt allerdings im mittelfristigen bzw. modischen Bedarfsbereich.

Magnetbetriebe

U.a. Media Markt, Zara, H&M, P&C, TK Maxx, Galeria, Thalia, Hugendubel

Ergänzende Nutzungen

Zahlreiche Dienstleistungen aller Art sowie öffentliche und kulturelle Einrichtungen.

Städtebauliche Analyse

Bebauungsstruktur

Die Innenstadt weist eine hohe Nutzungsmischung auf. Die Hauptgeschäftslage wird durch Geschäftsstraßen und Plätze ergänzt, die ein verzweigtes System aus Einzelhandelslagen bilden. Durch das lineare Einzelhandelsband der Kröpeliner Straße besteht eine klare Grundstruktur. In den Nebenlagen dominieren Gastronomie und Wohnnutzungen.

Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Gute verkehrliche Erreichbarkeit über die Lange Straße, August-Bebel-Straße und die Straße "Am Strande". Sehr gute Anbindung durch insgesamt fünf Straßenbahnhaltestellen (drei davon entlang der Langen Straße), welche von vier Linien in 10-minütiger Taktung angefahren werden.

Fußläufige Erreichbarkeit

Die Anbindung über Fuß- und Radwege aus den umliegenden Wohnquartieren ist gewährleistet.

Stellplatzangebot

Ausreichendes Angebot an kostenpflichtigen Parklätzen in insgesamt acht Parkhäusern sowie zusätzlich auf zwei Parkplätzen vorhanden.

Aufenthaltsqualitäten

Hohe Aufenthaltsqualität im Zentrum durch den lückenlosen Nutzungsbesatz entlang der Fußgängerzone sowie zwei Plätze (Neuer Markt, Universitätsplatz) mit Grünanlagen, Bänken und Springbrunnen. Deutlich geringere Aufenthaltsqualität entlang der Langen Straße.

Leerstandssituation

Geringe Leerstandsquote in der Hauptgeschäftslage sowie den Nebenlagen.



Der ZVB Hauptzentrum City-Kernbereich stellt den Hauptgeschäftsbereich des Oberzentrums Rostock in Form der Innenstadt dar. Geprägt durch ein breites Spektrum bezüglich des Einzelhandels mit Schwerpunkt im mittelfristigen bzw. modischen Bedarfsbereich sowie einem umfangreichen Angebot an arrondierenden Komplementärnutzungen und einer hohen Aufenthaltsqualität, ist dem zentralen Versorgungsbe- reich eine hohe Leistungs- sowie eine zukunftsichere Funktionsfähigkeit zu attestieren.

5.3.2 ZVB Besonderes Stadtraumzentrum Warnemünde in Rostock

Räumliche Analyse

Lagebeschreibung

Der ZVB liegt im nordwestlichen Seebad Warnemünde. Räumliche Abgrenzung: Nördl. Seestraße, südl. Kirchenplatz/Am Bahnhof, westl. Kurhausstraße und östl. Verlauf der Mittelmole.

Versorgungsfunktion

Stadtteilzentrum für Warnemünde mit gesamtstädtischer und v.a. touristischer Bedeutung

Städtebau/Umfeld

Im südl. und westl. Umfeld dominiert Wohnnutzung in Form aufgelockerter Bebauungsstrukturen (Ein- und Mehrfamilienhäuser); im Norden Strandflächen bzw. Ostsee angrenzend

Funktionale Analyse

Einzelhandelsstruktur

Einzelhandelsstruktur besteht aus kleinteiligen inhabergeführten Fachgeschäften in Erdgeschosslage der zusammenhängenden Reihenhausbauung. Insgesamt nur wenige Filialbetriebe im ZVB vorhanden. Die erhöhte Einzelhandelsdichte rund um den Leuchtturm, entlang der Promenade „Am Strom“ sowie der Mühlenstraße und am Kirchplatz nimmt in den Nebenlagen stark ab. Angebotsniveau ist insgesamt als mittelpreisig einzustufen

Branchen-Mix

Der Einzelhandelsschwerpunkt liegt im mittelfristigen bzw. modischen Bedarfsbereich. Während der periodische Bedarf ebenfalls verstärkt vertreten ist, nimmt der langfristige Bedarf eine untergeordnete Rolle ein.

Magnetbetriebe

U.a. Edeka, Rossmann, Tom Tailor, Wellensteyn

Ergänzende Nutzungen

Schwerpunkt im Gastronomie- und Gastgewerbe; darüber hinaus zahlreiche Dienstleistungen als auch öffentliche und kulturelle Einrichtungen

Städtebauliche Analyse

Bebauungsstruktur

Hohe Nutzungsmischung in kleinteiliger und dichter Bebauungsstruktur entlang der Hauptachsen Am Strom und Mühlenstraße sowie rund um den Kirchplatz als zentrale Anlaufstelle. Mit zwei- bis viergeschossiger Bausubstanz verhältnismäßig niedrig. In den Nebenlagen dominiert klar die Wohnfunktion bzw. Ferienwohnungen.

Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Gute verkehrliche Erreichbarkeit aus südl. Richtung über die B 103 (Rostocker Str./ Am Bahnhof). Aus westl. Richtung führt die L 12 (Parkstr.) in den ZVB. Bahnhof Warnemünde fungiert als Fernverkehrshaltestelle und wird von drei Straßenbahnlinien (S1, S2 und S3) in 10-minütiger Taktung frequentiert. Mehrere Bushaltestellen der Linie 37 innerhalb des Zentrums.

Fußläufige Erreichbarkeit

Die Anbindung über Fuß- und Radwege aus den umliegenden Wohnquartieren ist gewährleistet.

Stellplatzangebot

Ausreichendes Angebot an kostenpflichtigen Sammelparkplätzen (bspw. Kirchplatz und Mittelmole) sowie teilweise straßenbegleitendes Parken möglich

Aufenthaltsqualitäten

Hohe Aufenthaltsqualität im Norden rund um den Leuchtturm, im Osten entlang der Promenade „Am Strom“ sowie im Bereich des Kirchplatzes. Nahezu im gesamten ZVB Gastronomie mit Außenbestuhlung vorhanden. Insgesamt sehr sauberer Straßenraum. Urlaubsatmosphäre infolge der direkten Nähe zur Ostsee spürbar und positiv wahrzunehmen.

Leerstandssituation

Geringe Leerstandsquote in den Hauptgeschäftslagen und in den Nebenlagen.



Der ZVB Besonderes Stadtraumzentrum Warnemünde fungiert als leistungsfähiger zentraler Versorgungsbereich mit Versorgungsfunktionen für das nördliche und östliche Rostocker Stadtgebiet und verfügt v.a. auch über touristische Bedeutung. Neben dem Einzelhandelsschwerpunkt im mittelfristigen bzw. modischen Bedarf übernehmen v.a. die gastronomischen Angebote eine ebenfalls tragende Rolle für die Leistungsfähigkeit des Zentrums. Als touristisch geprägter ZVB zeichnet sich dieser durch eine hohe Aufenthaltsqualität und eine funktionsfähige Performance aus.

5.3.3 Sonstige prägende Standortlagen

Darüber hinaus finden sich weitere prägende Einzelhandelslagen im Untersuchungsraum, die jedoch nicht als zentrale Versorgungsbereiche einzuordnen sind. Darunter fallen die Fachmarkttagglomerationen Rostock-Schutow und das Hanse Center in Bentwisch sowie die Fachmarktstandorte Trelleborger Straße, Charles-Darwin-Ring, Rövershäger Chaussee und Globus Roggentin.

FMA Schutow in Rostock

Die Fachmarkttagglomeration Schutow liegt als Ergänzungsstandort in dezentraler Lage im westlichen Stadtgebiet von Rostock und grenzt unmittelbar östlich an den Vorhabenstandort an. Auf einer Fläche von rd. 45.800 qm¹¹ setzt sich der Standort aus mehreren, von außen erschlossenen großflächigen Fachmärkten zusammen. Die Ausstrahlung des Standorts reicht aufgrund der autoorientierten Lage am Stadtrand weit über die Stadtgrenzen Rostocks hinaus.

Die verkehrliche Anbindung ist über die direkte Zu- und Abfahrt von der überörtlich verlaufenden B 105 sowie der Messestraße in Richtung des nördlichen Stadtgebiets als sehr gut zu beurteilen. Zudem ist der Standort durch die Bushaltestellen „Schutow, Rostock“ und Messestraße an das öffentliche Busverkehrsnetz angebunden. Die fuß-

¹¹ Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Hanse- und Universitätsstadt Rostock 2018 (Junker + Kruse).

läufige Erreichbarkeit des Standorts ist durch die Ausrichtung auf Pkw-Kunden sowie die dezentrale Lage allerdings nur eingeschränkt gegeben.



Abbildung 12: Bauhaus-Markt in der FMA Schutow in Rostock

Die Einzelhandelsstruktur des Standorts ist hauptsächlich geprägt von Fachmarktangeboten für Güter des mittel- und langfristigen Bedarfs. Insbesondere sind die Sortimente Möbel/Einrichtung und Bau- und Gartenbedarf durch die großflächigen Betriebe der Filialisten Bauhaus, IKEA und POCO vertreten. Zudem ist am Standort ein Netto-Lebensmitteldiscounter angesiedelt. Als ergänzende Einzelhandelsbetriebe sind zusätzlich ein Fahrradfachgeschäft, Gebrauchtwarenhändler, ein Sanitätshaus und inhabergeführte Möbelgeschäfte ansässig.

Als wesentlicher Wettbewerber für das Vorhaben ist der Bauhaus-Markt am Standort zu betrachten. Mit einer Verkaufsfläche von rd. 14.600 qm liegt der Markt damit über der durchschnittlichen Verkaufsflächengröße der Vertriebslinie von 11.900 qm.¹² Hinzu kommen ein zeitgemäßes Erscheinungsbild, die gute verkehrliche Erreichbarkeit sowie die o.g. Agglomerationseffekte, weshalb dem Betrieb eine stabile und zukunfts-sichere Marktposition zu attestieren ist.

Die FMA Schutow stellt einen sogkräftigen Verbundstandort mit Schwerpunkt im langfristigen Bedarf dar und umfasst mit dem ansässigen Bauhaus-Markt den gegenwärtig attraktivsten und leistungsfähigsten Baumarkt innerhalb des Einzugsgebiets bzw. des gesamten Untersuchungsraums.

¹² Vgl. Retail Reals Estate Report der Hahn-Gruppe 2024/25.

FMA Hanse Center in Bentwisch

Das Hanse Center befindet sich in zentraler Lage innerhalb der Gemeinde Bentwisch, die unmittelbar östlich an die Hansestadt Rostock angrenzt. Das nördliche Umfeld des Standorts ist vorrangig durch gewerbliche Nutzungen geprägt, während sich im südwestlichen Bereich überwiegend Wohnsiedlungen befinden.

Die verkehrliche Erreichbarkeit ist aufgrund der entlang des Standortbereichs verlaufenden B 105, die als wichtige Verkehrs- und Pendlerachse eine hohe Verkehrsfrequenz aufweist, als sehr gut zu bewerten. Die Hauptverkehrsachse bindet dabei die Agglomeration an die östlichen Bereiche der Hansestadt Rostock sowie in Richtung Westen an die umliegenden Gemeinden bis nach Stralsund. In unmittelbarer Nähe befindet sich außerdem die A 19 (Rostock-Ost).

Die Einzelhandelsstruktur des Standorts wird durch Güter aller Bedarfsklassen geprägt und ist insbesondere durch eine Vielzahl an (z.T. großflächigen) Einzelhandelsbetrieben charakterisiert. Neben mehreren Bekleidungsgeschäften (Modehaus Nikolaus, mister*lady, Takko), einem Schuhgeschäft (Schuh Bode), einem Tedi und einem dm-Drogeriemarkt prägen zwei performancestarke Lebensmittelbetriebe (Kaufland, Aldi) die Fachmarktagglomeration und die Angebote von nahversorgungs- und zentrenrelevanten Gütern. Im langfristigen Bedarfsbereich ergänzen ein Toom-Baumarkt, ein Möbel Höffner, ein Sconto (Möbelsegment) sowie ein Hammer Fachmarkt das Angebotsspektrum. Zudem ergänzen mehrere Fast-Food-Angebote die einzelhandelsdominierende Nutzung im Hanse Center.

Das Vorhaben steht bei diesem Standort vor allem mit dem Toom Baumarkt im Wettbewerb. Der Markt verfügt über eine Verkaufsfläche, die über dem Durchschnittswert der Vertriebsline liegt. Darüber hinaus profitiert der Baumarkt von Agglomerationsvorteilen durch die Einbindung in die Fachmarktagglomeration des Hanse Centers, wodurch zusätzliche Kundenfrequenz generiert werden kann.



Abbildung 13: Toom-Baumarkt in der FMA Hanse Center Bentwisch

Die FMA Hanse Center Bentwisch fungiert als leistungsfähige Einzelhandelsagglomeration im östlichen Stadt-Umland-Raum und verfügt mit dem ansässigen Toom-Markt über einen performancestarken Baumarkt.

FMS Trelleborger Straße in Rostock

Der **Fachmarktstandort Trelleborger Straße** befindet sich im nordwestlichen Stadtgebiet der Hansestadt Rostock, im Stadtteil Lütten Klein. Das Umfeld des Standorts ist durch eine gemischte Nutzungsstruktur geprägt: Während westlich überwiegend Wohngebiete dominieren, finden sich nördlich und östlich vorwiegend gewerbliche und einzelhandelsgeprägte Nutzungen.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** ist als sehr gut einzustufen. Die Trelleborger Straße ist an das innerstädtische Verkehrsnetz Rostocks angebunden und verläuft parallel zur B 105 sowie zur B 103, die als wichtige Verkehrsachsen die Hansestadt mit den Umlandgemeinden verbinden.

Die **Einzelhandelsstruktur** des Fachmarktstandorts wird vornehmlich durch den großflächigen Toom-Baumarkt geprägt. Neben einem Autohaus und einem McFit Fitnessstudio sind an diesem Standort nur gewerbliche Betriebe verortet. Mit einer Verkaufsfläche von rund 7.000 qm verzeichnet dieser eine für die Vertriebslinie durchschnittliche Verkaufsflächendimensionierung. Besonders hervorzuheben ist die für einen Baumarkt vergleichsweise integrierte Lage in relativer Nähe zum Siedlungsgefüge des Rostocker Stadtteils Lütten Klein, wodurch der Standort von der dortigen Einwohnerdichte profitiert. Hinzu kommen die gute verkehrliche Erreichbarkeit und ein durchschnittlicher Marktauftritt, was dem Betrieb eine stabile Marktposition zuschreibt.



Abbildung 14: Toom-Baumarkt am FMS Trelleborger Straße in Rostock

Der am FMS Trelleborger Straße ansässige Toom-Baumarkt verzeichnet einen stabilen Marktauftritt und profitiert v.a. von dem hohen Einwohnerpotenzial im näheren Umfeld.

FMS Charles-Darwin-Ring in Rostock

Der Fachmarktstandort am Charles-Darwin-Ring befindet sich im Rostocker Stadtteil Südstadt und wird maßgeblich durch das dort angesiedelte Hagebauzentrum geprägt. Das direkte Standortumfeld ist südlich und nördlich durch gewerbliche Nutzungen strukturiert, während westlich an den Standort Wohnsiedlungen angrenzen.

Die verkehrliche Anbindung erfolgt über die Nobelstraße, die in Nord-Süd-Richtung verläuft und den Standort an die Rostocker Innenstadt im Norden sowie im Süden an die Gemeinde Papendorf und die A20 (Rostock-Südstadt) anbindet.

Das Hagebauzentrum verfügt über eine Verkaufsfläche von rund 10.000 qm und liegt damit deutlich über der durchschnittlichen Verkaufsflächengröße der Vertriebslinie. Die überdurchschnittliche Größe des Markts, die integrierte Lage in das Siedlungsgefüge der Südstadt sowie ein zeitgemäßes Erscheinungsbild deuten auf eine stabile Marktposition und eine leistungsfähige Performance des Markts hin.



Abbildung 15: Hagebaumarkt am FMS Charles-Darwin-Ring in Rostock

Der FMS Charles-Darwin-Ring umfasst einen zeitgemäß und performancestark aufgestellten Hagebaumarkt als wesentlichen Wettbewerber zum Vorhaben.

FMS Rövershäger Chaussee in Rostock

Der Fachmarktstandort an der Rövershäger Chaussee wird maßgeblich durch das Hagebauzentrum und den Grönfingers-Gartenfachmarkt geprägt. Im Umfeld des Standorts liegen südlich und westlich Siedlungsgebiete, während im Osten hauptsächlich gewerbliche Nutzungen und Autohäuser angesiedelt sind. Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot am Standort durch einen angrenzenden Netto-Lebensmitteldiscounter.

Die Einzelhandelslage zeichnet sich durch eine sehr gute verkehrliche Anbindung aus. Die Rövershäger Chaussee verbindet das Gebiet in westlicher Richtung direkt mit dem Rostocker Stadtzentrum, während östlich die Anbindung an die Autobahn A19 (Rostock-Ost) sowie an die B105 in Richtung Stralsund gewährleistet wird.

Das Hagebauzentrum am Standort verzeichnet eine deutlich über der durchschnittlichen Verkaufsflächendimensionierung liegende Verkaufsfläche. Auch das Grönfingers-Gartencenter zeichnet sich durch eine hohe Leistungsfähigkeit aus. Neben einem umfassenden Pflanzensortiment umfasst das Angebot zudem ein breites Spektrum an Dekorationsartikeln sowie ein ausgewähltes Sortiment an Feinkost und regionalen Spezialitäten. Beide Betriebe profitieren von der sehr guten verkehrlichen Erreichbarkeit des Verbundstandorts sowie von gegenseitigen Agglomerations- und Synergieeffekten.



Abbildung 16: Hagebaumarkt am FMS Rövershäger Chaussee in Rostock



Abbildung 17: Grönfingers-Gartencenter am FMS Rövershäger Chaussee in Rostock

Der FMS Rövershäger Chaussee umfasst mit dem ansässigen Hagebaumarkt sowie dem Grönfingers-Gartencenter zwei performancestarke Anbieter des Bau- und Gartenbedarfs, die den sortimentsbezogenen Angebotsbestand des Oberzentrums Rostock maßgeblich mitprägen. Darüber hinaus stellt der Grönfingers den einzigen größer dimensionierten, reinen Gartenmarkt im Untersuchungsraum dar.

FMS Globus in Roggentin

Der Fachmarktstandort Globus in Roggentin befindet sich innerhalb der Gemeinde Roggentin unmittelbar angrenzend an das Rostocker Stadtgebiet. Das nördliche und südliche Umfeld des Standorts ist vorrangig durch Siedlungsstrukturen geprägt, während sich im Osten überwiegend gewerblich genutzte Flächen befinden. Westlich folgt der Verlauf der A 19.

Der Standort ist charakterisiert durch den Verbund von einem Globus SB-Warenhaus mit einem Globus-Baumarkt, die sich innerhalb derselben Immobilie befinden. Außerdem wird das Angebot durch mehrere kleinstrukturierte Gastronomieeinheiten (u. a. Bäckerei, Feinkost, Imbissstände) sowie diverse Dienstleistungen ergänzt.

Als hauptbetroffener Wettbewerber zum Vorhaben verfügt der Globus-Baumarkt über eine durchschnittliche Verkaufsflächendimensionierung innerhalb der Vertriebslinie, profitiert jedoch von der hohen Frequentierung des Globus-SB-Warenhauses. Zusätzliche Anziehungskraft wird durch das nahegelegene Hanse Outlet in der Gemeinde Broderstorf generiert, das durch seine Strahlkraft auch überregionale Kundschaft anspricht.



Abbildung 18: Globus-Baumarkt am FMS Globus in Roggentin

Aufgrund der Verkaufsflächengröße, der Betriebsstruktur sowie der starken Synergieeffekte durch die benachbarten Magnetbetriebe ist dem Globus-Baumarkt in Roggentin eine zukunftsfähige Performance und Marktposition zu attestieren.

Betriebe in Streulage innerhalb des Untersuchungsraums

Darüber hinaus befinden sich weitere Betriebe in Streulage innerhalb des Untersuchungsraums, die jedoch keiner ausgewiesenen oder faktischen Fachmarktstandort/-agglomeration zugeordnet werden können. An dieser Stelle sei darauf hingewiesen, dass es sich hierbei um deutlich kleiner dimensionierte Anbieter als den oben Genannten oder auch im Vergleich zum Vorhabenmarkt handelt und diese im Wesentlichen

Baustoffhändler oder „Hybridformen“ zwischen einem Baustoffhändler und einem kleinen Baumarkt darstellen. Dem gegenüberstehend ist in den Streulagen kein zu den obigen Betrieben vergleichbarer Baumarkt im klassischen Sinne mit einer Verkaufsfläche von über 3.000 qm ansässig. Vor diesem Hintergrund stehen diese Betriebsformen auch nur bedingt in direkter Konkurrenz zum Vorhabenmarkt (mehr dazu in Kapitel 7.3.1). Folgende Betriebe wurden im Rahmen der nachfolgenden Wirkungsprognose des Vorhabens berücksichtigt:

- Sonderpreis-Baumarkt in Neubukow (außerhalb des Einzugsgebiets)
- Team Baucenter-Markt in Neubukow (außerhalb des Einzugsgebiets), Stäbelow (innerhalb des Einzugsgebiets) und Bentwisch (außerhalb des Einzugsgebiets)
- EGN-Baustoffmarkt und Hinrichs Pflanzenhandel in Kröpelin (innerhalb des Einzugsgebiets)
- Müller & Zi Kaminöfen in Bad Doberan (innerhalb des Einzugsgebiets)
- BHG Baumarkt in Satow (innerhalb des Einzugsgebiets)
- Fries-Holzhandel in Lambrechtshagen (innerhalb des Einzugsgebiets)
- Baustoffhändler und Spezialanbieter in Rostock: Raab Karcher, Jacob Cement, Harry's Fliesenmarkt, Hammer Fachmarkt (alle innerhalb des Einzugsgebiets)



Abbildung 19: Sonderpreis-Baumarkt (links) und Team Baucenter in Neubukow

Die Rostocker Straße (B 105) in Lambrechtshagen als Standort für einen Hornbach-Bau- und Gartenmarkt | Verträglichkeitsgutachten zu einem Ansiedlungsvorhaben



Abbildung 20: EGN Baustoffmarkt in Kröpelin (links) und Team Baucenter in Stäbelow



Abbildung 21: Fries-Holzhandel in Lambrechtshagen (links) und Raab Karcher in Rostock

6 Vorhaben- und Wirkungsprognose

6.1 Marktanteils- und Umsatzprognose

Bei der Betrachtung des Einzugsgebiets eines Einzelhandelsbetriebs sind zwei Dimensionen zu beachten:

- die räumliche Ausdehnung des Einzugsgebiets und
- die Höhe der Nachfrageabschöpfung in diesem Gebiet.

Während das Einzugsgebiet den Raum repräsentiert, aus dem ein Handelsstandort regelmäßig seine Kunden gewinnt, bezeichnet der **Marktanteil** den Umfang an Nachfrage, den ein Handelsstandort aus diesem Gebiet binden kann.

Die **Umsatzprognose** für das Vorhaben basiert auf der Einschätzung erzielbarer Nachfrageabschöpfungen (Marktanteile) der geplanten Nutzung im Einzugsgebiet, die für das Hauptsortiment des Bau- und Gartenbedarfs aus dem Gravitationsmodell zur Ermittlung der Umsatzumverteilungswirkungen (siehe Kapitel 4) abgeleitet worden sind. Anschließend erfolgte eine Plausibilitätskontrolle der sich daraus ergebenden Flächenproduktivität anhand von umfangreichen Erfahrungswerten und empirischen Untersuchungen von Dr. Lademann & Partner. Dabei wurden auch die Standortqualitäten und die vorhabenrelevante Wettbewerbssituation im Raum berücksichtigt. Zudem war ein besonderes Augenmerk auf das äußerst ausgeprägte Agglomerationsumfeld zu legen.

Für das Vorhaben ist davon auszugehen, dass es insgesamt einen Marktanteil im Einzugsgebiet von etwa 14 % erreichen wird. Im Kernsortiment Bau- und Gartenbedarf wird dabei mit rd. 21 % der mit Abstand höchste Marktanteil erreicht, wobei dieser im Kerneinzugsgebiet der Zone 1a naturgemäß am höchsten ausfällt (rd. 42 %). Bei den zentrenrelevanten Randsortimenten können nur vergleichsweise geringe Marktanteile von unter 5 % erreicht werden. Insgesamt beläuft sich der Marktanteil in den prüfungs- und zentrenrelevanten Randsortimenten Haus- und Heimtextilien, Hausrat/Wohnaccessoires und Blumen auf rd. 2 % innerhalb des Einzugsgebiets. Dies verdeutlicht noch einmal, dass den zentrenrelevanten Randsortimenten im Angebotsspektrum des Vorhabens eine deutlich untergeordnete Rolle zukommt und das Vorhaben die Angebotsstrukturen innerhalb des Untersuchungsraums künftig nicht prägen werden.

Marktanteile des Hornbach-Markts (Inkl. Erweiterungsoption)*

Bau- und Gartenbedarf (nicht-zentrenrelevant)	Zone 1a	Zone 1b	Zone 2a	Zone 2b	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	4,2	19,1	36,4	83,6	143,4
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	1,8	6,1	9,7	12,9	30,5
Marktanteile	42%	32%	27%	15%	21%
zentrenrelevante Randsortimente					
Marktpotenzial (Mio. €)	2,4	10,8	20,5	47,0	80,7
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,1	0,3	0,5	0,6	1,4
Marktanteile	4%	3%	2%	1%	2%
Gesamt					
Marktpotenzial (Mio. €)	6,6	29,9	56,9	130,7	224,1
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	1,9	6,4	10,1	13,5	31,9
Marktanteile	28%	21%	18%	10%	14%

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

Tabelle 10: Marktanteile des Hornbach-Markts innerhalb des Einzugsgebiets

Darüber hinaus nehmen die Gutachter an, dass etwa 15 % des Vorhabenumsatzes nicht durch die Abschöpfung von im Einzugsgebiet vorhandener Nachfrage generiert, sondern auf diffuse Streuumsätze entfallen werden. Diese Umsätze werden also mit Kunden generiert, die außerhalb des Einzugsgebiets und damit z.T. schon relativ weit vom Vorhabenstandort entfernt leben und diesen nur sporadisch oder zu gewissen Anlässen gezielt anfahren. Insbesondere ist hier auf die Kundschaft aus dem restlichen Gebiet des Landkreises Rostock sowie des östlichen Stadtgebiets der Hansestadt zu verweisen, für die der Ostseepark Sievershagen bereits heute eine attraktive Einkaufsalternative darstellt. Andererseits fallen hierunter auch Touristen/Besucher/Gäste und (Berufs-)Pendler.

Unter Berücksichtigung von Streuumsätzen in genannter Höhe errechnet sich das Gesamtumsatzpotenzial des Vorhabens. Danach wird sich der **einzelhandelsrelevante Brutto-Umsatz des Vorhabens** im Worst Case bei einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von rd. 1.800 € je qm Verkaufsfläche auf insgesamt

rd. 37,5 Mio. € belaufen¹³,

wovon der Schwerpunkt sortimentsseitig mit rd. 35,8 Mio. € eindeutig auf das nicht-zentrenrelevante Hauptsortiment Bau- und Gartenbedarf entfällt (davon rd. 2,4 Mio. € über die Erweiterungsoption der Freifläche auf dem Parkplatz). Die Umsätze bei den

¹³ Im Rahmen der Umsatzprognose wurde einerseits berücksichtigt, dass die Bau- und Gartenmarktbranche nach den umsatzstarken Jahren der Corona-Pandemie zuletzt geringfügige Umsatzrückgänge verzeichnete. Dennoch stellte das Jahr 2023 das drittbeste Ergebnis der vergangenen zehn Jahre dar (vgl. Retail Real Estate Report der Hahn Gruppe 2024/25). Andererseits war zu berücksichtigen, dass in der Stadt Rostock schon heute ein performancestarker Bauhaus-Markt direkt östliche des Vorhabenstandorts betrieben wird, welcher sich restriktiv auf die Ausstrahlungskraft des Vorhabens sowie seine künftige Umsatzgenerierung auswirkt. Auch die überdurchschnittlich große Verkaufsfläche des Markts (im Vergleich zu Hornbach-Märkten in Deutschland) ist zu berücksichtigen, da dies in der Regel mit niedrigeren Flächenleistungen einhergeht.

zentrenrelevanten Randsortimenten liegen hingegen bei rd. 1,7 Mio. € und somit auf einem vergleichsweise geringen Niveau.

Solche Randsortimente sind gleichwohl oftmals betriebsökonomisch notwendig. Denn der Verkauf von langlebigen Gütern des Bau- und Gartenbedarfs, die vergleichsweise weit auseinanderliegende Beschaffungszyklen aufweisen, rentiert sich häufig nur, wenn auch ein ergänzendes Angebot an mittelfristigen Bedarfsgütern (z.T. zentrenrelevante Sortimente) verkauft wird. Randsortimente mit einem thematischen Zusammenhang zum Hauptsortiment werden von den Verbrauchern erwartet und gehören in gewissem Umfang somit immer zum Angebotsspektrum eines Bau- bzw. Gartenmarkts.

Umsatzstruktur des Hornbach-Markts (inkl. Erweiterungsoption Parkplatz und Sonderaktionen)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächen- produktivität*	Umsatz in Mio. €
Bau- und Gartenbedarf ("feste" VKF)	16.250	2.100	33,4
Bau- und Gartenbedarf (Erweiterungsoption Parkplatz und Sonderaktionen)	3.450	700	2,4
zentrenrelevanter Bedarf	800	2.100	1,7
Summe	20.500	1.800	37,5

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *In €/qm VKF. Werte gerundet.

Tabelle 11: Umsatzstruktur des Vorhabens

Für das Vorhaben ist von einem prospektiven Marktanteil innerhalb des Einzugsgebiets bezogen auf das Kernsortiment Bau- und Gartenbedarf von insgesamt rd. 21 % auszugehen. Nach den Modellrechnungen ergibt sich daraus im realitätsnahen Worst Case und unter zusätzlicher Berücksichtigung von Streuumsätzen und der Umsätze der zentrenrelevanten Randsortimente, ein Umsatzpotenzial für das Vorhaben (einschließlich der Erweiterungsoption) von insgesamt rd. 37,5 Mio. € (brutto).

6.2 Wirkungsprognose im Kernsortiment Bau- und Gartenbedarf

6.2.1 Vorbemerkungen

Die nachfolgend dargestellte Wirkungsprognose untersucht, wie sich der prognostizierte Umsatz im prüfungsrelevanten Kernsortiment Bau- und Gartenbedarf unter Berücksichtigung der räumlichen Verteilung auf den relevanten Einzelhandel im Untersuchungsraum auswirken wird. Als Prognosejahr wurde dabei das Jahr 2028 als erstes Jahr der Marktwirksamkeit des Vorhabens herangezogen.

Die mit der Umsetzung des Vorhabens zu erwartenden Umsatzumverteilungswirkungen gegenüber dem Bestandseinzelhandel im Untersuchungsraum wurden für das Hauptsortiment Bau- und Gartenbedarf auf der Basis eines modifizierten Huff-Ansatzes simuliert. Einbezogen wurden dabei die relevanten Einzelhandelsbestände innerhalb des Einzugsgebiets sowie im westlich hiervon gelegenen Neubukow als auch im östlichen Stadtgebiet der Hansestadt Rostock sowie den daran angrenzenden Gemeinden Bentwisch und Roggentin (siehe Kapitel 5).

Konkret wurden damit folgende Standortlagen im Untersuchungsraum betrachtet:

- die strukturprägenden Bau- und Gartenmärkte innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets, darunter die ausgewiesenen Einzelhandelslagen
 - FMA Schutow in Rostock
 - FMS Trelleborger Straße in Rostock und
 - FMS Charles-Darwin-Ring in Rostock
- sonstige Einzelhandelsbetriebe des Bau- und Gartenbedarfs (u.a. Baustoffhändler, Fliesenfachmärkte, Holzfachhandel) in dezentralen Streulagen mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 500 qm innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets.

Des Weiteren wurden auch unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets gelegene und die Wettbewerbslandschaft im Bau- und Gartenbedarf besonders prägende Angebotsstandorte berücksichtigt, da für diese davon auszugehen ist, dass sie von den vorhabeninduzierten Kaufkraftumlenkungseffekten betroffen sein werden. Hierbei handelt es sich um die folgenden Standorte bzw. Betriebe:

- FMS Rövershäger Chaussee in Rostock
- FMA Hanse Center Bentwisch
- FMS Globus Roggentin
- Team Baucenter an der Hansestraße in Bentwisch
- Team Baucenter am Lindenweg in Neubukow
- Sonderpreis-Baumarkt am Amtsgarten in Neubukow

In einem ersten Schritt wurde das Modell auf Grundlage der heutigen Einzelhandels- und Umsatzstruktur kalibriert, wodurch es Informationen darüber liefert, wie viel Umsatz die einzelnen Untersuchungsstandorte mit den jeweiligen Bevölkerungsklustern im Untersuchungsraum generieren und wie viel Umsatz den jeweiligen Standorten von außen (außerhalb des Vorhaben-Einzugsgebiets¹⁴) zufließt.

Darauf aufbauend wurde dann eine Modellierung der Nachfrageströme und Umsatzveränderungen für das Prognosejahr 2028 unter Berücksichtigung der nachfrageseitigen Veränderungen im Raum vorgenommen (= dynamisches Prognosemodell). Dabei

¹⁴ Grundsätzlich gilt: Je näher ein Standort am Rande des Untersuchungsraums liegt und je stärker dieser agglomeriert ist, desto höher fällt der Umsatzanteil aus, der mit Kunden von außerhalb des Untersuchungsraums generiert wird.

wurde auf die aktuellen Bevölkerungsprognosen von MB-Research¹⁵ abgestellt, die für das Einzugsgebiets insgesamt eine leicht negative Bevölkerungsentwicklung voraussagen, wodurch auch das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial bis zum Jahr 2028 leicht absinken wird. Hierdurch wiederum werden die Umsätze der Betriebe innerhalb des Untersuchungsraums (in Höhe der aktuellen Bindung des Nachfragepotenzials) bis zum Jahr 2028 leicht zurückgehen, womit der Vorhabenumsatz auf eine leicht verringerte Umsatzbasis treffen wird (**= wirkungsverschärfender Effekt**). Veränderungen der Pro-Kopf-Ausgabesätze wurden dagegen nicht in die Wirkungsmodellierung eingestellt, da dies mit zu großen Prognoseunsicherheiten verbunden wäre.

Wichtige Einflussgrößen für die Attraktivität bzw. Sogkraft eines Einzelhandelsstandorts waren im Rahmen der Modellierung die vorhandene Verkaufsfläche an den untersuchten Standorten sowie die Entfernung zwischen den Siedlungsschwerpunkten innerhalb des Untersuchungsraums und den Einzelhandelsstandorten. Das heißt: Ein Standort ist für die Kunden einer Region umso attraktiver, je größer seine (sortimentspezifische) Verkaufsfläche und je geringer die Entfernung der Region zum Standort ist. Aus der Attraktivität aller Angebotsstandorte, bezogen auf einen Wohnstandort, sowie der Wahrscheinlichkeit, dass ein Kunde aus einem Wohnstandort an einem Angebotsstandort einkauft, ergibt sich der Umsatz eines Angebotsstandorts. Dieser hängt überdies vom jeweiligen Nachfragepotenzial vor Ort ab. Das auf dem gravitationstheoretischen Ansatz von Huff beruhende Modell bezieht somit die Verteilung der sortimentsspezifischen Verkaufsfläche im Raum sowie die Entfernung und das Gewicht der Bevölkerungsschwerpunkte zu den Einzelhandelseinrichtungen ein.

Als **wesentliche Bestimmungsgrößen für die Modellierung der Umsatzsituation** an den Untersuchungsstandorten im Einzugsgebiet sind im Einzelnen zu nennen:

- Einwohnerzahlen auf kleinräumiger Ebene (100*100m-Raster für die Zonen 1a und 2a sowie 50*50m-Raster für die Zonen 1b und 2b) und Einwohnerprognosen im Untersuchungsraum;
- einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern auf PLZ-Ebene;
- sortimentsspezifische Pro-Kopf-Ausgabesätze für das Kernsortiment Bau- und Gartenbedarf;
- sortimentsspezifische Verkaufsflächenbestände an den untersuchten Standortlagen im Untersuchungsraum;
- nach Teilräumen differenzierte Nachfragebindung im Untersuchungsraum;

¹⁵ Vgl. kleinräumige Bevölkerungsprognose von MB-Research 2024. Die Modellrechnung berücksichtigt insbesondere die Angaben des Statistischen Bundesamts (prozentuale Veränderung auf Ebene der Stadt- und Landkreise sowie Gemeinden > 2.000 Einwohner: 15. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung).

- durchschnittliche Entfernungen zwischen Wohnstandorten und Angebotsstandorten;
- Distanzüberwindungsfaktor¹⁶, der die Mühen und Kosten der zu überwindenden Entfernungen (gemessen in Zeitdistanzen) ausdrückt;
- Attraktivitätsfaktor, der die Anziehungskraft eines Einzelhandelsstandorts anhand seines Agglomerationsgrads bestimmt¹⁷;
- Attraktivitäts- bzw. Betriebstypenfaktor zur Gewichtung der Einzelhandelsstandorte nach Angebotsqualität¹⁸;
- Anteil des Umsatzes, den die untersuchten Einzelhandelsstandorte mit Verbrauchern aus dem Untersuchungsraum erwirtschaften.

¹⁶ In das Huff-Modell wurde ein sortimentsspezifischer Distanzwiderstandsexponent eingestellt: Bezogen auf das Kernsortiment Bau- und Gartenbedarf, das sich durch einen langfristigen Beschaffungsrhythmus und eine vergleichsweise geringe Distanzsensibilität seitens der Verbraucher kennzeichnen lässt (beim Einkauf von Waren des Bau- und Gartenbedarfs besteht seitens der Konsumenten eine höhere Bereitschaft, weitere Wege in Kauf zu nehmen), ist in die Modellierung ein Distanzwiderstandsexponent von -1,4 eingeflossen. Zu dem verwendeten Exponenten siehe auch: Rainer P. Lademann „Zum Einfluss von Verkaufsfläche und Standort auf die Einkaufswahrscheinlichkeit“ in „Theoretische Fundierung und praktische Relevanz der Handelsforschung“, Göttingen 2007.

¹⁷ In das Huff-Modell wurde ein sortimentsspezifischer Attraktivitätsexponent eingestellt: Bezogen auf das Kernsortiment Bau- und Gartenbedarf, das sich durch einen langfristigen Beschaffungsrhythmus und eine vergleichsweise geringe Distanzsensibilität seitens der Verbraucher kennzeichnen lässt (beim Einkauf von Waren des Bau- und Gartenbedarfs besteht seitens der Konsumenten eine höhere Bereitschaft, weitere Wege in Kauf zu nehmen), ist in die Modellierung ein Attraktivitätsexponent von 2,0 eingeflossen. Zu dem verwendeten Exponenten siehe auch: Rainer P. Lademann „Zum Einfluss von Verkaufsfläche und Standort auf die Einkaufswahrscheinlichkeit“ in „Theoretische Fundierung und praktische Relevanz der Handelsforschung“, Göttingen 2007.

¹⁸ An dieser Stelle sei explizit darauf hingewiesen, dass die Parameter „Distanz“ und „Angebotsmasse/Verkaufsflächenbestand“ die wesentlichen Einflussgrößen des Huff-Modells darstellen. Der modelltheoretische Ansatz greift dabei insofern zu kurz, als dass nicht (zumindest nicht ohne Eingriffe durch den Gutachter) hinreichend berücksichtigt werden kann, dass sich aus unterschiedlichen Standort- und Angebotsprofilen (u.a. hinsichtlich der Sortimentsbreite und -tiefe sowie der Preisgestaltung) wesentliche Zielgruppenunterschiede zwischen einem Angebotsstandort und dem Vorhaben ergeben können. Das Huff-Modell unterstellt also eine Homogenität des Sortiments aller Angebotsstandorte, die faktisch aber nicht gegeben ist. Da die Angebots- und Zielgruppenüberschneidungen aber einen maßgeblichen Einfluss auf die tatsächlichen Umsatzumverteilungswirkungen an bestimmten Standorten bzw. die tatsächliche Betroffenheit dieser Standorte haben können, müssen die beiden „Huff-Basisfaktoren“ durch weitere Faktoren ergänzt werden, um valide und möglichst realitätsnahe Ergebnisse erreichen zu können. Mittels eines gutachterlichen Eingriffs in das Huff-Modell wird also sichergestellt, dass sich die unterschiedlichen Angebotsprofile der einzelnen untersuchten Standortlagen und Betreiber und damit auch die unterschiedlich ausgeprägten Wettbewerbsbeziehungen der einzelnen Angebotsstandorte zum Vorhaben unmittelbar in den ermittelten Umsatzumverteilungsquoten widerspiegeln.

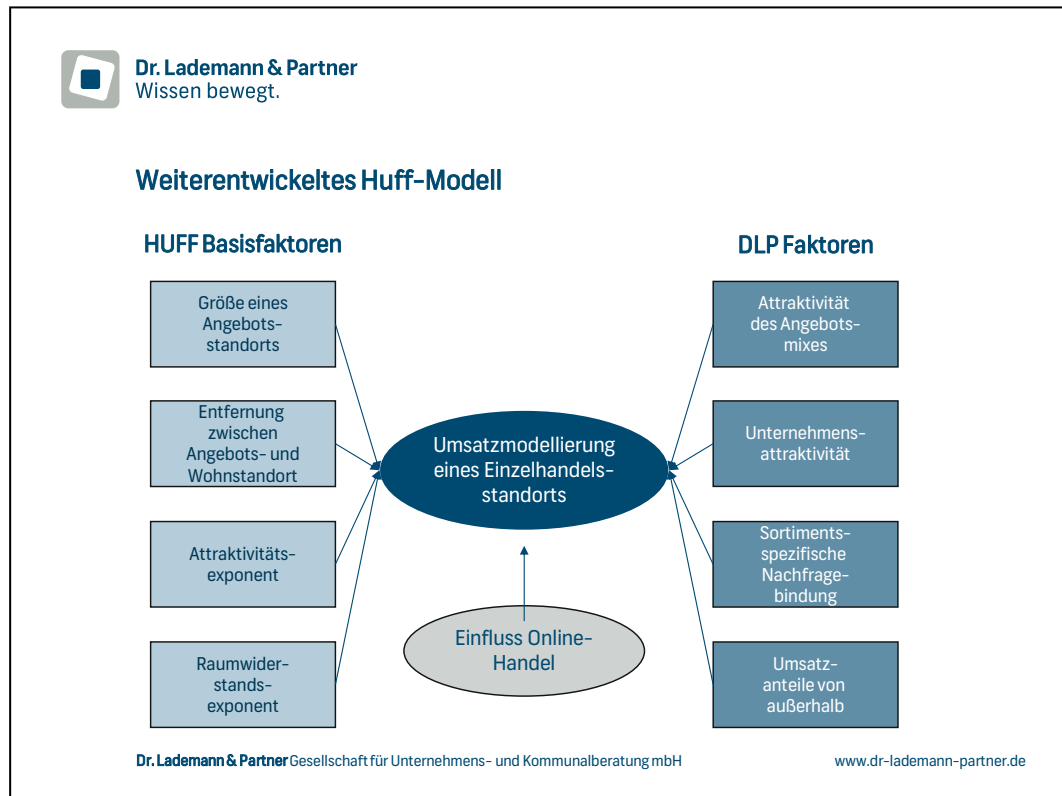


Abbildung 22: Einflussfaktoren des der Wirkungsprognose zugrunde liegenden Huff-Modells

Zur Funktionsweise des verwendeten Gravitationsmodells nach Huff¹⁹:

- Zunächst wird der Untersuchungsraum in Teilräume gerastert (insgesamt etwa 80 Rasterfelder²⁰), für die jeweils das Einwohner- und Nachfragepotenzial ermittelt und die aktuelle Nachfragebindung anhand der Ergebnisse der Analysen zur Angebotssituation geschätzt wird.
- In einer Entfernungsmatrix wird dann für jedes Raster die Entfernung zu den untersuchten Angebotsstandorten (bspw. FMA Schutow) ermittelt und für jeden Angebotsstandort die Verkaufsfläche als Maß für die Attraktivität hinterlegt.
- Im nächsten Schritt wird die Wahrscheinlichkeit, dass ein Konsument aus Raster 1, 2, 3 ... am Standort A, B, C ... einkauft, mittels der Huff-Formel ermittelt.
- Die ermittelten Einkaufswahrscheinlichkeiten je Standort und Raster werden dann mit der für jedes Raster ermittelten gebundenen Nachfrage in Beziehung gesetzt.

¹⁹ Sämtliche Modellierungen erfolgen computergestützt in einem Excel-Tool. Aufgrund der Vielzahl von Rastern und Standorten lässt sich das Rechenmodell nicht in Gänze im Bericht abbilden. Die Ergebnisse werden im nachfolgenden Kapitel in übersichtlicher Form zusammenfassend dargestellt.

²⁰ Ein im Rahmen des Gravitationsmodells definiertes Rasterfeld entspricht dabei allerdings nicht der kleinräumigen 100 x 100m-Ebene, für welche Dr. Lademann & Partner Einwohnerinformationen vorliegen. Vielmehr wurden mehrere 100 x 100m-Raster zu größeren Rasterfeldern zusammengefasst. Unter Gewährleistung einer dennoch hohen Genauigkeit des Modells, kann damit dem Umsatz Rechnung getragen werden, dass sich der Rechenaufwand des Modells mit jedem neuen Rasterfeld deutlich erhöht. Den gesamten Untersuchungsraum in ein 100 x 100m-Raster zu zerlegen, würde die Rechenkapazität des GIS-Systems ausschöpfen bzw. überschreiten.

Daraus kann für jeden Standort abgeleitet werden, wie viel Umsatz mit den in den einzelnen Rastern lebenden Verbrauchern generiert wird. Aus der Aufsummierung der Umsatzzuflüsse aus den einzelnen Rastern ergibt sich der Gesamtumsatz.

- Dann muss für jeden Umsatz je Standort noch eine gutachterliche Schätzung vorgenommen werden, wie viel Umsatzzuflüsse von außerhalb des Untersuchungsraums (z.B. durch Touristen und Pendler) noch hinzukommen. Zudem werden die Umsätze je Standort noch um einen individuellen Attraktivitäts- und Strukturindex bereinigt, der qualitative Aspekte abbildet, die im quantitativen Rechenmodell nicht erfasst werden bzw. auch nicht erfasst werden können.
- Im Ergebnis simuliert das Huff-Modell also die Kaufkraftströme im Raum und liefert Informationen zu den Umsätzen je Standort. Für die Wirkungsprognose werden dann zunächst die veränderten Einwohnerzahlen bis zum Prognosejahr sowie die Umsatzveränderungen an den Untersuchungsstandorten eingespielt. Zudem werden die sortimentspezifischen Verkaufsflächen des Ansiedlungsvorhabens im Modell als Einkaufsmöglichkeit ergänzt. Dadurch verschieben sich die Kaufkraftströme im Raum und damit auch die Umsätze an den einzelnen Untersuchungsstandorten. Der für 2028 anzunehmende Bestandsumsatz (ohne das Vorhaben) wird dann dem zu erwartenden Bestandsumsatz nach Eintritt des Vorhabens gegenübergestellt, woraus sich dann die absoluten Umsatzrückgänge und Umsatzumverteilungsquoten ergeben.

Abschließend sei noch darauf verwiesen, dass sich das Volumen des DIY-Gesamtmarkts, welcher im Endeffekt den Bau- und Gartenbedarf widerspiegelt, zu einem signifikanten Anteil aus Betriebsformen generiert, die nicht den klassischen Bau- und Gartenmärkten zugeordnet werden können. So nahmen im Geschäftsjahr 2023 die klassischen Baumärkte (inkl. angeschlossenen Gartencenter) einen Anteil am Gesamtmarkt des DIY-Segments von rd. 19 % ein. Weitere rd. 18 % entfielen auf reine Gartencenter und weitere Fachmarktkonzepte (u.a. Raumausstatter, Fliesenfachmärkte, Baustoff- und Bauelementehandel, Holzfachhandel). Diese Betriebsformen bilden den **DIY-Kernmarkt** und machen zusammen rd. 37 % des Gesamtmarkts aus. Dem gegenüberstehend entfallen rd. 38 % auf den übrigen Fachhandel, welcher maßgeblich durch den Möbel- und Elektrohandel sowie weitere Fachbereiche geprägt ist. Die hierin enthaltenen Betriebe vertreiben Waren des Bau- und Gartenbedarfs im teilweise breit aufgestellten und quantitativ umfassenden Randsortimentsbereich. Die verbleibenden rd. 25 % werden durch unterschiedliche Betriebsformen vereint, darunter u.a. SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte, Lebensmitteldiscounter, Kauf- und Warenhäuser, Versand- und Großhandel sowie Handwerker als auch Randsortimentsbereiche weitere Betriebsformen (bspw. Drogeriemärkte, Tankstellen, Restposten etc.).²¹ Vor dem Hintergrund dieser dispersen Verteilung der Umsätze im Segment des Bau- und

²¹ Vgl. IFH Retail Consultants/Klaus Peter Teipel – Research & Consulting, Februar 2024.

Gartenbedarfs treffen Dr. Lademann & Partner die Annahme, dass rd. 20 % des Vorhabenumsatzes zulasten jener Betriebsformen umverteilt werden, die nicht dem DIY-Kernmarkt zugeordnet werden und dennoch einen signifikanten Anteil am Gesamtumsatzes des Gesamtmarkts einnehmen. Somit vermag das Vorhaben einen Teil dieser als gegenwärtige Kaufkraftabflüsse zu betrachtende Umsätze zurückzuziehen. Insbesondere bei (raumbedeutenden) Neuansiedlungen sind die Auswirkungen von Kaufkraft-rückholeffekten im Raum deutlich erkennbar. Dabei wurde unterstellt, dass sich ein Teil des Umsatzes des geplanten Hornbach-Baumarkts aus der Rückholung derzeit abfließender Kaufkraft (z.B. in den Online-Handel, an die o.g. Betriebsformen bzw. deren Randsortimentsbereiche oder an Standorte außerhalb des Untersuchungsraums wie Baumärkte in den umliegenden Zentralen Orten) speisen wird.

6.2.2 Umsatzherkunft und Umverteilungsrelevanz

Wie den Ausführungen im vorangegangenen Kapitel entnommen werden kann, werden sich die Umsätze des Vorhabens aus verschiedenen Quellen speisen. Dabei wird nicht der gesamte von dem geplanten Bau- und Gartenmarkt erzielte Umsatz auch tatsächlich umverteilungsrelevant gegenüber den untersuchten Handelslagen im Untersuchungsraum. Hinsichtlich der Umsatzherkunft und Umverteilungsrelevanz lässt sich zusammenfassend Folgendes festhalten:

- Etwa 15 % des Vorhabenumsatzes werden mit Streukunden erwirtschaftet, die außerhalb des Einzugsgebiets leben, aber dennoch gelegentlich am Vorhabenstandort einkaufen. Hierunter fällt insbesondere Kundschaft aus dem restlichen Gebiet des Landkreises Rostock sowie des östlichen Stadtgebiets der Hansestadt Rostock, außerdem Touristen/Gäste/Besucher und (Berufs-)Pendler. Die Streuumsätze werden im Untersuchungsraum nicht umverteilungsrelevant und entsprechend aus der Wirkungsmodellierung ausgeklammert.
- Etwa 20 % des Vorhabenumsatzes speisen sich aus der Rückholung von Kaufkraft, die derzeit von Betriebsformaten und deren Randsortimentsbereich gebunden ist, die nicht dem klassischen DIY-Kernmarkt zugeordnet werden (u.a. Möbel- und Elektrohandel, SB-Warenhäuser, Verbrauchermärkte, Lebensmitteldiscounter, sonstiger Fachhandel). Hierunter fallen darüber hinaus auch der Online-Handel sowie Standorte außerhalb des Untersuchungsraums (umliegende Mittelzentren). Dieser Teil des Vorhabenumsatzes wird dem untersuchten Bestandseinzelhandel also nicht „entzogen“ und ist somit auch nicht verdrängungswirksam.

Umsatzherkunft und Umverteilungsrelevanz des Vorhabens im Segment Bau- und Gartenbedarf

Vorhabenumsatz/Umsatzquelle	Bau- und Gartenbedarf
Vorhabenumsatz	35,8
Streuumsätze .H.v. 15%	5,4
Kaufkraftrückholung ggü. dem Online-Handel/nicht betrachteten Standorten und Betriebsformen i.H.v. 20%	7,2
im Untersuchungsraum umverteilungsrelevanter Umsatz	23,3

Quelle: Berechnungen von Dr. Lademann & Partner. Werte in Mio. € und gerundet.

Tabelle 12: Umsatzherkunft und Umverteilungsrelevanz

6.2.3 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Bau- und Gartenbedarf

Der geplante Hornbach-Markt wird sein Kernsortiment Bau- und Gartenbedarf auf einer Verkaufsfläche von insgesamt bis zu rd. 19.700 qm anbieten. Nach den Worst-Case-Prognosen von Dr. Lademann & Partner wird auf der projektierten Verkaufsfläche ein künftiger Umsatz in Höhe von prospektiv rd. 35,8 Mio. € erwirtschaftet werden. Hiervon werden rd. 23,3 Mio. € verdrängungswirksam gegenüber dem untersuchten Bestandseinzelhandel im Untersuchungsraum (siehe Tabelle 12).

In Zusammenhang mit der Wirkungsprognose ist außerdem darauf hinzuweisen, dass Umsatzumverteilungswirkungen erst ab einer bestimmten Größenordnung wesentliche städtebauliche oder raumordnerische Konsequenzen auslösen können. Eine Verdrängungswirkung von weniger als 0,1 Mio. € Umsatz im Jahr an einem Standort wird keine spürbaren Auswirkungen nach sich ziehen. Umsatzrückgänge unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze von rd. 0,1 Mio. € sind daher trotz ggf. hoher Umsatzumverteilungsquoten nicht weiter zu beanstanden.²²

An den untersuchten Standortlagen werden dadurch nach den Prognosen der Gutachter folgende maximale Umsatzumverteilungswirkungen ausgelöst:

²² Vgl. u.a. Urteil 10 A 167/08 des OVB Nordrhein-Westfalen vom 30. September 2009

Absatzwirtschaftlich ermittelte Umsatzumverteilungsquoten im Bau- und Gartenbedarf

Untersuchte Standortlagen	Wirkungsprognose 2028		
	Perspektivischer Bestandumsatz	Umsatzrückgang absolut	Umverteilungsquote
	in Mio. €		in %
Streulage Zone 1a	1,6	0,5	27,9%
FMA Schutow (Zone 1b)	32,5	8,1	25,0%
Streulage Zone 1b	4,1	1,0	25,0%
Streulage Zone 2a	8,1	2,0	25,2%
FMS Trelleborger Straße (Zone 2b)	9,9	2,5	25,7%
FMS Charles-Darwin-Ring (Zone 2b)	8,8	1,3	15,3%
Streulage Zone 2b	2,3	0,6	24,6%
FMS Rövershäger Chaussee (außerhalb EZG)	19,2	2,6	13,4%
FMA Hanse Center Bentwisch (außerhalb EZG)	12,1	1,5	12,5%
FMS Globus Roggentin (außerhalb EZG)	21,9	2,7	12,4%
Streulage Bentwisch (außerhalb EZG)	1,4	0,07	*
Streulage Neubukow (außerhalb EZG)	4,3	0,3	6,8%
	126,2	23,3	18,4%

Quelle: Eigene Berechnungen von Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

* Absolute Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € sind rechnerisch nicht mehr nachweisbar.

Tabelle 13: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Bau- und Gartenbedarf

Wie der Tabelle entnommen werden kann, bewegen sich die absatzwirtschaftlichen ermittelten Umsatzumverteilungsquoten im Segment Bau- und Gartenbedarf bei durchschnittlich rd. 18 %, wobei in der standortbezogenen Betrachtung eine „Spreizung“ der Umsatzumverteilungsquoten erkennbar wird.

Die höchsten Umsatzumverteilungseffekte wurden absatzwirtschaftlich gegenüber den Betrieben in Streulage der Zone 1a ermittelt, gleichwohl hier einzig ein Holzfachhandel in Lambrechtshagen auszumachen ist. Die hohen rechnerischen Umverteilungseffekte sind im Wesentlichen auf die räumliche Nähe zum Vorhabenstandort zurückzuführen. Aufgrund der teilweise erheblichen Abweichungen bezüglich der Verkaufsflächendimensionierung, der Sortimentsbreite als auch -tiefe sowie des generellen Vertriebskonzepts zwischen einem reinen Holzfachhandel und einem klassischen Baumarkt mit Vollsortiment sind diese in der Realität jedoch deutlich zu relativieren.

Des Weiteren lassen sich für die nächstgelegenen Standorte, die über einen größeren Baumarkt verfügen, ebenfalls erhöhte Betroffenheiten ableiten. Hierunter fallen v.a. die FMA Schutow (Bauhaus) und der FMS Trelleborger Straße (Toom) in Rostock mit prospektiven Umsatzumverteilungsquoten von rd. 25 bis 26 %. Als „vollsortimentierte“ Baumärkte mit ebenfalls umfangreicher Gartenabteilung stehen die dort ansässigen Anbieter in direkter Konkurrenz zum geplanten Hornbach-Markt, da diese gegenwärtig für einen Großteil der im Einzugsgebiet des Vorhabens lebenden Verbraucher attraktive Einkaufsalternativen darstellen.

Für die außerhalb des prospektiven Einzugsgebiets gelegenen und untersuchten Standortlagen wurden jeweils Umsatzumverteilungsquoten von unterhalb 15 % ermittelt. Infolge der zunehmenden Distanz zum Vorhabenstandort und des damit einhergehenden erhöhten Aufwands zum Aufsuchen des Standorts durch die Verbraucher sinkt die prospektive Betroffenheit durch die Ansiedlung des Hornbach-Markts. Hier sind mit rd. 13 % die höchsten Umverteilungsquoten für den FMS Rövershäger Chaussee in Rostock zu erwarten.

Die Umsatzumverteilungswirkungen an den untersuchten Standortlagen innerhalb des Untersuchungsraums erreichen im Segment Bau- und Gartenbedarf nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner Werte von im Schnitt etwa 18 %. Mit den höchsten Umsatzumverteilungswirkungen werden sich die großen Baumärkte im näheren Standortumfeld (v.a. FMA Schutow und FMS Trelleborger Straße) konfrontiert sehen.

6.3 Wirkungsprognose in den zentrenrelevanten Randsortimenten

6.3.1 Vorbemerkungen

Im Rahmen der nachfolgenden Wirkungsprognose wird untersucht, wie sich der prognostizierte Umsatz des Vorhabens bezüglich der zentrenrelevanten Randsortimente Haus- und Heimtextilien, Hausrat/Wohnaccessoires und Blumen unter Berücksichtigung der räumlichen Verteilung auf den Einzelhandel im Einzugsgebiet auswirken wird. Hierbei wird angenommen, dass das Vorhaben bis zum Jahr 2028 versorgungswirksam wird.

Im Gegensatz zu der im vorherigen Kapitel dargestellten Berechnung mittels eines modifizierten Huff-Ansatzes erfolgen die prospektiven Umsatzumverteilungen der zentrenrelevanten Randsortimente des Vorhabens mithilfe einer gutachterlichen und durch eine Kaufkraftstromanalyse gestützten Wirkungsprognose.

Hierbei ist vorwegzunehmen, dass Dr. Lademann & Partner im Sinne des Worst-Case-Ansatzes die Wirkungen auf die beiden zentralen Versorgungsbereiche Hauptzentrum City-Kernbereich und Besonderes Stadtraumzentrum Warnemünde in Rostock fokussiert haben, gleichwohl sich innerhalb des Einzugsgebiets wesentlich mehr und in kommunalen Einzelhandelskonzepten ausgewiesene zentrale Versorgungsbereiche befinden (z.B. acht Stadtteilzentren im Rostocker Stadtgebiet sowie Hauptzentrum Innenstadt in Bad Doberan). Bei dem Hauptzentrum City-Kernbereich und Besonderes Stadtraumzentrum Warnemünde handelt es sich um die höherrangigen zentralen Versorgungsbereiche der Hansestadt Rostock. Bei einer Verträglichkeit des Vorhabens bezogen auf diese beiden wesentlichen zentralen Versorgungsbereiche ist davon auszugehen, dass auch die übrigen zentralen Versorgungsbereiche – die auch mehr auf die Nahversorgung ausgerichtet sind bzw. sein sollen – nicht mehr als unwesentlich beeinträchtigt sind.

Auch ist darauf hinzuweisen, dass für die einzelnen zentrenrelevanten Randsortimente im Sinne eines sektoralen Worst Case angenommen wurde, dass im jeweiligen Einzelsegment 800 qm „ausgereizt“ werden, gleichwohl die Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente insgesamt auf max. rd. 800 qm begrenzt werden soll. Damit ist keine Summenbildung in den Umsätzen und Auswirkungen möglich.

Umsatzstruktur der zentrenrelevanten Randsortimente im sektoralen worst-case – keine Summenbildung möglich

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächen- produktivität*	Umsatz in Mio. €
zentrenrelevante Randsortimente			
davon Haus - und Heimtextilien	800	2.200	1,8
davon Hausrat/Wohnaccessoires	800	2.300	1,8
davon Blumen	800	1.700	1,4

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet.

Tabelle 14: Umsatzstruktur der zentrenrelevanten Randsortimente im sektoralen Worst Case – keine Summenbildung möglich

Die Umverteilungswirkungen werden auf Basis der bestehenden Einzelhandelsumsätze (stationärer Einzelhandel im jeweiligen Bezugsraum) ermittelt. Dabei muss zunächst die Verteilung der Wirkung des Vorhabenumsatzes mit Kunden aus dem Einzugsgebiet auf die beiden untersuchten zentralen Versorgungsbereiche prognostiziert werden. Einen wichtigen Anhaltspunkt dafür liefern die bisherige Verteilung der Umsätze, die Typgleichheit bzw. Typähnlichkeit des Angebots sowie die Entfernung zum Vorhabenstandort.

Im nächsten Schritt müssen für eine fundierte Wirkungsabschätzung die Veränderungen der Nachfrageplattform bis zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit des Vorhabens (prospektiv 2028) sowie die Nachfrageströme berücksichtigt werden:

- Die bereits vorhandenen Betriebe (in Höhe der aktuellen Bindung des Nachfragepotenzials) werden insgesamt von einem **Marktrückgang** infolge der leichten Bevölkerungsabnahme im Einzugsgebiet insgesamt betroffen sein. Dieser Effekt ist zwar nicht vorhabeninduziert, reduziert allerdings die Kompensationsmöglichkeiten des Einzelhandels und ist somit **wirkungsverschärfend** zu berücksichtigen.
- **Wirkungsmildernd** schlägt zu Buche, dass das Vorhaben in der Lage sein wird, bisherige Nachfrageabflüsse, die nicht in den beiden zentralen Versorgungsbereichen gebunden werden können, auf sich umzulenken. Das heißt, der mit Kunden aus dem Einzugsgebiet getätigte Vorhabenumsatz muss nicht vollständig zuvor den Händlern in den beiden untersuchten zentralen Versorgungsbereichen zugutegekommen sein. Vielmehr **lenkt das Vorhaben auch bisherige Nachfrageabflüsse auf sich um**. Damit wird hier auch dem Umstand Rechnung getragen, dass einzig die beiden o.g. zentralen Versorgungsbereiche in die Wirkungsprognose eingestellt werden. In der Realität werden sich die Wirkungen auf wesentlich mehr „Schultern“ verteilen.

Erst für den so bereinigten Umverteilungsumsatz ist anzunehmen, dass er zulasten anderer bestehender Einzelhandelsbetriebe in den beiden untersuchten zentralen Versorgungsbereiche umverteilt wird.

In Zusammenhang mit der Wirkungsprognose ist außerdem noch einmal darauf hinzuweisen, dass Umsatzumverteilungswirkungen erst ab einer bestimmten Größenordnung wesentliche städtebauliche oder raumordnerische Konsequenzen auslösen

können. Eine Verdrängungswirkung von weniger als 0,1 Mio. € Umsatz im Jahr an einem Standort wird keine spürbaren Auswirkungen nach sich ziehen. Umsatzrückgänge unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze von rd. 0,1 Mio. € sind daher trotz ggf. hoher (prozentualer) Umsatzumverteilungsquoten nicht weiter zu beanstanden.

6.3.2 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen in den zentrenrelevanten Randsortimenten

An dieser Stelle ist erneut zu betonen, dass sich die ermittelten Umsatzumverteilungseffekte auf ein fiktives Szenario beziehen, in welchem alle drei untersuchten Teilsegmente (Haus- und Heimtextilien, Hausrat/Wohnaccessoires, Blumen) jeweils eine Verkaufsfläche von 800 qm ausschöpfen. Dies stellt eine Worst-Case-Betrachtung für jedes untersuchte Sortiment dar. Im Falle einer nachweisbaren Verträglichkeit dieser Verkaufsflächendimensionierung sind logischerweise auch die Umsatzumverteilungseffekte aller kleiner dimensionierten Ausführungen raumordnerisch verträglich.

Für das Segment Haus- und Heimtextilien berechnet sich eine prospektive durchschnittliche Umsatzumverteilungsquote von rd. 7 %. Während für die Rostocker Innenstadt eine prospektive Umverteilungswirkung von gut 7 % ermittelt wurde, unterschreitet der absolute umverteilungsrelevante Umsatz für das Besondere Stadtzentrum Warnemünde die Schwelle zur rechnerischen Nachweisbarkeit (< 0,1 Mio. €).

Wirkungsprognose des Ansiedlungsvorhabens in Lambrechtshagen - (2028)

Haus- und Heimtextilien (bei 800 qm VKF)	Hauptzentrum City-Kernbereich	Besonderes Stadtteilzentrum Warnemünde	Gesamt
Umsatz vor Ort aktuell	2,85	1,43	4,28
abzgl. Umsatzrückgang durch Marktschrumpfung	-0,01	0,00	-0,02
Umsatz vor Ort (2028)	2,84	1,42	4,26
Vorhabenumsatz (ohne Streuumsätze)	1,05	0,45	1,50
abzgl. Umlenkung von Kaufkraftabflüssen	-0,84	-0,36	-1,20
zzgl. Umlenkung von Kaufkraftzuflüssen	0,00	0,00	0,00
innerhalb des Einzugsgebiets umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz	0,21	0,09	0,30
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels (2028)	7,4%	k.A.	7,0%

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

Tabelle 15: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Haus- und Heimtextilien bei 800 qm VKF

Im zentrenrelevanten Sortiment Hausrat/Wohnaccessoires wurde eine prospektive durchschnittliche Umsatzumverteilungswirkung von rd. 7 % ermittelt. Der ZVB

Hauptzentrum City-Kernbereich ist mit prospektiv rd. 7 % von dem Vorhaben betroffen. Auch hier unterschreitet der absolute umverteilungsrelevante Umsatz für das Besondere Stadtraumzentrum Warnemünde den Wert zur rechnerischen Nachweisbarkeit (< 0,1 Mio. €).

Wirkungsprognose des Ansiedlungsvorhabens in Lambrechtshagen - (2028)

Hausrat/Wohnaccessoires (bei 800 qm VKF)	Hauptzentrum City-Kernbereich	Besonderes Stadtteilzentrum Warnemünde	Gesamt
Umsatz vor Ort aktuell	4,79	0,91	5,70
abzgl. Umsatzrückgang durch Marktschrumpfung	-0,02	0,00	-0,02
Umsatz vor Ort (2028)	4,77	0,91	5,68
Vorhabenumsatz (ohne Streuumsätze)	1,24	0,33	1,56
abzgl. Umlenkung von Kaufkraftabflüssen	-0,90	-0,24	-1,14
zzgl. Umlenkung von Kaufkraftzuflüssen	0,00	0,00	0,00
Innerhalb des Einzugsgebiets umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz	0,33	0,09	0,42
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels (2028)	7,0%	k.A.	7,4%

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

Tabelle 16: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Hausrat/Wohnaccessoires bei 800 qm VKF

Für das Segment **Blumen** unterschreitet der absolute umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz gegen beide untersuchten zentralen Versorgungsbereiche den Wert zur rechnerischen Nachweisbarkeit (< 0,1 Mio. €).

Wirkungsprognose des Ansiedlungsvorhabens in Lambrechtshagen - (2028)

Blumen (bei 800 qm VKF)	Hauptzentrum City-Kernbereich	Besonderes Stadtteilzentrum Warnemünde	Gesamt
Umsatz vor Ort aktuell	0,61	0,53	1,14
abzgl. Umsatzrückgang durch Marktschrumpfung	0,00	0,00	0,00
Umsatz vor Ort (2028)	0,61	0,53	1,14
Vorhabenumsatz (ohne Streuumsätze)	0,58	0,58	1,16
abzgl. Umlenkung von Kaufkraftabflüssen	-0,49	-0,49	-0,98
zzgl. Umlenkung von Kaufkraftzuflüssen	0,00	0,00	0,00
innerhalb des Einzugsgebiets umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz	0,09	0,09	0,17
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels (2028)	k.A.	k.A.	15,3%

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

Tabelle 17: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Blumen bei 800 qm VKF

Die Umsatzumverteilungswirkungen durch die Ansiedlung des Hornbach-Markts erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner im sektoralen Worst Case in den zentrenrelevanten Randsortimenten Haus- und Heimtextilien sowie Hausrat/Wohnaccessoires Werte von im Schnitt rd. 7 %. Diese beziehen sich jedoch insbesondere auf die Rostocker Innenstadt. Dem gegenüberstehend unterschreitet der jeweilige absolute umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz die Schwelle zur rechnerischen Nachweisbarkeit (< 0,1 Mio. €) hinsichtlich des Segments Blumen für beide untersuchten zentralen Versorgungsbereiche sowie in allen Segmenten bezüglich des Besonderen Stadtraumzentrums Warnemünde.

7 Bewertung des Vorhabens

7.1 Zu den Bewertungskriterien

Die Vorhabenrealisierung soll über die Aufstellung eines vorhabenbezogenen Bebauungsplans erfolgen. Die Bewertung des Einzelhandelsvorhabens mit einer Gesamtverkaufsfläche **von bis zu rd. 20.500 qm (inkl. Erweiterungsoption)** bemisst sich somit anhand von **§ 1 Abs. 6 Nr. 4, 8a und 11 BauGB, des § 2 Abs. 2 BauGB sowie des § 1 Abs. 4 BauGB²³** in Verbindung mit den raumordnerischen Bestimmungen der Landesplanung in Mecklenburg-Vorpommern²⁴ und der Regionalplanung für den Planungsverband Region Rostock²⁵.

Für die Zulässigkeit eines großflächigen Einzelhandelsvorhabens sind demnach folgende, additiv verknüpfte Kriterien von Bedeutung:²⁶

Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern 2016:

LEP MV 2016, Kap. 4.3.2 Ziel 1 (Konzentrationsgebot):

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

LEP MV 2016, Kap. 4.3.2 Ziel 2 (Kongruenzgebot und Beeinträchtigungsverbot):

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

LEP MV 2016, Kap. 4.3.2 Ziel 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

²³ Nach § 1 Abs. 4 BauGB sind die Bauleitpläne den Zielen der Raumordnung anzupassen.

²⁴ Vgl. Landesentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern (kurz: LEP M-V) aus dem Jahr 2016.

²⁵ Vgl. Raumentwicklungsprogramm Region Rostock (kurz: RREP) Entwurfsvorlage zur Neuaufstellung vom 4. Januar 2024. Der endgültige Beschluss des Neuentwurfs soll im Laufe des Jahres 2025 erfolgen. Vor diesem Hintergrund soll das sich gegenwärtig im Entwurf befindliche RREP dennoch als Bewertungsmaßstab herangezogen werden.

²⁶ Dargestellt werden nur die für das konkrete Vorhaben relevanten Bestimmungen.

- *eine integrierte Lage in den Zentralen Versorgungsbereichen aus städtebaulichen Gründen nicht umsetzbar ist,*
- *das Vorhaben zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung beiträgt und*
- *die Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden.*

Zentrenrelevante Kernsortimente sind

- *die Sortimente gemäß Abbildung 21 sowie*
- *weitere Sortimente, die von einer Gemeinde als zentrenrelevant festgelegt werden (ortspezifische Sortimentsliste).*

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

LEP MV 2016, Kap. 4.3.2 Ziel 4:

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

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 MV 2016, Kap. 4.3.2 Ziel 5:

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

LEP MV 2016, Kap. 4.3.2 Ziel 6:

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

Das Raumentwicklungsprogramm der Region Rostock in seiner Entwurfsfassung von Januar 2024 greift die o.g. Ziele des LEP M-V zur Entwicklung des großflächigen Einzelhandels auf und konkretisiert diese nicht weiter, wodurch sich keine zusätzlichen Prüfkriterien aus dem RREP ergeben.

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

Nach den Bestimmungen des BauGB ist neben den bereits angesprochenen Belangen der Raumordnung zu prüfen, ob das Vorhaben zentrale Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Versorgung mehr als unwesentlich beeinträchtigt. Darüber hinaus ist das Vorhaben auf seine Kompatibilität mit dem regionalen Einzelhandelskonzept des Stadt-Umland-Raums Rostock (Entwicklungsrahmen) des Stadt-Umland-Raums Rostock bzw. seiner Fortschreibung²⁷ hin zu prüfen.

7.2 Zur zentralörtlichen Zuordnung

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

Der Gemeinde Lambrechtshagen ist gemäß den raumordnerischen Vorgaben keine direkte eigenständige zentralörtliche Funktion zugewiesen. Allerdings ist die Gemeinde nach der Landesplanung in Mecklenburg-Vorpommern dem Stadt-Umland-Raum Rostock (kurz: SUR Rostock) zugeordnet. Gemäß LEP M-V 2016 Kap. 4.3.2 Ziel 6 sind Einzelhandelsgroßprojekte ausnahmsweise auch in den Stadt-Umland-Räumen zulässig unter Einhaltung der landesplanerischen Ziele 2, 3 und 4 des Kapitels 4.3.2 des Landesentwicklungsplans. Demnach ist es in der Gemeinde Lambrechtshagen vom Grundsatz her möglich, ausnahmsweise auch großflächigen Einzelhandel anzusiedeln, sofern ein Regionales Einzelhandelskonzept vorliegt und das Beeinträchtigungs- und das Integrationsgebot erfüllt werden.

Das Vorhaben ist mit seinem Hauptsortiment Bau- und Gartenbedarf schwerpunktmäßig auf den langfristigen bzw. nicht -zentrenrelevanten Bedarf ausgerichtet. Der Verkaufsflächenbesatz mit zentrenrelevanten Randsortimenten soll auf maximal 800 qm beschränkt werden.

Gemäß der Landesplanung sollen mit den Stadt-Umland-Raum-Konzepten die Ziele einer Stärkung der zentralörtlichen Funktion der Kernstädte (vier Oberzentren, darunter die Hansestadt Rostock, und ein Mittelzentrum), die Sicherung der Versorgung der

²⁷ Vgl. Entwicklungsrahmen Stadt-Umland-Raum Rostock aus dem Jahr 2011.

Bevölkerung auch unabhängig von administrativen Grenzen sowie die Entstehung tragfähiger und nachhaltiger Entwicklungsszenarien für die Stadt-Umland-Räume verfolgt werden. Darüber hinaus werden damit die interkommunale Kooperation gestärkt und es soll Planungssicherheit für Politik, Verwaltung und Einzelhandel angestrebt werden.²⁸ Hierzu leistet das Planvorhaben in Lambrechtshagen in direkter Grenzlage zum Oberzentrum Rostock einen wesentlichen Beitrag. Eine raumordnerische Schieflage zulasten umliegender Zentraler Orte und derer Verflechtungsbereiche ist nicht zu erwarten. Funktional ist der Vorhabenstandort dem SUR Rostock zuzuordnen und stützt das Oberzentrum in seiner Versorgungsfunktion für den raumordnerischen Oberbereich.

Durch die Lage im SUR Rostock ist es in der Gemeinde Lambrechtshagen (keine zentralörtliche Funktion) vom Grundsatz her möglich, ausnahmsweise auch großflächigen Einzelhandel anzusiedeln, sofern ein Regionales Einzelhandelskonzept vorliegt und das Beeinträchtigungs- und das Integrationsgebot erfüllt werden (LEP M-V 2016 Kap. 4.3.2 Ziel 6).

7.3 Zu den Auswirkungen auf die untersuchten Standortlagen und zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum

Ausgewogene Versorgungsstrukturen und damit die Funktionsfähigkeit von Zentralen Orten setzen voraus, dass die zentralen Versorgungsbereiche und das raumordnerische Versorgungsgleichgewicht nicht mehr als unwesentlich beeinträchtigt werden (Beeinträchtigungsverbot).

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

Hinsichtlich der Bewertung der absatzwirtschaftlich ermittelten Umsatzrückgänge ist immer auch die konkrete städtebauliche Ausgangslage der Standortbereiche zu

²⁸ Vgl. Begründung zu LEP M-V 2026, Kap. 4.3.2 Ziel 6

berücksichtigen. Sofern Anhaltspunkte (z.B. leistungsfähig aufgestellte Magnetbetriebe, stabile Kundenfrequenz, hohe städtebauliche Qualität) dafür vorliegen, dass es sich bei einem zentralen Versorgungsbereich oder einer sonstigen Standortlage um einen besonders leistungsfähig aufgestellten Standortbereich handelt, muss auch ein absatzwirtschaftlich ermittelter Umsatzrückgang in spürbarem Ausmaß nicht zwangsläufig negative Folgewirkungen nach sich ziehen. Sofern ein zentraler Versorgungsbereich oder sonstiger Standorttyp jedoch gravierende städtebauliche Mängel erkennen lässt (z.B. hohe Leerstandsquote, Trading-Down-Tendenzen, vorgeschädigte Magnetbetriebe) kann umgekehrt auch ein vergleichsweise geringer Umsatzrückgang bereits negative Auswirkungen nach sich ziehen.

Zu berücksichtigen ist weiterhin, dass Marktaustritte einzelner Betriebe nicht unmittelbar zu einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche und sonstigen Standortlagen führen. Eine Funktionsstörung in beachtlichem Ausmaß liegt erst dann vor, wenn der Versorgungsbereich oder ein zentraler Ort seinen Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr in substantieller Weise wahrnehmen kann.

Im Hinblick auf die Auswirkungen des geplanten Hornbach-Markts war insbesondere zu ermitteln, inwiefern die im Untersuchungsraum befindlichen Anbieter mit Kernsortiment im Bau- und Gartenbedarf von dem Vorhaben negativ beeinträchtigt werden könnten.

Darüber hinaus wurden die beiden zentralen Versorgungsbereiche Hauptzentrum City-Kernbereich sowie Besonderes Stadtraumzentrum Warnemünde in Rostock auf ihre jeweilige prospektive Umsatzumverteilungsbetroffenheit bezüglich der zentrenrelevanten Randsortimente des Vorhabenmarkts (Haus- und Heimtextilien, Hausrat/Wohnaccessoires, Blumen) untersucht und ob diese u.U. einen Funktionsverlust erleiden könnten.

Die Beantwortung der Frage, wann zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionsfähigkeit tatsächlich beeinträchtigt sind, bedarf einer Prüfung der konkreten Umstände im Einzelfall. In der Rechtsprechung verschiedener Oberverwaltungsgerichte (vgl. u.a. OVG Münster, AZ 7A 2902/93, OVG Bautzen, Beschluss 1 BS 108/02, 06.06.2002) wird die Meinung vertreten, dass eine Umsatzumverteilung von mehr als 10 % als Indiz für mehr als unwesentliche Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel herangezogen werden kann. Auch die indizielle Bedeutung dieses Umverteilungswertes ändert aber nichts daran, dass eine Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen im Einzelfall erforderlich ist.

Bei den im Rahmen des Vorhabens geplanten ganz überwiegend nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten des Bau- und Gartenbedarfs sind in besonderem Maße versorgungsstrukturelle Aspekte einzubeziehen. So sind im Hinblick auf die nicht-zentrenrelevanten Sortimente höhere Schwellenwerte anerkannt. Diese können etwa

doppelt so hoch angesetzt werden wie im Hinblick auf zentrenrelevante Sortimente in zentralen Versorgungsbereichen, nämlich bei bis zu etwa 20 % (vgl. u.a. Einzelhandels-erlass Baden-Württemberg, LEP Schleswig-Holstein). Auch insoweit bedarf es aber letztlich einer Einzelfallbetrachtung unter Berücksichtigung aller relevanten städtebaulichen Faktoren.

7.3.1 Kernsortiment Bau- und Gartenbedarf

Das Vorhaben wird gegenüber den untersuchten Standortlagen innerhalb des Untersuchungsraums im nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment Bau- und Gartenbedarf eine prospektive Umsatzumverteilungsquote von im Schnitt ca. 18 % auslösen. Die prognostizierten Umsatzrückgänge betreffen in erster Linie die mit dem geplanten Hornbach-Markt besonders im Wettbewerb stehenden Bau- und Gartenmärkte (u.a. klassische Baumärkte, Gartencenter).

Das Kernsortiment Bau- und Gartenbedarf ist gemäß dem Entwicklungsrahmen des Stadt-Umland-Raums Rostock bzw. des Entwurfs der Fortschreibung des Regionalen Einzelhandelskonzepts – dessen Einstufung der Zentrenrelevanz von einzelnen Sortimenten auf der Rostocker Sortimentsliste des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts der Stadt Rostock beruht – als nicht-zentrenrelevant eingestuft. Dies konnte auch hinsichtlich der faktischen Bestandssituation innerhalb des Untersuchungsraums bestätigt werden. Die struktur- und angebotsprägenden Baumärkte und Gartencenter sind aufgrund ihres großen Platzbedarfs und der Transportsensibilität von Waren des Bau- und Gartenbedarfs ausschließlich an Standorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche verortet. Negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche im Segment Bau- und Gartenbedarf können somit per se ausgeschlossen werden.

Das Beeinträchtigungsverbot bezieht sich allerdings nicht ausschließlich auf den Schutz von zentralen Versorgungsbereichen, sondern auch auf die Wahrung bzw. den Schutz des zentralörtlichen Versorgungssystems. Folglich sollen Zentrale Orte in der Wahrnehmung der ihnen zugewiesenen zentralörtlichen Funktion nicht wesentlich durch Einzelhandelsvorhaben beeinträchtigt werden.

Innerhalb des Untersuchungsraums weisen mehrere Standortlagen eine prospektive Umsatzumverteilungsquote von mehr als 20 % auf, wobei die wesentlichen struktur- und angebotsprägenden Bau- und Gartenmärkte in ausgewiesenen Fachmarktstandorten und -agglomerationen zu verorten sind. Darüber hinaus befinden sich weitere und vornehmlich kleiner dimensionierte Betriebsformen (u.a. Baustoffhandel, kleinere Baumärkte, Gärtnerei) in dezentraler Streulage, die den restlichen Angebotsbestand im Untersuchungsraum vereinen.

Strukturprägende Bau- und Gartenmärkte in den ausgewiesenen Fachmarktstandorten/Agglomerationen

Mit einer voraussichtlichen Umsatzumverteilungsquote von rd. 25 % ist die Fachmarkttagglomeration Schutow in Rostock in spürbarem Maße von dem Vorhaben betroffen. Dies ist darauf zurückzuführen, dass sich der Verbundstandort unmittelbar östlich des Projektstandorts befindet und sich für den dort u.a. verorteten Bauhaus-Markt eine intensive Wettbewerbsbeziehung zum Vorhaben ableiten lässt. So bestehen zwischen den Betriebskonzepten von Bauhaus und Hornbach insbesondere hinsichtlich des Warensortiments im Bau- und Gartenbedarf in Bezug auf die Sortimentsbreite als auch -tiefe sowie die Preisstruktur wesentliche Überschneidungen.

Gleichwohl der bestehende Bauhaus-Markt von spürbaren Umsatzumverteilungseffekten betroffen sein wird, sind diese unter spezifischen Gesichtspunkten und Begebenheiten zu relativieren. Gegenwärtig stellt der Bauhaus-Markt den einzigen klassischen Baumarkt im Rostocker Stadtgebiet mit einer Verkaufsfläche von deutlich über 10.000 qm dar und kann sich somit gegenüber allen weiteren Bau- und Gartenmärkten im Untersuchungsraum deutlich positiv hervorheben. Neben der Verkaufsflächendimensionierung zeichnet sich der Bauhaus-Markt auch hinsichtlich seiner Sortimentsbreite und -tiefe, der Warenpräsentation, des Erscheinungsbilds bzw. der Marktgestaltung sowie der Service-Kompetenz gegenüber den direkten Konkurrenten im Untersuchungsraum aus, sodass der Betreiber in Verbindung mit der guten verkehrlichen Erreichbarkeit gegenwärtig den prospektiv attraktivsten Markt im Bau- und Gartenbedarf innerhalb des Untersuchungsraums darstellt. Gestützt wird dies durch die direkte Nachbarschaft zu den ebenfalls in der FMA Schutow ansässigen Möbelhäusern Ikea und Poco. Damit kann der Verbundstandort aus performancestarken Vertriebslinien des langfristigen Bedarfs eine weitreichende Strahlkraft in den Raum entfalten und stellt bereits heute eine der wesentlichen Anlaufstellen zur Beschaffung von Waren des Bau- und Gartenbedarfs sowie von Möbeln für die Kunden im Untersuchungsraum dar.

Darüber hinaus ist festzuhalten, dass die Wettbewerbssituation klassischer Baumärkte im westlichen Rostocker Stadtgebiet neben dem besagten Bauhaus-Markt lediglich durch einen weiteren Toom-Markt geprägt ist, welcher jedoch deutlich kleiner dimensioniert (rd. 7.000 qm) und weniger attraktiv als das Bauhaus aufgestellt ist. Dem gegenüberstehend ist das östliche Stadtgebiet der Hansestadt bzw. die umliegenden Kommunen durch mehrere klassische Baumärkte (u.a. Hagebauzentrum, Toom, Globus Baumarkt) sowie ein performancestarkes Gartencenter (Grönfingers) versorgt. In diesem Zusammenhang lässt sich ableiten, dass der Bauhaus-Markt gegenwärtig in besonderem Maße die Verbraucher des westlichen Rostocker Stadtgebiets sowie die westlich hiervon gelegenen Städte und Gemeinden (= Einzugsgebiet) ansprechen kann.

Vor diesem Hintergrund ist dem Bauhaus-Markt eine stabile und leistungsfähige Marktposition zu attestieren, da der Betrieb aktuell auf eine überdurchschnittliche Umsatzbasis zurückgreifen kann. Dies lässt den Anbieter „robuster“ gegenüber wettbewerbsinduzierten Umsatzrückgängen agieren.

Trotz der rechnerisch ermittelten Umsatzumverteilungsquoten von über 20 % ist nicht von ‚mehr als unwesentlichen Auswirkungen‘ auf die FMA Schutow auszugehen. In Anbetracht der Performance- und Leistungsfähigkeit des Bauhaus-Markts ist eine vorhabeninduzierte Betriebsaufgabe unwahrscheinlich. Dies wird auch dadurch ersichtlich, dass innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets signifikante Nachfragepotenziale im Bau- und Gartenbedarf vorhanden sind, die durch die bestehenden Angebotsformen nicht vollständig gebunden werden können. Gegenwärtig erzielen die untersuchten Märkte im Einzugsgebiet eine Umsatz-Kaufkraft-Relation im Bau- und Gartenbedarf von rd. 47 % (siehe Kapitel 5.1.1), die damit auf erhebliche Kaufkraftabflüsse hindeutet. Diese fließen prospektiv an die Standorte außerhalb des Einzugsgebiets im östlichen Untersuchungsraum (u.a. Hagebauzentrum, Grönfingers, Toom, Globus Baumarkt), in den Online-Handel, an weitere Betriebsformen bzw. deren Randsortimente innerhalb des Untersuchungsraums (u.a. Möbel- und Elektromärkte, SB-Waren- und Kaufhäuser, Verbrauchermärkte, Discounter etc.) sowie an diffuse Standortlagen außerhalb des Untersuchungsraums (bspw. umliegende Mittelzentren). Mit der Vorhabenrealisierung tritt ein groß dimensionierter und modern aufgestellter Anbieter des Bau- und Gartenbedarfs in verkehrlich sehr gut zu erreichender Lage auf den Markt. Dies trägt nicht nur zum quantitativen Ausbau des Verkaufsflächenangebots, sondern auch maßgeblich zur qualitativen Aufwertung des Angebotsspektrums bei. Infolgedessen vermag das Vorhaben auch in spürbarem Maße einen Teil dieser bestehenden Kaufkraftabflüsse in das Einzugsgebiet zurückzuholen. Hiervon profitieren auch die bereits im Einzugsgebiet ansässigen Betriebe und in besonderem Maße der Bauhaus-Markt in der FMA Schutow in direkter Nähe zum Vorhabenstandort. Somit besteht künftig zwar einerseits eine verschärfte Konkurrenzsituation zwischen dem Vorhaben- und dem bestehenden Bauhaus-Markt, allerdings werden die beiden Anbieter auch eine Art „Baumarktcluster“ bilden und in einem gewissen Maße von gegenseitigen Agglomerations- und Synergieeffekten profitieren können. Verstärkt wird dies durch die bereits ansässigen und ebenfalls sogkräftigen Anbieter der FMA Schutow (u.a. Ikea, Poco) sowie den Ostseepark Sievershagen (u.a. Möbel Roller, Media Markt, Modemarkt Röther, Globus). Damit leistet das Vorhaben einen wesentlichen Beitrag zur Steigerung der Gesamtattraktivität der beiden etablierten Einzelhandelsstandorte, zur Schließung einer baulichen Lücke zwischen diesen beiden sowie zur Rückholung gegenwärtiger Kaufkraftabflüsse im Segment Bau- und Gartenbedarf und damit zum Ausbau sowie zur nachhaltigen Sicherung der Versorgungsstrukturen im Stadt-Umland-Raum Rostock. Vor diesem Hintergrund gelangen Dr. Lademann & Partner zu der

Einschätzung, dass die Folgewirkungen einer Umsatzumverteilung in einer Größenordnung von rd. 25 % keine raumordnerische Relevanz entfalten würden.²⁹

Auch für den **FMS Trelleborger Straße in Rostock** wurde mit prospektiv knapp 26 % eine erhöhte Umsatzumverteilungswirkung ermittelt. Die Standortlage an der B 103 im nordwestlichen Rostocker Stadtgebiet besteht einzig aus einem Toom-Baumarkt (rd. 4 km Entfernung zum Vorhabenstandort). Der Markt zeichnet sich mit rd. 7.000 qm Gesamtverkaufsfläche durch eine deutlich kleinere Dimensionierung als das Vorhaben aus. Infolge der Größe des Markts fällt auch die Sortimentsbreite und -tiefe im Vergleich zu den größer dimensionierten Baumärkten im Untersuchungsraum geringer aus. Dem gegenüberstehend profitiert der Markt neben der guten verkehrlichen Erreichbarkeit an einer der Hauptverkehrsachsen im Rostocker Stadtgebiet auch von dem hohen Einwohnerpotenzial im unmittelbaren Umfeld, welches v.a. im Westen von Großwohnsiedlungen in mehrgeschossiger Plattenbauweise des Ortsteils Lütten Klein geprägt ist. Gleichwohl sich die Waren des Bau- und Gartenbedarfs durch einen erhöhten Platzbedarf und Transportsensibilität auszeichnen, und damit vornehmlich „Kofferraumeinkäufe“ darstellen“, zählt die hohe Einwohnerdichte im unmittelbaren Umfeld des Toom-Markts positiv auf dessen Performance ein. Ferner ist der FMS Trelleborger Straße nahe dem Einkaufszentrum Warnow Park zu verorten, welches mit frequenzschaffenden Magnetbetrieben (u.a. E-Center, dm, Deichmann, Kik) einen etablierten Verbundstandort darstellt. Hiervon kann der Baumarkt durchaus in Form von Agglomerationseffekten profitieren. Zudem agiert der Standort als primäre Anlaufstelle zur Beschaffung von Waren des Bau- und Gartenbedarfs für die Ortsteile Diedrichshagen, Warnemünde, Lichtenhagen, Groß Klein und Lütten Klein. Trotz der geringeren Sogkraft als der in der FMA Schutow ansässige Bauhaus-Baumarkt vermag der Toom dennoch einen nicht unerheblichen Anteil der Nachfragepotenziale aus diesem Bereich zu binden. Somit ist dem Toom-Baumarkt gegenwärtig eine stabile Marktposition zu attestieren. **Trotz der rechnerisch ermittelten Umsatzumverteilungswirkungen von rd. 26 % durch das Vorhaben ist nicht von ‚mehr als unwesentliche Auswirkungen‘ im Sinne einer Funktionsstörung oder gar einer Betriebsaufgabe auszugehen.**

Für den **FMS Charles-Darwin-Ring** im südlichen Stadtgebiet von Rostock berechnet sich eine prospektive Umsatzumverteilungswirkung von rd. 15 %. Das Einzelhandelsangebot setzt sich ausschließlich aus dem ansässigen Hagebauzentrum-Baumarkt zusammen. Mit einer Gesamtverkaufsfläche von etwa 10.000 qm fällt dieser innerhalb

²⁹ Der Vorhabenstandort liegt in administrativ in Lambrechtshagen und damit im Gemeindegebiet eines Ortes ohne zentralörtliche Funktion. Allerdings ist die Gemeinde Lambrechtshagen dem Stadt-Umland-Raum Rostock zugewiesen und grenzt unmittelbar westlich an das Oberzentrum Rostock. Gemäß der Begründung zu LEP M-V Kapitel 4.3.2 Ziel 6 bestehen intensive Einzelhandelsverflechtungen zwischen der Hansestadt Rostock und einzelnen Standortlagen in Gemeinden des Stadt-Umland-Raums (darunter auch der Ostseepark Sievershagen in Lambrechtshagen), welche bereits heute bedeutende oberzentrale Funktionen für die Kernstadt (Rostock) wahrnehmen. Im Rahmen dieser speziellen lokalen Umstände des Vorhabenstandorts in unmittelbarer Grenzlage zum Rostocker Stadtgebiet sowie dessen Zugehörigkeit und Funktion im SUR Rostock darf die vorhabeninduzierte Veränderung der Kaufkraftströme im Raum nicht zulasten des Oberzentrums Rostock bzw. als Restriktion dessen oberzentraler Versorgungsfunktion betrachtet werden. Gemäß dem LEP M-V leistet das Vorhaben einer Stärkung zur Versorgung im SUR Rostock bei.

der Vertriebslinie zwar deutlich überdurchschnittlich aus, allerdings ist das Hagebauzentrum kleiner dimensioniert als der Vorhabenmarkt sowie der Bauhaus-Markt der FMA Schutow. Insgesamt verzeichnet der Markt am Charles-Darwin-Ring einen zeitgemäßen Auftritt und befindet sich in verkehrlich gut zu erreichender Lage an der L 132 in rd. 9 km südöstlicher Entfernung zum Vorhabenareal. Aufgrund der Verortung des Hagebauzentrums am südlichen Rand des Stadtgebiets von Rostock zielt der Markt vornehmlich auf die Kundenansprache des zentralen und südlichen Siedlungsgebiets von Rostock (u.a. die Ortsteile Stadtmitte, Südstadt und Biestow) sowie der südlich hiervon gelegenen Kommunen des Landkreises Rostock ab. Damit überschneiden sich die prospektiven Einzugsbereiche des Vorhabenmarkts und des Hagebauzentrums am FMS Charles-Darwin-Ring zwar zu einem gewissen Grad, allerdings unterscheiden sich die Marktdurchdringungen der Betriebe in den jeweiligen Ortsteilen und Kommunen bzw. die durch die Märkte erzeugte Abschöpfung des Nachfragepotenzials mehr als unerheblich, wodurch deren Konkurrenzverhältnis zu relativieren ist. Dies wird durch die räumliche Distanz zwischen den beiden Standorten von rd. 9 km unterstrichen. Somit ist festzuhalten, dass das Vorhaben an der Rostocker Straße zwar zu rechnerischen Umsatzumverteilungen von prospektiv rd. 15 % gegen den FMS Charles-Darwin-Ring im Bau- und Gartenbedarf führen wird, eine vorhabeninduzierte Betriebsaufgabe des dort ansässigen Hagebauzentrums jedoch nicht zu erwarten ist. Vielmehr werden die Märkte in gegenseitiger Ergänzung die räumliche Versorgung des Einzugsgebiets mit Waren des Bau- und Gartenbedarfs sicherstellen mit guter Erreichbarkeit aus allen Teilräumen des Einzugsgebiets.

Die an dem FMS Rövershäger Chaussee in Rostock ansässigen Betriebe verzeichnen eine prospektive Umsatzumverteilungsquote von rd. 13 %. Hiervon betroffen sind der Hagebauzentrum-Baumarkt sowie das Grönfingers-Gartencenter. Der Baumarkt weist eine stabile Marktposition auf und profitiert neben der sehr guten verkehrlichen Erreichbarkeit direkt an der L 22 (im weiteren Verlauf B 105) v.a. auch von dem agglomerierten Standort mit dem benachbarten Grönfingers-Gartencenter. Der Betrieb mit Spezialisierung auf den Gartenbedarf zeichnet sich durch einen sehr modernen und performancestarken Marktauftritt aus und stellt das einzige reine Gartencenter im Untersuchungsraum dar. Auch hier ist anzumerken, dass sich die Kundenherkunft der beiden Standortlagen – also des FMS Rövershäger Chaussee und des Vorhabenstandorts – mehr als unerheblich unterscheidet, was die Konkurrenzbeziehung deutlich mildert. Während sich das prospektive Einzugsgebiet des Vorhabenmarkts auf das westliche Stadtgebiet Rostocks sowie den westlichen Bereich des Landkreises Rostock konzentriert, vermögen die Anbieter am FMS Rövershäger Chaussee vornehmlich das östliche Stadtgebiet sowie die östlich von Rostock gelegenen Kommunen anzusprechen. Vor dem Hintergrund der stabilen und zukunftsicheren Marktposition der beiden am FMS Rövershäger Chaussee ansässigen Betriebe sind bei einer prospektiven Umsatzumverteilung von rd. 13 % keine vorhabeninduzierten Marktaustritte zu erwarten.

Für den an der [FMA Hanse Center Bentwisch](#) ansässigen Anbieter berechnet sich eine prospektive Umsatzumverteilungswirkung von knapp 13 % und bezieht sich im Sinne eines Worst-Case-Ansatzes vollständig auf den Toom-Baumarkt. Der Markt verfügt über eine im Vergleich zu den Wettbewerbern im Untersuchungsraum durchschnittliche Verkaufsfläche. Darüber hinaus verzeichnet der Markt einen zeitgemäßen Auftritt. Neben der sehr guten verkehrlichen Erreichbarkeit profitiert der Baumarkt allen voran von der weitreichenden Strahlkraft des Hanse Centers Bentwisch, welches einen leistungsfähigen und performancestarken Agglomerationsstandort darstellt. Mit sogkräftigen Einzelhandelsbetrieben über alle Bedarfsbereiche hinweg (u.a. Kaufland, Aldi, dm, Höffner, Sconto, Jysk) fungiert das Hanse Center als einer der wesentlichen Versorgungsstandorte im östlichen Bereich des SUR Rostock, was auch dem Toom-Baumarkt zugutekommt. Darüber hinaus liegt dieser mit rd. 12 km bereits relativ weit vom Vorhabenstandort entfernt und zielt klar auf die Kundschaft des östlichen Stadtgebiets von Rostock und hiervon östlich gelegenen Kommunen ab. Dies mildert das Konkurrenzverhältnis zum Vorhabenareal erheblich, zumal mit dem FMS Rövershäger Chaussee weitere Anbieter des Bau- und Gartenbedarfs zwischen dem Hanse Center und dem Vorhabenstandort zu verorten sind, die potenzielle räumliche Kaufkraftverschiebungen zwischen den beiden Standortlagen ebenfalls „abfangen“ können. Im Lichte der Leistungs- und Funktionsfähigkeit der FMA Hanse Center Bentwisch sowie des ansässigen Toom-Baumarkts als Hauptbetroffener des Vorhabens ist bei einer rechnerisch ermittelten Umsatzumverteilungswirkung von knapp 13 % im Worst Case nicht mit einer vorhabeninduzierten Marktschließung zu rechnen.

Auch der Baumarkt am [FMS Globus Roggentin](#) verzeichnet eine prospektive Umverteilungsquote von rd. 12 %. Der Markt verfügt über eine im Vergleich zu den Wettbewerbern im Untersuchungsraum durchschnittliche Verkaufsfläche. Darüber hinaus weist der Markt einen zeitgemäßen und leistungsfähigen Auftritt auf. Neben der sehr guten verkehrlichen Erreichbarkeit an der A 19/B 110 profitiert der Baumarkt v.a. auch von der geteilten Immobilie mit dem Globus-SB-Warenhaus, welches einen sehr performancestarken und stark frequentierten Lebensmittelmarkt darstellt. Insgesamt weist der Globus-Baumarkt eine stabile und zukunftsfähige Marktposition auf. Auch im Bezug auf den Fachmarktstandort ist hervorzuheben, dass dieser vornehmlich auf Kundschaft des östlichen Stadtgebiets Rostocks bzw. die östlichen (über die B 110) und südlichen (über die A 19) Kommunen des SUR sowie des Landkreises Rostock abzielt, während sich der Vorhabenmarkt lagegemäß eher auf die westlichen Gebiete fokussiert. Dies ist als nicht unerheblich mildernder Umstand in den Umsatzumverteilungswirkungen zu berücksichtigen. Vor dem Hintergrund der Leistungsfähigkeit des Globus-Baumarkts sowie der zu relativierenden Konkurrenzbeziehung zum Vorhabenstandort/-markt sind bei einer prospektiven Umsatzumverteilungsquote von rd. 12 % keine ‚mehr als unwesentlichen Auswirkungen‘ im Sinne einer Betriebsaufgabe am FMS Globus Roggentin zu erwarten.

Sonstige Betriebe in den Streulagen innerhalb sowie direkt außerhalb des Einzugsgebiets

Für die Betriebe in Streulage innerhalb des Einzugsgebiets (Zonen 1a, 1b, 2a und 2b) wurden rechnerische Umsatzumverteilungsquoten zwischen 25 % und 28 % ermittelt. Diese sind jedoch aus qualitativer Sichtweise stark zu relativieren, da die auf quantitativ messbaren Faktoren basierende Berechnung des angewandten Huff-Modells einige entscheidende Komponenten unbeachtet lässt. So ist einerseits voranzustellen, dass sich unter den betroffenen Betrieben kein mit dem Vorhabenmarkt oder mit den o.g. strukturprägenden Baumärkten vergleichbarer Anbieter in Streulage befindet. So stellt der wesentliche Anteil der untersuchten Betriebe keine „klassischen“ Baumärkte dar. Vielmehr agiert der Großteil als Baustoffhändler oder als Spezialanbieter, die sich vom Betriebskonzept hinsichtlich einiger Aspekte mehr als unerheblich vom gängigen Baumarkt unterscheiden.

Während die strukturprägenden Bau- und Gartenmärkte ein breites Waren- und Markenspektrum im Bau- und Gartenbedarf anbieten, sind die kleiner dimensionierten Baustoffhändler oder Spezialanbieter oftmals auf einzelne Bereiche oder Baustoffe spezialisiert (bspw. Holz- oder Fliesenfachhandel). Die angebotene Produktpalette fällt damit naturgemäß schmäler als bei den großen Baumärkten aus (v.a. im Sortimentsspektrum abseits der Baustoffe). Darüber hinaus nehmen Service- und Beratungsleistungen oftmals einen deutlich höheren Stellenwert als nur der Verkauf von Ware ein, was die beiden Betriebsformen ebenfalls voneinander unterscheidet.

Während ein klassischer Baumarkt heutzutage ebenfalls beratende Leistungen unterschiedlichen Ausmaßes anbietet (bspw. Projektberatung, Handwerker-Services, Holzzuschnitt, Farbmischservice, Verleih von Werkzeug und Transportern), sind diese bei einem Baustoffhändler meist fachkundig und individuell sehr tiefgreifend und können die komplette Projektphase des Kunden umfassen (bspw. Untergrundvorbereitung, Aufmaß, Belieferung etc.). Ferner ist festzuhalten, dass sich Baustoffhändler neben der Beratung und Vermittlung auch stark auf die Belieferung in großen Mengen konzentrieren. Dem gegenüberstehend sind im Baumarkt oftmals abgepackte Produktmengen vorzufinden, gleichwohl dies je nach speziellem Produkt variiert. Daraus lässt sich ableiten, dass der Anteil an gewerblichen Kunden (u.a. Baufirmen, Handwerker, Großhandel) bei den Baustoffhändlern wesentlich höher ausfallen dürfte als bei den klassischen Baumärkten, die den Großteil ihres Umsatzes mit Privatkunden generieren. Vielmehr agiert ein Baustoffhändler als Berater, Lieferant und Mittler zwischen der Baustoffindustrie und dem Bauhandwerk.

Dies zeigt sich auch in den teilweise sehr kleinen Verkaufsräumen der Anbieter mit überschaubarem Angebotsbestand und Ausstellungsflächen, denen jedoch umfassende Lagerbestände der Baustoffe folgen: Es steht die Beratungsdienstleistung im Service im Vordergrund, der dann im besten Fall eine Begleitung des Bauvorhabens des Kunden folgt von der Planung über die Belieferung bis zum Bau des Vorhabens. Vor

diesem Hintergrund ist anzunehmen, dass sich die vorhabeninduzierte Umsatzumverteilungswirkung primär nicht auf das Kerngeschäfts der Baustoffhändler mit gewerblichen Kunden bezieht und in der Realität damit deutlich milder ausfallen dürfte, als es die rein rechnerische Ermittlung darstellt. Im Lichte der ermittelten Umsatzumverteilungsquoten von über 20 % sind ,mehr als unwesentliche Auswirkungen' durch das Vorhaben auszuschließen und im Lichte der hergeleiteten Besonderheiten deutlich zu relativieren. Vorhabeninduzierte Betriebsaufgaben sind nicht zu erwarten.

Selbiges ist für die untersuchten Betriebe in den Streulagen direkt außerhalb des prospektiven Einzugsgebiets (Bentwisch und Neubukow) hervorzuheben. Allerdings fallen die Quoten für diese Standorte bedeutend geringer aus: während für die beiden Betriebe in Neubukow (Sonderpreis Baumarkt und Team Baucenter) eine Umverteilungswirkung von rd. 7 % ermittelt wurde, unterschreitet der absolute umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz gegen die Streulage in Bentwisch (Team Baucenter) den Wert zur rechnerischen Nachweisbarkeit (< 0,1 Mio. €). Aufgrund der räumlichen Distanz zum Vorhabenstandort sowie der erheblichen Abweichung der beiden Betriebe zum Vorhaben bezüglich der Verkaufsflächendimensionierung sowie des Sortiments-/Betriebskonzepts stehen diese ohnehin nicht in unmittelbarer Konkurrenz zueinander. Infolgedessen sind ,mehr als unwesentliche Auswirkungen' oder gar vorhabeninduzierte Betriebsaufgaben in jedem Falle auszuschließen.

Trotz der tendenziell leicht überhöhten Umsatzumverteilungsquoten von bis zu rd. 28 % ist vor dem Hintergrund der Leistungsfähigkeit und Besonderheiten einzelner Anbieter nicht von mehr als unwesentlichen Auswirkungen im Segment Bau- und Gartenbedarf auszugehen.

7.3.2 Zentrenrelevante Randsortimente

An dieser Stelle ist erneut zu betonen, dass sich die ermittelten Umsatzumverteilungseffekte auf ein fiktives Szenario beziehen, in welchem alle drei untersuchten Teilsegmente (Haus- und Heimtextilien, Hausrat/Wohnaccessoires, Blumen) jeweils eine Verkaufsfläche von 800 qm ausschöpfen. Dies stellt eine sektorale Worst-Case-Betrachtung für jedes untersuchte Sortiment dar, da die Verkaufsfläche für die zentrenrelevanten Randsortimente insgesamt auf 800 qm begrenzt werden soll. Im Falle einer nachweisbaren Verträglichkeit dieser Verkaufsflächendimensionierung sind logischerweise auch die Umsatzumverteilungseffekte aller kleiner dimensionierten Ausführungen raumordnerisch verträglich.

Im zentrenrelevanten Randsortiment Haus- und Heimtextilien wird der Vorhabenumsatz im fiktiven Worst Case (800 qm Verkaufsfläche) im Schnitt bei rd. 1,8 Mio. € liegen. Während für die vergleichsweise angebotsstarke Innenstadt von Rostock eine Umsatzumverteilungsquote in Höhe von rd. 7 % ermittelt worden ist, liegen die

Umsatzumverteilungswirkungen bezogen auf das Besondere Stadtraumzentrum Warnemünde auf einem rechnerisch nicht mehr nachweisbaren Niveau. Innerhalb des Hauptzentrums City-Kernbereich (Innenstadt) sind mit u.a. Depot und TK Maxx sowie dem umfassenden Kaufhaus Galeria leistungsfähige Betriebe ansässig, welche die Angebotssituation im Segment maßgeblich prägen. Allerdings stellt das Segment Haus- und Heimtextilien auch bei diesen Anbietern vornehmlich ein Randsortiment dar, während die Betriebe den wesentlichen Teil ihrer Umsätze mit dem Verkauf von anderen, nicht (oder nur randlich) von dem Vorhaben betroffenen Sortimenten erwirtschaften. Dementsprechend trifft die Umverteilungswirkung von prospektiv rd. 7 % auch nur einen Sortimentsbereich der Betriebe, welcher nicht deren Hauptumsatzquelle darstellt. Darüber hinaus ist anzumerken, dass im Rahmen des Worst Case lediglich die beiden bedeutendsten zentralen Versorgungsbereiche der Hansestadt untersucht wurden, gleichwohl sich die Wirkungen des Vorhabens auf wesentlich mehr „Schultern“ und disperser im Raum verteilen werden. Eine Gefährdung der Funktionsfähigkeit der untersuchten Rostocker Zentren kann damit ausgeschlossen werden, zumal sich die rechnerischen Quoten deutlich unterhalb des kritischen Schwellenwerts befinden.

Bezüglich des zentrenrelevanten Randsortiments Hausrat/Wohnaccessoires wird das Vorhaben bei rd. 800 qm einen Umsatz von ebenfalls rd. 1,8 Mio. € erzielen können. Ein Umsatzrückgang in rechnerisch nachweisbarer Höhe lässt sich bezogen auf die beiden untersuchten zentralen Versorgungsbereiche auch in diesem Fall nur für die Rostocker Innenstadt ableiten. Die ermittelten Umsatzrückgänge im Bereich von prospektiv etwa 7 % betreffen dabei Anbieter, die das Segment Hausrat/Wohnaccessoires als Hauptsortiment (u.a. WMF, Nanu-Nana, Suhl) oder nur als Randsortiment anbieten (u.a. Galeria, TK Maxx). Dennoch kann das Angebots- sowie Markenspektrum zum Randsortimentsbereich des Vorhabenmarkts u.U. erheblich abweichen, sodass eine faktische Konkurrenzbeziehung deutlich zu relativieren ist. In Verbindung mit der ohnehin unterhalb des kritischen Schwellenwerts befindlichen Umverteilungsquote ist nicht von einer vorhabeninduzierten Betriebsschließung ansonsten marktfähiger Betriebe in der Rostocker Innenstadt oder im Stadtraumzentrum in Warnemünde auszugehen.

Für das zentrenrelevante Randsortiment Blumen (indoor) beläuft sich der umverteilungsrelevante standortbezogene Vorhabenumsatz gegenüber den beiden untersuchten zentralen Versorgungsbereichen auf weniger als 0,1 Mio. € und ist damit rechnerisch nicht nachweisbar. Ohnehin übernimmt das Sortiment sowohl aus quantitativer als auch qualitativer Sicht eine untergeordnete Rolle für die Leistungs- und Funktionsfähigkeit der beiden zentralen Versorgungsbereiche und agiert vielmehr als arrondierende Ergänzung des innenstadttypischen Angebots (u.a. Bekleidung, Schuhe, Schmuck etc.). Vor diesem Hintergrund sind ‚mehr als unwesentliche Auswirkungen‘ bezogen auf die Rostocker Innenstadt oder das Stadtraumzentrum Warnemünde in jedem Falle ausgeschlossen.

Generell ist zu berücksichtigen, dass sich die Anbieter in den untersuchten zentralen Versorgungsbereichen und das Vorhaben hinsichtlich des Besuchs- bzw. Einkaufsanlasses deutlich voneinander unterscheiden. Der Hauptbesuchsanlass des Vorhabens bezieht sich auf das Kernsortiment Bau- und Gartenbedarf und ist damit eher dem „Last“-Einkauf zuzuordnen. Die Randsortimente des Baumarkts werden dabei v.a. im Rahmen von „Mitnahme“-Effekten konsumiert. Nur wenige Kunden werden den geplanten Bau- und Gartenmarkt gezielt aufsuchen, um dort ausschließlich die baumarkttypischen Randsortimente zu kaufen. Die etablierten Fachanbieter in den zentralen Versorgungsbereichen zielen hingegen auf shoppingorientierte Kundengruppen („Lust“-Einkauf) ab, die durch eine ansprechende Warenpräsentation in die Geschäfte gelockt und zum Kauf animiert werden sollen. Zudem suchen die Verbraucher diese Anbieter vor allem auch gezielt auf, um die entsprechenden Sortimente einzukaufen.

An dieser Stelle sei erneut zu betonen, dass bei den ermittelten Umsatzumverteilungsquoten für die zentrenrelevanten Randsortimente des Vorhabens eine Verkaufsflächendimensionierung von 800 qm für jedes der drei untersuchten Segmente geprüft wurde. Gleichwohl hierbei die Verträglichkeit jeweils bestätigt werden konnte, beläuft sich die künftige Verkaufsfläche der zentrenrelevanten Randsortimente des Vorhabenmarkts auf insgesamt 800 qm. Folglich werden die tatsächlichen Verkaufsflächen-dimensionierungen der einzelnen Sortimente kleiner ausfallen, wodurch deren Verträglichkeit noch umso mehr gewährleistet ist.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens in städtebaulich oder raumordnerisch relevante Folgewirkungen im Sinne einer Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche kann bezogen auf die zentrenrelevanten Randsortimente ausgeschlossen werden. Da auch im sektoralen Worst Case, also 800 qm in jedem Teilsegment, keine mehr als unwesentlichen Auswirkungen induziert werden, lässt sich auch ableiten, dass die künftige Zusammensetzung der insgesamt 800 qm Verkaufsfläche bezüglich der Gesamtheit der zentrenrelevanten Randsortimente beliebig erfolgen kann und keine sortimentsspezifischen Verkaufsflächenbeschränkungen innerhalb der 800 qm für zentrenrelevante Randsortimente im vorhabenbezogenen B-Plan notwendig sind.

7.3.3 Nicht-zentrenrelevante Randsortimente

Wie bereits im Kapitel zur Vorhabenkonzeption dargestellt, sind als untergeordnetes Randsortiment die nicht-zentrenrelevanten Sortimente Leuchten/Lampen, Tierbedarf, Campingartikel, Teppiche/Bodenbeläge vorgesehen. Diese sind allerdings von ihrem Verkaufsflächenumfang noch nicht näher bestimmt. Aufgrund der fehlenden Zentrenrelevanz und des voraussichtlich begrenzten Verkaufsflächenumfangs ist gleichwohl nicht von mehr als unwesentlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und das Versorgungsgleichgewicht auszugehen.

Vor diesem Hintergrund wurde in der Vorhaben -und Wirkungsprognose unterstellt, dass die geplanten rd. 19.700 qm Verkaufsfläche für nicht-zentrenrelevante Sortimente vollständig auf das Segment Bau- und Gartenbedarf entfallen, um die Wirkungen im Kern- bzw. Hauptsortiment nicht zu unterschätzen. Jeder qm für nicht-zentrenrelevante Randsortimente wäre dann im Laufe des Planungsprozesses vom Hauptsortiment abzuziehen, was sich dann beim Bau- und Gartenbedarf wirkungsmildernd auswirken würde.

Bei den nicht-zentrenrelevanten Randsortimenten ist vor dem Hintergrund der fehlenden Zentrenrelevanz und des voraussichtlich begrenzten Verkaufsflächenumfangs nicht von einer Verletzung des Beeinträchtigungsverbots auszugehen.

7.4 Zur städtebaulichen Integration des Vorhabenstandorts

Gemäß den landesplanerischen Vorgaben sind großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (wozu auch der Bau- und Gartenbedarf zählt) auch außerhalb zentraler 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 (LEP M-V Kap. 4.3.2 Ziel 4).

Der Vorhabenstandort des nicht-zentrenrelevanten Vorhabens befindet sich an der Rostocker Straße (B 105) im östlich gelegenen Ortsteil Sievershagen der Gemeinde Lambrechtshagen (Landkreis Rostock). Damit ist das Vorhabenareal unmittelbar östlich der etablierten Fachmarktagglomeration bzw. des Einkaufszentrums Ostseepark Sievershagen zu verorten. Aufgrund der direkten Nachbarschaftslage ist das

Vorhabenareal dem Ostseepark funktional zuzuordnen und kann als Teil der Fachmarktagglomeration betrachtet werden. Daran anschließend befinden sich die Siedlungsgebiete des Ortsteils Sievershagen. Im Falle der Realisierung des in Kapitel 5.2 vorgestellten Planvorhabens könnte die gegenwärtige Freifläche auf der gegenüberliegenden Straßenseite nördlich des Vorhabenstandorts künftig ebenfalls durch großflächigen Einzelhandel genutzt werden (u.a. Decathlon, Höffner, Sconto). Östlich des Vorhabenareals grenzt die Fachmarktagglomeration Schutow auf Rostocker Stadtgebiet an, die ebenfalls bereits großflächige Anbieter des langfristigen Bedarfs umfasst (u.a. Bauhaus, Ikea, Poco). Somit ist der Vorhabenstandort bereits heute maßgeblich von (großflächigen) Einzelhandelsnutzungen umgeben, die sich prospektiv künftig noch verdichten könnten (Planvorhaben Decathlon, Höffner und Sconto). Darüber hinaus leistet das Vorhaben einen Beitrag zur Schließung einer baulichen Lücke zwischen der FMA Ostseepark Sievershagen im Westen und der FMA Schutow im Osten. Vor dem Hintergrund raumordnerischer Beanstandungen im Sinne einer Verkehrsbündelung bzw. dem Vermeiden zusätzlichen Aufkommens, dem Flächensparen sowie der Erreichbarkeit immobiler Bevölkerungsgruppen, stellt das Vorhabenareal einen geeigneten Standort dar, welcher sich an den bereits etablierten Ostseepark Sievershagen „anschmiegt“.

Der Vorhabenmarkt leistet einen signifikanten Beitrag zur nachhaltigen Absicherung der Leistungs- und Funktionsfähigkeit der Fachmarktagglomeration. Darüber hinaus zeichnet sich die Fachmarktagglomeration bereits heute über eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit direkt an der B 105 aus, von welcher das Vorhaben profitieren kann. Über die Haltestelle „Lambrechtshagen-Sievershagen Ostseepark (B 105)“ ist das Vorhabenareal mit zwei Buslinien (121 und 128) an den ÖPNV angebunden. Ferner ist die fußläufige Erreichbarkeit sowie die Anfahrt mit dem Fahrrad von den östlich und westlich gelegenen Siedlungsbereichen über die B 105 ebenfalls gewährleistet.

Zudem ist darauf zu verweisen, dass die zentrenrelevanten Randsortimente auf 800 qm begrenzt werden sollen.

Das Vorhaben entspricht dem städtebaulichen Integrationsgebot gemäß LEP M-V Kap. 4.3.2 Ziel 4.

7.5 Zur Kompatibilität mit dem Entwicklungsrahmen SUR Rostock

Zwar verfügt die Gemeinde Lambrechtshagen über kein kommunales Einzelhandelskonzept, allerdings besteht mit dem Entwicklungsrahmen SUR Rostock aus dem Jahr 2011 ein beschlossenes regionales Einzelhandelskonzept.³⁰

Das Hauptsortiment des Vorhabens beläuft sich auf den Bau- und Gartenbedarf, welcher sowohl im [Entwicklungsrahmen SUR Rostock](#) als auch im Einzelhandelskonzept der Hansestadt dem [nicht-zentrenrelevanten Bedarf](#) zugeordnet ist. Ferner befindet sich der Vorhabenstandort an der Rostocker Straße im Bereich der FMA Ostseepark Sievershagen, welche bezüglich der zentrenrelevanten Sortimente zu begrenzen ist, während für die nicht-zentrenrelevanten Sortimente keine Begrenzung vorgesehen ist. Der [Entwurf zur Fortschreibung des regionalen Einzelhandelskonzepts](#) greift die bisher niedergeschriebenen Steuerungsempfehlungsmaßnahmen auf. Während die Ansiedlung von Betrieben mit Hauptsortimenten im zentrenrelevanten Bedarf nicht vorgesehen ist, sollen künftige Ansiedlungen mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten gemäß dem Konzept auf die Fachmarktstandorte bzw. Fachmarkttagglomerationen gelenkt werden, die sich auch im Stadt-Umland-Raum befinden. Hierbei müssen die zentrenrelevanten Randsortimente in funktionalem Zusammenhang zum Hauptsortiment stehen und dürfen 10 % der realisierten Verkaufsfläche des Vorhabens und höchstens 800 qm nicht überschreiten. [Das Vorhaben wird all den Auflagen gerecht](#) (siehe unten).

Spezifisch heißt es in der Entwurfsfassung des Konzeptes: *Gerade bei großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandelsbetrieben wie z. B. Baumärkten, die aus Platzgründen an verkehrsgünstig gelegenen Standorten direkt am Rand des Oberzentrums Rostock eine sinnvolle Ergänzung darstellen, wird sich aber immer eine überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung ergeben, daher ist dieses Kriterium nur bedingt zielführend. (S. 120)*

³⁰ Vgl. Entwicklungsrahmen Stadt-Umland-Raum Rostock aus dem Jahr 2011. Hierbei ist anzumerken, dass dieses regionale Konzept bereits über zehn Jahre alt ist und dessen Inhalte damit nur noch bedingt auf gegenwärtige Sachverhalte anzuwenden ist. Drüber hinaus liegt gegenwärtig ein Entwurf vom 03. Mai 2024 zur Fortschreibung des Konzepts vor: Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für den Stadt-Umland-Raum (SUR), Rostock, GMA.

Somit sind Baumärkte, wie das Vorhaben einen darstellt, ohnehin aufgrund des Platzbedarfs im städtischen Randbereich der Hansestadt anzusiedeln. Hierbei nimmt die Gemeinde Lambrechtshagen als Vorhabenkommune eine zentrale Rolle ein und fungiert als adäquate Projektgemeinde. Während zentrenrelevante Sortimente an der FMA Ostseepark Sievershagen zu begrenzen sind, ist die Ergänzung bei nicht-zentrenrelevanten Sortimenten im Sinne eines Entwicklungsstandorts möglich.³¹

Das Vorhaben ist mit den Zielsetzungen des Entwicklungsrahmens Stadt-Umland-Raum Rostock bzw. des Entwurfs der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für den Stadt-Umland-Raum kompatibel.

³¹ Die FMA Ostseepark Sievershagen ist im Entwurf zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts bezüglich der zentrenrelevanten Sortimente als Begrenzungsstandort und hinsichtlich der nicht-zentrenrelevanten Sortimente als Entwicklungsstandort ausgewiesen.

Fazit

8 Fazit

Auf einem Grundstück an der Rostocker Straße/B 105 in der Gemeinde Lambrechtshagen (Landkreis Rostock) besteht die Planung zur Ansiedlung eines Hornbach-Baumarkts mit einer Verkaufsfläche von bis zu rd. 20.500 qm (inkl. Erweiterungsoption) qm. Der Anteil der Verkaufsfläche, welcher auf die baumarkttypischen zentrenrelevanten Randsortimente (Haus- und Heimtextilien, Hausrat/Wohnaccessoires sowie Blumen) entfallen wird, soll auf eine Verkaufsfläche von 800 qm begrenzt werden.

Zudem sind als untergeordnetes Randsortiment die nicht-zentrenrelevanten Sortimente Leuchten/Lampen, Tierbedarf, Campingartikel, Teppiche/Bodenbeläge vorgesehen. Diese sind allerdings von ihrem Verkaufsflächenumfang noch nicht näher bestimmt. Aufgrund der fehlenden Zentrenrelevanz und des voraussichtlich begrenzten Verkaufsflächenumfangs ist gleichwohl nicht von mehr als unwesentlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und das Versorgungsgleichgewicht auszugehen. Vor diesem Hintergrund wurde in der Vorhaben - und Wirkungsprognose unterstellt, dass die geplanten rd. 19.700 qm Verkaufsfläche für nicht-zentrenrelevante Sortimente vollständig auf das Segment Bau- und Gartenbedarf entfallen, um die Wirkungen im Kern- bzw. Hauptsortiment nicht zu unterschätzen. Jeder qm für nicht-zentrenrelevante Randsortimente wäre dann im Laufe des Planungsprozesses vom Hauptsortiment abzuziehen, was sich dann beim Bau- und Gartenbedarf wirkungsmildernd auswirken würde.

Der Vorhabenstandort ist funktionaler Bestandteil der Fachmarkttagglomeration Ostseepark Sievershagen und grenzt unmittelbar an das westliche Stadtgebiet der Hansestadt Rostock.

Das Vorhaben soll über die Aufstellung eines vorhabenbezogenen Bebauungsplans (samt textlicher Festsetzung) realisiert werden, womit neben einer Prüfung der Auswirkungen des Vorhabens auf die zentralen Versorgungsbereiche sowie die Versorgungsstrukturen im Untersuchungsraum auch eine Bewertung vor dem Hintergrund der Ziele der Raumordnung sowie der zentralen Zielstellungen des Entwicklungsrahmens für den Stadt-Umland-Raum Rostock bzw. des Entwurfs der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für den SUR zu erfolgen hatte.

In der Bewertung des Einzelhandelsvorhabens lässt sich Folgendes festhalten:

Das Einzugsgebiet des Vorhabens, dessen räumliche Ausprägung insbesondere auch von den bestehenden Bau- und Gartenmärkten im Rostocker Westen beeinflusst wird, erstreckt sich im Wesentlichen über das westlich der Warnow gelegene Stadtgebiet Rostocks sowie über das westlich der Hansestadt gelegene Umland (v.a. der nordwestliche Bereich des LK Rostock). Während das Einzugsgebiet in nördlicher Richtung durch die Ostsee begrenzt wird, wird im Süden hierfür der Verlauf der A 20 herangezogen. Das

Kundenpotenzial des Vorhabens wird sich zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit des Vorhabens im Jahr 2028 auf etwa 223.000 Personen belaufen. Das vorhabenrelevante Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet wird bis zum Jahr 2028 auf rd. 224 Mio. € infolge der insgesamt leicht negativ prognostizierten Einwohnerentwicklung absinken.

Die vorhabenrelevante Verkaufsfläche an den untersuchten Standortlagen im Einzugsgebiet des Vorhabens verteilt sich wie folgt auf die unterschiedlichen prüfungsrelevanten Sortimente:

- Innerhalb des gesamten Einzugsgebiets wird von den untersuchten Märkten (ab ca. 500 qm Verkaufsfläche) auf einer Verkaufsfläche von rd. 45.700 qm im Segment Bau- und Gartenbedarf ein Brutto-Umsatz von rd. 67,5 Mio. € erzielt.
- In den beiden zentralen Versorgungsbereichen Hauptzentrum City-Kernbereich und Besonderes Stadtraumzentrum Warnemünde in Rostock wird auf einer Verkaufsfläche von rd. 1.900 qm im Segment Haus- und Heimtextilien ein Brutto-Umsatz von rd. 4,3 Mio. € erzielt.
- In den beiden zentralen Versorgungsbereichen Hauptzentrum City-Kernbereich und Besonderes Stadtraumzentrum Warnemünde in Rostock wird auf einer Verkaufsfläche von rd. 2.200 qm im Segment Hausrat/Wohnaccessoires ein Brutto-Umsatz von rd. 5,7 Mio. € erzielt.
- In den beiden zentralen Versorgungsbereichen Hauptzentrum City-Kernbereich und Besonderes Stadtraumzentrum Warnemünde in Rostock wird auf einer Verkaufsfläche von rd. 330 qm im Segment Blumen ein Brutto-Umsatz von rd. 1,1 Mio. € erzielt.

Darüber hinaus wurden auch prägende Baumarktstandorte unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets in die Untersuchung einbezogen (v.a. FMS Rövershäger Chaussee in Rostock, FMA Hansecenter Bentwisch sowie FMS Globus Roggentin), da davon auszugehen ist, dass diese derzeit von Nachfragezuflüssen aus dem Einzugsgebiet des Vorhabens profitieren können und infolge der Vorhabenrealisierung von Umsatzrückgängen betroffen sein werden.

Nach den Modellrechnungen ergibt sich für das Vorhaben im Worst Case ein Umsatzpotenzial von rd. 37,5 Mio. €. Hiervon entfallen rd. 35,8 Mio. € auf das Kernsortiment Bau- und Gartenbedarf sowie insgesamt rd. 1,7 Mio. € auf die zentrenrelevanten Randsortimente. Dabei erreicht das Kernsortiment Bau- und Gartenbedarf (ohne Streuumsätze) einen Marktanteil im gesamten Einzugsgebiet von rd. 21 %, während die zentrenrelevanten Randsortimente Marktanteile von lediglich rd. 2 % erreichen werden.

Innerhalb des Untersuchungsraums ist nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner von folgenden Umsatzumverteilungswirkungen für den worst case auszugehen:

- Das Vorhaben wird gegenüber den untersuchten Standortlagen im Untersuchungsraum im nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment Bau- und Gartenbedarf eine prospektive Umsatzumverteilungsquote von im Schnitt ca. 18 % auslösen. Hiervon werden die typgleichen/typähnlichen Bau- und Gartenmärkte überdurchschnittlich stark betroffen sein. Zu nennen sind dabei insbesondere die nächstgelegenen Anbieter in Form des Bauhaus-Markts in der FMA Schutow in Rostock sowie der Toom-Baumarkt am FMS Trelleborger Straße in Rostock. Aufgrund der räumlichen Nähe zum Vorhabenstandort sowie erheblicher Angebotsüberschneidungen werden die beiden Hauptbetroffenen erhöhte Umsatzeinbußen hinnehmen müssen. Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum können aufgrund der nicht gegebenen Zentrenrelevanz des Sortiments Bau- und Gartenbedarf bereits per se vollständig ausgeschlossen werden.

Wenngleich der Bauhaus-Markt im Rostocker Westen in direkter Nähe zum Vorhabenstandort derzeit den attraktivsten Anbieter im Segment Bau- und Gartenbedarf im gesamten Untersuchungsraum darstellt und somit eine starke Marktstellung sowie eine überdurchschnittliche Produktivität aufweisen kann und gegenüber den vorhabeninduzierten Umsatzumverteilungswirkungen vergleichsweise „robust“ aufgestellt sein dürfte, werden sich die vorhabeninduzierten Wirkungen bei einer ermittelten Umsatzumverteilungsquote in Höhe von rd. 25 % spürbar niederschlagen. Aufgrund der performancestarken Leistungsfähigkeit des Betriebs sowie der Tatsache, dass dieser mit dem Vorhabenmarkt künftig ein „Baumarktcluster“ bilden wird, von welchem beide Anbieter in Form von Agglomerations- und Synergieeffekten profitieren können, ist nach den Einschätzungen von Dr. Lademann & Partner jedoch nicht mit einer Betriebsaufgabe von Bauhaus zu rechnen.

Auch für den am FMS Trelleborger Straße ansässigen Toom-Baumarkt wurde mit knapp 26 % eine vergleichsweise hohe prospektive Umsatzumverteilungsquote ermittelt. Dennoch ist auch hier im Lichte der spezifischen Rahmenbedingungen für den Standort nicht mit einer vorhabeninduzierten Schließung zu rechnen.

Auch bei den übrigen Standorten im Untersuchungsraum konnte aufgezeigt werden, dass das Vorhaben prospektiv keine mehr als unwesentlichen Auswirkungen auslösen wird. Das Vorhaben wird somit weder zu einer negativen Beeinträchtigung des zentralörtlichen Versorgungssystems führen noch droht die Entstehung einer Versorgungslücke im Segment Bau- und Gartenbedarf im SUR Rostock.

- Die Wirkungen des Vorhabens in den zentrenrelevanten Randsortimenten belaufen sich bezüglich der beiden untersuchten zentralen Versorgungsbereiche Hauptzentrum City-Kernbereich und Besonderes Stadtraumzentrum Warnemünde auf im Schnitt rd. 7 % für die beiden Segmente Haus- und Heimtextilien sowie Hausrat/Wohnaccessoires. Dem gegenüberstehend unterschreitet der

absolute umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz im Segment Blumen den Wert zur rechnerischen Nachweisbarkeit (< 0,1 Mio. €). Da das Vorhaben auch im Bereich der zentrenrelevanten Randsortimente v.a. mit vergleichbaren Fachmärkten (Baumärkte, Möbelmärkte, Einrichtungsfachmärkte) und weit weniger mit den Angebotsstrukturen in den Zentren (Fachgeschäfte, Nonfood-Discounter, Lebensmittelmärkte) konkurrieren wird, können **vorhabeninduzierte Beeinträchtigungen der untersuchten zentralen Versorgungsbereiche im Bereich der zentrenrelevanten Randsortimente vollständig ausgeschlossen werden.**

Im Hinblick auf die **Ziele der Raumordnung** gemäß dem LEP Mecklenburg-Vorpommern 2016 ist Folgendes festzuhalten:

- **Das Vorhaben befindet sich in der Gemeinde Lambrechtshagen, die dem Stadt-Umland-Raum Rostock** zugewiesen ist. Der Hansestadt Rostock selbst ist die Funktion eines Oberzentrums zugewiesen. Gemäß LEP M-V 2016 Kap. 4.3.2 Ziel 6 sind Einzelhandelsgroßprojekte ausnahmsweise auch in den Stadt-Umland-Räumen zulässig unter Einhaltung der landesplanerischen Ziele 2, 3 und 4 des Kapitels 4.3.2 des Landesentwicklungsplans. Diesen Anforderungen wird das Vorhaben gerecht.
- Negative Auswirkungen auf die örtlichen Versorgungsstrukturen und insbesondere auf die zentralen Versorgungsbereiche in Rostock sind nicht zu erwarten. **Mit dem Beeinträchtungsverbot steht das Vorhaben entsprechend im Einklang.**
- Das Vorhaben entspricht mit seinem nicht-zentrenrelevanten Hauptsortiment und der Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf 800 qm trotz der Lage außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs dem **städtebaulichen Integrationsgebot.**

Mit den zentralen Zielsetzungen des Entwicklungsrahmens für den Stadt-Umland-Raum Rostock aus dem Jahr 2011 bzw. dem Entwurf der Konzeptfortschreibung aus 2024 ist das Vorhaben ebenfalls kompatibel.

Hamburg, 7. März 2025/18.06.2025

gez. Uwe Seidel

gez. Ulrike Rehr

Dr. Lademann & Partner GmbH