



# Verträglichkeitsanalyse zum geplanten Neubau eines Aldi Lebensmittelmarktes in Prenzlau, Kietzstraße

---

**Auftraggeber:** KI Keßler Immobilien GmbH,  
Hohengüstow

**Projektleitung:** Dr. Eddy Donat  
Dipl.-Geogr. Florian Schaeffer

Dresden, am 18.01.2019

## **Urheberrecht**

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



### **Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH**

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Königsbrücker Straße 31 – 33  
01099 Dresden

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 0351 / 21 67 273  
Telefax: 0351 / 80 23 895  
E-Mail: [info@gma.biz](mailto:info@gma.biz)  
Internet: [www.gma.biz](http://www.gma.biz)

<b>Inhaltsverzeichnis</b>	<b>Seite</b>
<b>I. Grundlagen und Rechtsrahmen</b>	<b>4</b>
1. Aufgabenstellung	4
2. Rechtsrahmen	6
3. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel	10
<b>II. Konzentrationsgebot</b>	<b>14</b>
1. Makrostandort Prenzlau	14
2. Bewertung des Konzentrationsgebotes	16
<b>III. Integrationsgebot</b>	<b>18</b>
1. Mikrostandort „Kietzstraße“	18
2. Integrationsgebot – Landesplanerische Vorgaben	22
3. Bewertung des Integrationsgebots	24
<b>IV. Kongruenzgebot</b>	<b>25</b>
1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial	25
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	28
3. Umsatzprognose für den Aldi Lebensmittelmarkt	28
4. Bewertung des Kongruenzgebotes	30
<b>V. Beeinträchtigungsverbot</b>	<b>31</b>
1. Projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum	31
2. Umsatzumverteilungen / Wettbewerbliche Wirkungen	33
3. Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes	37
<b>VI. Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens</b>	<b>39</b>

## I. Grundlagen und Rechtsrahmen

### 1. Aufgabenstellung

In der Stadt Prenzlau ist am Standort Kietzstraße der **Neubau eines Aldi-Marktes** mit einer **Verkaufsfläche von ca. 1.250 m<sup>2</sup>** geplant (vgl. Karte 1). Gleichzeitig wird die in Prenzlau bestehende Aldi-Filiale an der Neubrandenburger Straße 21 mit einer derzeitigen Verkaufsfläche von ca. 1.000 m<sup>2</sup> geschlossen. Für diesen Altstandort soll die Nachnutzung durch einen anderen Lebensmittelmarkt ausgeschlossen werden. Somit handelt es sich um eine Verlagerung bzw. den Ersatzneubau eines bereits in der Stadt bestehenden Standortes, wobei Aldi mit der Neuaufstellung in Prenzlau in eine siedlungsintegrierte Lage rückt. Mit dem Aldi-Neubau wird mit einer Erhöhung der Verkaufsfläche um ca. 250 m<sup>2</sup> gegenüber dem Bestandsmarkt einhergehen. Die Erweiterung der Verkaufsfläche dient dabei einer großzügigeren Gestaltung des Verkaufsraums und einer optimierten Warenpräsentation gegenüber dem Bestandsmarkt, so dass der Markt zukunftsfähig und kundenfreundlicher aufgestellt wird. Es soll v. a. ein an die demografische Entwicklung angepasster Markt geschaffen werden (breitere Gänge, niedrigere Regale). Eine wesentliche Sortimentsveränderung ist im Zuge des Ersatzneubaus hingegen nicht geplant.

Die Realisierung des Neubauvorhabens am Standort Kietzstraße erfolgt im Zuge der **Aufstellung eines Bebauungsplans** mit der Festsetzung als Sondergebiet Einzelhandel. Im Rahmen dieses Planverfahrens soll ein Verträglichkeitsgutachten erstellt werden. Da der Markt mit seiner geplanten Verkaufsfläche des Weiteren die Schwelle zur Großflächigkeit überschreitet, hat die Überprüfung der möglichen Auswirkungen im Rahmen des § 11 Abs. 3 BauNVO zu erfolgen.

Zur Klärung der städtebaulichen Verträglichkeit dieser Baumaßnahme bzw. des Markt-Neubaus wurde die GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Dresden mit einer **Auswirkungsanalyse** beauftragt. Im Gutachten werden mögliche wettbewerbliche, städtebauliche und raumordnerische Effekte i. S. des **§ 11 Abs. 3 BauNVO** der geplanten Verlagerung und Verkaufsflächenerweiterung untersucht.

Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangslage sind mit der vorliegenden Auswirkungsanalyse **folgende Aspekte** zu untersuchen:

- /// Darstellung der relevanten **Rechtsvorschriften**
- /// Beschreibung und Bewertung des **Makrostandortes Prenzlau** und des **Mikrostandortes Kietzstraße**
- /// Berechnung der sortimentspezifischen **Kaufkraftpotenziale**

### Karte 1: Lageplanentwurf der Aldi-Liegenschaft, Kietzstraße



Quelle Lageplanentwurf: Auftraggeber  
GMA-Bearbeitung 2018 / 2019

- /// Beurteilung der **gegenwärtigen Versorgungssituation in Prenzlau** (Wettbewerbsanalyse)
- /// **Umsatzprognose und Umsatzherkunft**
- /// Ermittlung der **Umsatzumverteilungen** im Untersuchungsraum
- /// **Bewertung möglicher städtebaulicher Auswirkungen**
- /// Bewertung der **raumordnerischen Beurteilungskriterien** gemäß LEP Berlin-Brandenburg 2009
  - Konzentrationsgebot
  - Integrationsgebot
  - Kongruenzgebot
  - raumordnerisches Beeinträchtigungsverbot.
- /// **Berücksichtigung der Ziele des LEP Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg** (LEP HR, 2. Entwurf).

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurden im Oktober 2018 eine Begehung des Planstandortes sowie sonstiger Einzelhandelslagen in Prenzlau und eine Erhebung des projektrelevanten Einzelhandels vorgenommen. Dies steht im **Zusammenhang mit der parallel erfolgenden Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes der Stadt Prenzlau 2019**. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) und EHI Handelsdaten sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik zurückgegriffen.

Nachfolgend werden zunächst die rechtlichen Rahmenbedingungen und allgemeinen Grundlagen im Lebensmitteleinzelhandel für das Vorhaben erörtert um anschließend die **Verträglichkeitsuntersuchung anhand der raumordnerischen Beurteilungskriterien gem. LEP B-B 2009** vorgenommen.

## 2. Rechtsrahmen

### 2.1 Baurechtliche Vorgaben

Für die Beurteilung der Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben **ist § 11 Abs. 3 BauNVO** zu beachten. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung aus<sup>1</sup>:

- „1. Einkaufszentren,
2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die

<sup>1</sup> Baunutzungsverordnung (BauNVO), zuletzt geändert am 04.05.2017, in Kraft seit 13.05.2017.

städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,

3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,

sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

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

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

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

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

<sup>2</sup> Vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04. In diesem Urteil hat das BVerwG die Grenze der Großflächigkeit von 700 auf 800 m<sup>2</sup> erhöht. Großflächig im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 1, Nr. 2 BauNVO sind demnach diejenigen Betriebe, die eine Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> überschreiten. Zur Verkaufsfläche zählen, der Kassenvorraum (einschließlich eines Bereichs zum Einpacken der Waren und zur Entsorgung von Verpackungsmaterialien) und ein evtl. vorhandener Windfang. Ebenfalls der Verkaufsfläche zuzurechnen sind die Bedienbereiche (z. B. Fleisch- / Wursttheke).

## 2.2 Landes- und Regionalplanung

Der derzeit verbindliche **Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg (LEP B-B)** vom 31. März 2009 führt in Plansatz 4.7 (Z) zu großflächigen Einzelhandelseinrichtungen folgende Ziele aus:

- „(1) Großflächige Einzelhandelseinrichtungen im Sinne von § 11 Absatz 3 der Baunutzungsverordnung (BauNVO) sind vorbehaltlich des Absatzes 6 nur in Zentralen Orten zulässig (Konzentrationsgebot).
- (2) Großflächige Einzelhandelseinrichtungen dürfen nach Art, Lage und Umfang die Entwicklung und Funktion benachbarter Zentraler Orte sowie die verbraucher-nahe Versorgung nicht beeinträchtigen (raumordnerisches Beeinträchtigungs-verbot).
- (3) Neue oder zu erweiternde großflächige Einzelhandelseinrichtungen müssen dem zentralörtlichen Versorgungsbereich und der zentralörtlichen Funktion entsprechen (Kongruenzgebot).
- (5) Vorhandene oder genehmigte großflächige Einzelhandelseinrichtungen, die im Widerspruch zu den Absätzen 1 bis 4 stehen, können verändert werden, wenn hierdurch die genehmigte Verkaufsfläche sowohl insgesamt als auch für zentrenrelevante Sortimente (Tabelle 4 Nummer 1) nicht erhöht wird (...).
- (6) Die Errichtung oder Erweiterung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen ist abweichend von Absatz 1 außerhalb Zentraler Orte zulässig, wenn das Vorhaben ganz überwiegend der Nahversorgung dient und der Standort in einem städtischen Kernbereich im Sinne von Plansatz 4.8 (G) oder in einem wohngebietsbezogenen Versorgungsbereich liegt. Vorhaben außerhalb Zentraler Orte dienen ganz überwiegend der Nahversorgung, wenn die gesamte vorhabenbezogene Verkaufsfläche 2500 Quadratmeter nicht überschreitet und auf mindestens 75 Prozent der Verkaufsfläche nahversorgungsrelevante Sortimente nach Tabelle 4 Nummer 1.1 angeboten werden.“

Der **LEP Berlin-Brandenburg** nimmt bezüglich **zentrenrelevanter Sortimente** für die **Nahversorgung** eine Einstufung vor. Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren sowie Apotheken, medizinische, orthopädische und kosmetische Artikel (einschließlich Drogerieartikel) sowie Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren und Bürobedarf dienen ganz überwiegend der Nahversorgung.<sup>3</sup>

Aktuell wird das Planwerk unter dem Titel **Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg** (LEP HR) fortgeschrieben, wobei dessen 2. Entwurf vorliegt. Damit ist der LEP HR als Belang der Raumordnung zu berücksichtigen. Mit dem Erlangen der Rechtsverbindlichkeit löst er zukünftig den LEP B-B ab. Er hat das Ziel, als überörtliche und zusammenfassende Planung für den Gesamttraum beider Länder die Grundordnung des LEPro 2007 zu konkretisieren. Der LEP HR in seiner Entwurfsfassung vom 19.12.2017 führt zu großflächigen Einzelhandelseinrichtungen folgendes aus:

<sup>3</sup> LEP Berlin-Brandenburg 2009, Begründungen Tabelle 4.

**„Z 2.6 Bindung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen an Zentrale Orte**

Großflächige Einzelhandelseinrichtungen im Sinne von § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) sind nur in Zentralen Orten zulässig (Konzentrationsgebot).

**Z 2.7 Schutz benachbarter Zentren**

Großflächige Einzelhandelseinrichtungen dürfen nach Art, Lage und Umfang die Entwicklung und Funktionsfähigkeit bestehender oder geplanter zentraler Versorgungsbereiche benachbarter Zentraler Orte sowie die verbraucher-nahe Versorgung der Bevölkerung in benachbarten Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigen (raumordnerisches Beeinträchtigerungsverbot).

**G 2.8 Angemessene Dimensionierung**

Neue oder zu erweiternde großflächige Einzelhandelseinrichtungen in den Zentralen Orten sollen der zentralörtlichen Funktion entsprechen (Kongruenzgebot).

**Z 2.10 [...]**

**G 2.11 Strukturverträgliche Kaufkraftbindung**

Bei der Entwicklung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen soll dafür Sorge getragen werden, dass nicht mehr als 25 % der sortimentspezifischen Kaufkraft im einschlägigen Bezugsraum gebunden werden.

**Z 2.12 [...]**

**Z 2.13 Einordnung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen innerhalb Zentraler Orte**

(1) Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten gemäß Tabelle 1 Nr. 1.2 sind nur in zentralen Versorgungsbereichen zulässig (Integrationsgebot).

(2) Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment gemäß Tabelle 1 Nr. 2 sind auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zulässig, sofern die vorhabenbezogene Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente 10 % nicht überschreitet. Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevantem Sortiment für die Nahversorgung gemäß Tabelle 1 Nr. 1.1 sind auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zulässig.

(3) [...]

**Z 2.14 Einzelhandelsagglomeration**

Der Bildung von Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche ist entgegenzuwirken (Agglomerationsverbot).“

Der **Einzelhandelserlass** (Runderlass vom 17.06.2014) des Ministeriums für Infrastruktur und Raumordnung des Landes Brandenburg weist darauf hin, dass die jeweils geltenden Raumordnungspläne maßgeblich für die Aufstellung und die Änderung von Bauleitplänen sind. Des Weiteren führt er aus:

„Die raumordnerische Steuerung bezieht sich auf Bauleitplanungen zur Errichtung oder zur Erweiterung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen i. S. von § 11 Abs. 3 BauNVO einschließlich der Erweiterung kleinerer Betriebe zu großflächigen Einzelhandelsbetrieben. Maßgeblich für die Aufstellung und die Änderung von Bauleitplänen sind die in den Raumordnungsplänen (zurzeit Landesentwicklungsprogramm und Landesentwicklungspläne) in der jeweils geltenden Fassung festgelegten Ziele und Grundsätze der Raumordnung. Hinweise für die Anwendung sind den jeweiligen Begründungen zu den Zielen und Grundsätzen der Raumordnung zu entnehmen.“

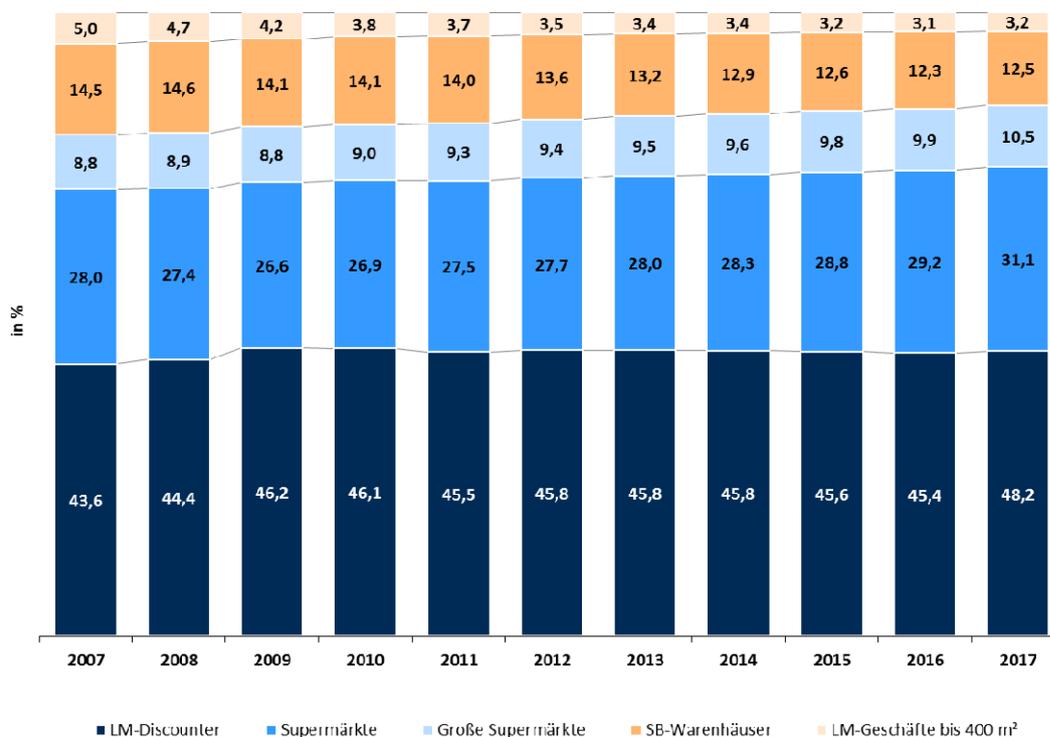
Die **Planungsregion Uckermark-Barnim** verfügt über keinen integrierten Gesamtregionalplan. Die Satzung zum sachlichen Teilplan „Windnutzung Rohstoffsicherung und -gewinnung“ (2016) weist keine über den LEP B-B hinausgehenden Erkenntnisse zur Einzelhandelssteuerung auf. Der sachliche Teilplan „zentralörtliche Gliederung, Siedlungsschwerpunkte und ländliche Versorgungsstandorte“ (1997) wurde durch die Festsetzung des LEP B-B 2009 verdrängt.

### **3. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel**

Die **Dynamik in der Branche** ist nach wie vor ungebrochen. So optimieren derzeit nahezu alle wesentlichen Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels ihre Standortnetze. Hiermit verbunden ist häufig auch eine Flächenausweitung der einzelnen Betriebe bzw. Standorte, da aufgrund der steigenden Anforderungen an die Warenpräsentation, die interne Logistik sowie den demographischen Wandel die Flächeninanspruchnahme zunimmt.

Die einzelnen **Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels** weisen eine unterschiedliche Entwicklung auf. Während Lebensmitteldiscounter und Große Supermärkte ihre Marktposition ausbauen konnten, waren die Marktanteile der SB-Warenhäuser und kleinen Lebensmittelgeschäft rückläufig.

**Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2007 – 2017**



Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut: Handelsdaten aktuell 2018

### 3.1 Definition der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel

Im Einzelhandel werden verschiedene Betriebstypen unterschieden. Die Ausdifferenzierung ist dabei für den Lebensmitteleinzelhandel verfeinert worden. Als Kriterien für die Differenzierung nach Betriebstypen wird dabei neben der Verkaufsfläche v. a. auch die Sortimentsstruktur und hier insbesondere der Anteil an sog. Nonfood-Waren herangezogen.

Die **Definitionen für Betriebstypen** liegen seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Zur Einordnung und Charakteristik der in Deutschland vorhandenen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels werden die Betriebsformen nachfolgend kurz definiert:<sup>4</sup>

**Supermarkt:**

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m<sup>2</sup>, das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel<sup>5</sup> führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II aufweist.

**Großer Supermarkt:**

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m<sup>2</sup>, das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood-I- und Nonfood-II-Artikel<sup>6</sup> führt.

<sup>4</sup> Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2018, Seite 381.

<sup>5</sup> Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

<sup>6</sup> Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

**SB-Warenhaus:**

Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m<sup>2</sup>, das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood-II-Angebot führt.

**Discounter:**

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m<sup>2</sup>, das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood-I-Sortimente sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt.

**LEH-Fachgeschäft:**

Ein LEH-Fachgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft, das auf eine Warengruppe spezialisiert ist und ein tiefes Sortiment führt. Dazu zählen u. a. Spezialitäten-Fachgeschäfte, Getränkeabholmärkte, Obst- und Gemüse-, Süßwarenläden sowie handwerklich orientierte Einzelhandelsgeschäfte wie Feinkostgeschäfte, Bäckereien und Fleischerien.

**Convenience Store:**

Ein Convenience Store ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche unter 400 m<sup>2</sup>, das ein begrenztes Sortiment aus den Warenbereichen Tabakwaren, Süßwaren, Getränke, Presseartikel sowie frische Snacks und Fertiggerichte bietet. Ein Convenience Store zeichnet sich durch seine bequeme Erreichbarkeit und übliche Sonntagsöffnung aus. Zu den Convenience Stores gehören Kioske und Tankstellenshops.

**Kleines Lebensmittelgeschäft:**

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood-I-Sortiment führt.

Weiterhin kann festgehalten werden, dass **Lebensmitteldiscounter** die Zielgruppenansprache in erster Linie über das Preisargument vornehmen und über ein eingeschränktes Sortiment verfügen, aber zunehmend auch der Grundversorgung dienen. Sie weisen im Durchschnitt eine Fläche von etwa 780 m<sup>2</sup> auf, wobei bei Neuansiedlungen mittlerweile generell Verkaufsflächengrößen über 1.000 m<sup>2</sup> angestrebt werden. Zudem wird versucht, bestehende kleinflächige Filialen zu erweitern oder auf größere Grundstücke zu verlagern.

### 3.2 Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten

Die **Betriebstypen** unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer Sortimentsstruktur. Dies wird v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich. Während ein Supermarkt im Mittel ca. 11.800 Artikel offeriert, bieten Große Supermärkte im Durchschnitt gut das Doppelte an Artikeln an. Lebensmitteldiscounter halten dagegen im Schnitt lediglich ca. 2.300 Artikel vor (vgl. Tabelle 1). Bei allen drei Betriebstypen liegt das Schwergewicht auf Waren des kurzfristigen Bedarfs. Auch wenn beim Lebensmitteldiscounter ca. 24 % der Artikel dem Nonfood-Bereich zuzuordnen sind (davon ca. 12 % dem Nonfood I bzw. 12 % dem Nonfood II Sortiment), liegt der Umsatzschwerpunkt doch eindeutig im Food-Bereich (ca. 75 – 80 %). Der durchschnittliche Umsatzanteil für das Nonfood II-Sortiment liegt nur bei 7,6 % für den Betriebstyp Lebensmitteldiscounter.<sup>7</sup>

<sup>7</sup> Quelle: EHI handelsdaten 2013.

**Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmittelvollsortimentern und Supermärkten**

Hauptwarengruppen	Lebensmitteldiscounter (Ø 780 m <sup>2</sup> VK)		Supermarkt (Ø 1.028 m <sup>2</sup> VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.380 m <sup>2</sup> VK)	
	Durchschnittliche Artikelzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Food	1.755	76 – 77	8.995	76	15.730	63
Nonfood I	265	11 – 12	2.030	17	4.825	19
Nonfood II	275	12	805	7	4.450	18
Nonfood insgesamt	540	23 – 24	2.835	24	9.275	37
<b>Insgesamt</b>	<b>2.295</b>	<b>100</b>	<b>11.830</b>	<b>100</b>	<b>25.005</b>	<b>100</b>

Quelle: EHI Köln, Sortimentsbreitenerhebung. In: handelsdaten aktuell 2018.

**Lebensmitteldiscounter** heben sich im Vergleich zu Lebensmittelvollsortimentern insbesondere durch ein vergleichsweise schmales Sortiment mit einem hohen Anteil an Eigenmarken und durch eine konsequente Niedrigpreisstrategie ab. Als weitere Besonderheit sind wechselnde Randsortimente, so genannte "Aktionsware", zu nennen, deren Artikel nicht kontinuierlich geführt werden. Bei der Aktionsware handelt es sich überwiegend um Angebote außerhalb des Lebensmittelbereichs. Hier kommen ganz unterschiedliche Artikel zum Verkauf, wobei ein gewisser Schwerpunkt bei Bekleidung, Haushaltswaren und Elektrowaren liegt. Letztlich ist die Artikelzusammensetzung jedoch äußerst heterogen.

Entscheidend für die weitere Bewertung des konkreten Vorhabens am Standort Kietzstraße in Prenzlau sind folgende Punkte:

- / Die Aktionsartikel wechseln wöchentlich, ein kontinuierliches Angebot bestimmter Artikel ist nicht vorhanden.
- / Alle Systemwettbewerber von Aldi verfolgen ähnliche Strategien, d. h. das vorliegende Sortimentskonzept für den Standort Kietzstraße stellt keine Sondersituation in Prenzlau oder der Region dar.
- / Die Aktionsartikel werden überregional beworben, d. h., der geplante Markt an der Kietzstraße unterscheidet sich nicht von weiteren Niederlassungen von Aldi in der Region.

Darüber hinaus sind **Aldi-Märkte** Filialbetriebe, deren Ursachen für den wirtschaftlichen Erfolg und die hohe Kundenakzeptanz in ihrem standardisierten Sortiment und in ihrer ökonomischen Ladeneinrichtung liegen. Bei der Sortimentszusammensetzung wird nicht auf spezielle wettbewerbliche oder städtebauliche Rahmenbedingungen vor Ort Bezug genommen. Auch bei dem Markt in Prenzlau handelt es sich um eine solche für Aldi typische Filiale. Für die Kundenherkunft bedeutet dies, dass der Standort nur dann aufgesucht wird, wenn er näher oder bequemer zu erreichen ist als andere Märkte in der Umgebung.

## II. Konzentrationsgebot

### 1. Makrostandort Prenzlau

Die **Kreisstadt Prenzlau** liegt im Nordosten des Landes Brandenburg und ist Verwaltungssitz des Landkreises Uckermark (vgl. Karte 2). Von der Landesplanung ist Prenzlau als Mittelzentrum eingestuft und übernimmt bedeutende Versorgungsfunktionen für das nordöstliche Brandenburg. Zum landesplanerisch festgelegten Mittelbereich Prenzlaus gehören die Flächengemeinden Uckerland, Nordwestuckermark sowie die Gemeinden der Ämter Brüssow (Uckermark) und Gramzow.<sup>8</sup> Die Bundeshauptstadt Berlin (Oberzentrum) liegt ca. 100 km<sup>9</sup> südlich. Das nächst gelegene Oberzentrum in Mecklenburg-Vorpommern Neubrandenburg ist ca. 55 km entfernt. Die polnische Stadt Stettin (Szczecin), die Hauptstadt der der Woiwodschaft Westpommern ist, liegt ca. 55 km östlich.

Die **Einwohnerentwicklung** Prenzlaus verlief in der vergangenen Dekade negativ. Zwischen 1995 und 2017 hat sich die Einwohnerzahl von ca. 23.850 auf ca. 19.110 verringert (ca. - 20 %). Zukünftig ist von einem weiteren Rückgang der Einwohnerzahl um ca. 3 – 4 % bis 2030 auszugehen.<sup>10</sup>

Die **Verkehrsanbindung Prenzlaus** für den Individualverkehr kann als gut eingestuft werden. Die überregionale Erreichbarkeit wird durch die Bundesstraßen B 109 (Anklam-Pasewalk-Prenzlau-Templin-Berlin) und B 198 (Neustrelitz-Woldegk-Prenzlau-Angermünde) hergestellt. Die nächst gelegenen Anschlussstellen an die Ostseeautobahn A 20 sind ca. 10 km entfernt (Anschlussstelle Prenzlau Ost / und -Süd). Mit dem ÖPNV ist Prenzlau per Bahn (Fern- und Regionalverbindungen, u. a. nach Berlin, Stralsund, Eberswalde) und durch Busse der Uckermärkischen Verkehrsgesellschaft mbH (UVG) regional zu erreichen. Die innerörtliche Verbindung wird durch Stadtbuslinien hergestellt.

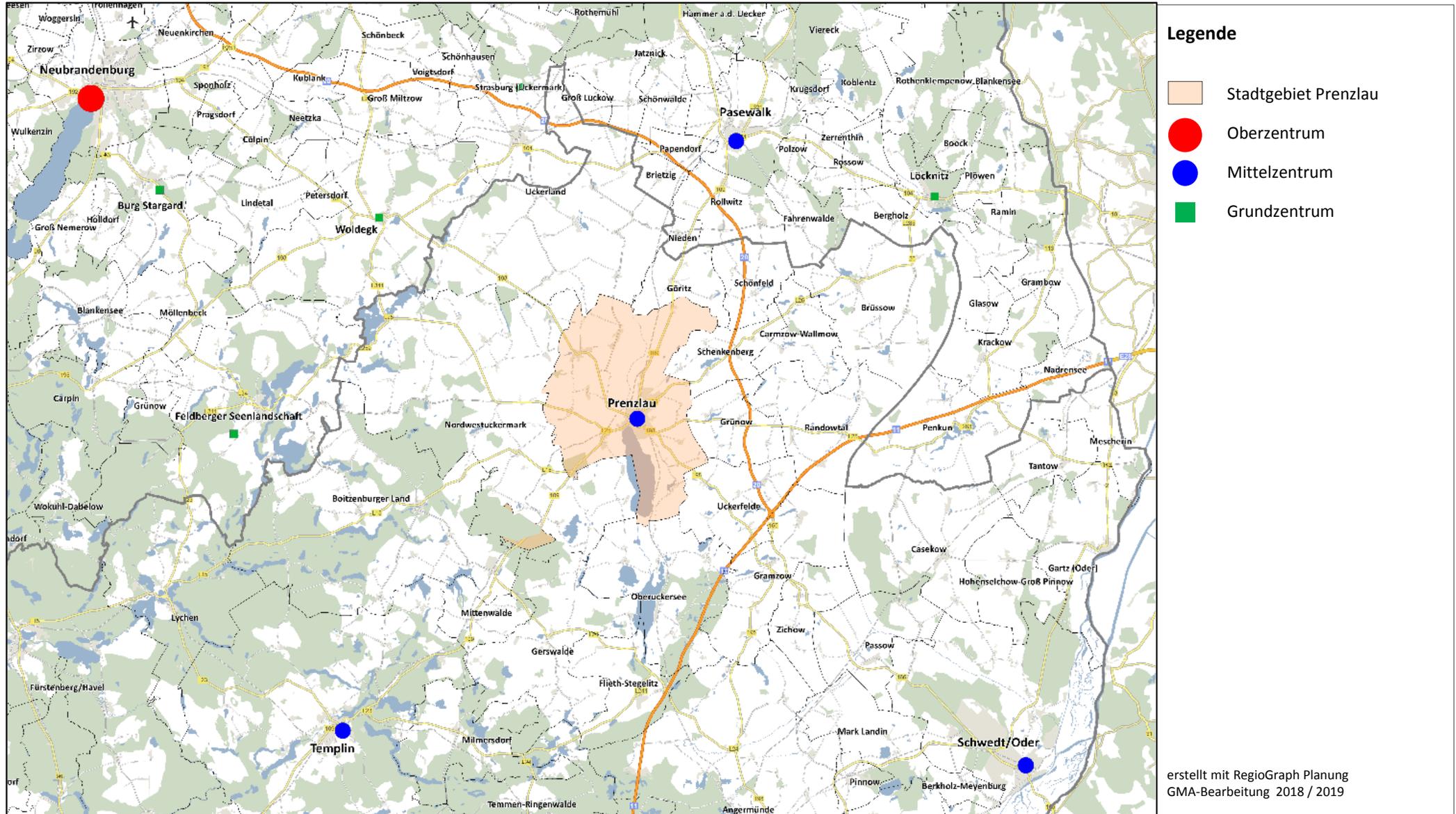
Die **Siedlungsstruktur** Prenzlaus ist als dispers zu bezeichnen. Den Einwohnerschwerpunkt bildet die Kernstadt. Daneben besteht die Stadt aus 19 ländlich geprägten, bis zu 10 km räumlich abgesetzten Gemeindeteilen, die sich neben der Kernstadt auf acht Ortsteile mit nur geringen Bevölkerungszahlen verteilen. Die größten Ortsteile sind Dedelow und Schönwerder. Die Kernstadt Prenzlau liegt am Unteruckersee. Der Fluss Ucker fließt durch Prenzlau nach Norden.

<sup>8</sup> Zukünftig ist eine Ausweisung von kleineren Gemeinden bzw. Ortsteilen als Grundfunktionale Schwerpunkte (GSP) durch die Raumordnung geplant, welche die Grundversorgung im ländlichen Raum ergänzend sichern sollen.

<sup>9</sup> Entfernungen in Straßenkilometern.

<sup>10</sup> Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Stand jeweils 31.12.; Prognose: Landesamt für Bauen und Verkehr (LBV), Bevölkerungsvorausschätzung 2017 bis 2030, Ämter und amtsfreie Gemeinden des Landes Brandenburg, das Basisjahr der Prognose ist 2016

## Karte 2: Lage von Prenzlau und zentralörtliche Struktur der Region



Die **Wirtschaftsstruktur** der Stadt Prenzlau wird durch ein breites Spektrum überwiegend kleiner und mittelständischer Firmen geprägt. Zu den Schwerpunkten gehören folgende Branchen: Metallherstellung-, -bearbeitung und -verarbeitung, Mechatronik, Automotive, Handwerk, Ernährungswirtschaft, Energiewirtschaft und -technologie sowie die Tourismuswirtschaft mit zahlreichen Beschäftigten.

Die **hohe Arbeitszentralität** des Mittelzentrums spiegelt sich im Beschäftigten- und Pendlersaldo wieder. Den rd. 9.860 Beschäftigten am Arbeitsort stehen etwa 6.530 Beschäftigte am Wohnort gegenüber. Darüber hinaus weist Prenzlau ca. 5.550 Einpendler auf, wohingegen nur etwa 2.220 Auspendler zu verzeichnen sind (Pendlersaldo: + 3.330).<sup>11</sup>

Der **Einzelhandelsbesatz** Prenzlau konzentriert sich nahezu ausschließlich auf die Kernstadt. Die mit Abstand dominierende Einzelhandelslage außerhalb der Kernstadt ist das Gewerbegebiet Schafgrund. Die Einzelhandelsagglomeration vereint rd. die Hälfte der gesamten Verkaufsfläche. Hier sind u. a. Marktkauf, Hammer-Heimtextilien, Renners Einrichtungsmarkt, Deichmann und toom-Baumarkt als prägende Einzelhandelsmagneten zu nennen. Die **Einkaufsstadt Prenzlau** ist überwiegend kleinteilig geprägt. Als Magneten fungieren u. a. Woolworth, Netto und Rewe. Des Weiteren bestehen im Kernstadtgebiet mehrere Nahversorgungsstandorte mit Lebensmittelmärkten. Größere Versorgungsbedeutung besitzt im Lebensmittelbereich auch das „SparkassenCenter“ am Georg-Dreke-Ring. Das hier ansässige Kaufland SB-Warenhaus übernimmt auch regionale Versorgungsfunktionen.

## 2. Bewertung des Konzentrationsgebotes

Zunächst ist zu bewerten, ob der für die Verlagerung des Aldi-Marktes in Prenzlau dem sog. „**Konzentrationsgebot**“ des **LEP Berlin-Brandenburg 2009** entspricht:

### „4.7 (Z):

- (1) Großflächige Einzelhandelseinrichtungen im Sinne von § 11 Absatz 3 der Baunutzungsverordnung (BauNVO) sind vorbehaltlich des Absatzes 6 nur in Zentralen Orten zulässig (Konzentrationsgebot) [...]

Der LEP B-B sagt aus, dass großflächiger Einzelhandel mit Ausnahmen der in Absatz 6 erwähnten Kriterien nur in zentralen Orten zulässig ist.

Dem **Entwurf des LEP HR** ist diesbezüglich keine andere Aussage zu entnehmen:

### „Z 2.6 Bindung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen an Zentrale Orte

Großflächige Einzelhandelseinrichtungen im Sinne von § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) sind nur in Zentralen Orten zulässig (Konzentrationsgebot).

<sup>11</sup> Quelle: Agentur für Arbeit, Stand: 30.06.2017.

**Der Einzelhandelserlass 2014 des Ministeriums für Infrastruktur und Landwirtschaft des Landes Brandenburg** beschreibt in diesem Zusammenhang den Umgang mit sowie Regelungen für großflächige Einzelhandelseinrichtungen. Dabei wird auf konkrete Steuerungsmöglichkeiten hingewiesen. Dabei führt er bezüglich der raumordnerischen Steuerung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen aus<sup>12</sup>:

„Die raumordnerische Steuerung bezieht sich auf Bauleitplanungen zur Errichtung oder zur Erweiterung großflächiger Einzelhandelseinrichtung i. S. von § 11 Abs. 3 BauNVO einschließlich der Erweiterung kleinerer Betriebe zu großflächigen Einzelhandelsbetrieben. Maßgeblich für die Aufstellung und die Änderung von Bauleitplänen sind die in den Raumordnungsplänen (zurzeit Landesentwicklungsprogramm und Landesentwicklungspläne) in der jeweils geltenden Fassung festgelegten Ziele und Grundsätze der Raumordnung.“

Die Stadt Prenzlau ist als Mittelzentrum eingestuft.

**Das Konzentrationsgebot gemäß LEP B-B 2009 (sowie gemäß Entwurf LEP HR) ist somit erfüllt.**

---

<sup>12</sup> Einzelhandelserlass Land Brandenburg 2014, S. 13, Pkt. 4.

### III. Integrationsgebot

Zur Prüfung des Integrationsgebotes ist der Untersuchungsstandort unter Berücksichtigung relevanter Kriterien wie Lage zur Innenstadt bzw. Stadtteil- und Geschäftszentren, Lage zu den Wohngebieten oder verkehrliche Erreichbarkeit einzuordnen und hinsichtlich seines städtebaulichen Integrationsgrades und seiner Grundversorgungsfunktion zu beurteilen.

#### 1. Mikrostandort „Kietzstraße“

Der **Planstandort** für den geplanten Neubau von Aldi befindet sich nördlich der Prenzlauer Innenstadt im Kreuzungsbereich der Wohngebietsstraßen Kietzstraße, Am Durchbruch und Winterfeldtstraße. Die Entfernung zum Rand der historischen Altstadt bzw. der Stadtmauer und damit auch zum nördlichen Rand des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt beträgt rd. 300 - 400 m. Auf dem Plangrundstück befinden sich derzeit verschiedene Einzelgebäude, Baracken, Garagen bzw. Brachflächen. Es wird durch die o. g. Straßen sowie die westlich angrenzende wohn- und gewerbliche Bebauung begrenzt. Vorgesehen ist die Neuerrichtung des Aldi-Marktes im nordwestlichen Grundstücksbereich. Die zugehörigen Parkplätze entstehen südlich und östlich vorgelagert und sind über zwei Zufahrten von der Kietzstraße und Am Durchbruch anfahrbar. Die Anlieferzone befindet sich auf der Ostseite der Aldi-Immobilie und wird aus Lärmschutzgründen eingehaust.

Das **Standortumfeld** wird überwiegend durch den Wohngebietscharakter des Wohnquartiers nördlich der Prenzlauer Innenstadt geprägt (vgl. Karte 3). Hier sind verschiedene heterogene Bauungsstile und -strukturen anzutreffen. So befindet sich nördlich entlang der Winterfeldtstraße 4-5-geschossige gründerzeitliche Blockrandbebauung. Die Kietzstraße und die Straße Am Durchbruch weist dagegen neben 5-geschossigen Blockbauten in Plattenbauweise auch Einzel- und Mehrfamilienhausbebauung auf, wobei auch einzelne Gewerbenutzungen (u. a. Fleischerei, Kanzlei) ansässig sind.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Planstandortes wird über die angrenzenden Wohngebietsstraßen hergestellt, wobei hier insbesondere Kietzstraße, Winterfeldtstraße, Am Durchbruch und Freyschmidtstraße zu nennen sind. Diese fungieren als Erschließungsstraßen für das Wohngebiet und binden den Planstandort an die zentralen innerstädtischen Verkehrsachsen Stettiner Straße (Bundesstraße B 109) und Neubrandenburger Straße (Bundesstraße B 198) an. Die **ÖPNV-Erreichbarkeit** wird über mehrere Bushaltestellen im direkten Standortumfeld gewährleistet (Prenzlau, Winterfeldtstraße bzw. Prenzlau Pestalozzi-Schule). Die **fußläufige Erreichbarkeit** des Standortes ist über straßenbegleitende Gehwege entlang der angrenzenden Wohngebietsstraßen gewährleistet.

**Karte 3: Lage des Projektstandortes Kietzstraße und Umfeldnutzungen**



**Legende**

-  Projektstandort Aldi Kietzstraße

OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA  
GMA-Bearbeitung 2018 / 2019

**Foto 1: Planstandort Kietzstraße / Ecke Am Durchbruch**



**Foto 2: Wohnbebauung Kietzstraße / Am Durchbruch**



**Foto 3: Wohnbebauung Winterfeldstraße nördlich**



**Foto 4: Pestalozzi-Schule und Bushaltestelle in der Winterfeldstraße**



**Foto 5: Fleischerei Thiele, Kietzstraße**



**Foto 6: Wohn- und Gewerbenutzungen westlich an der Kietzstraße**

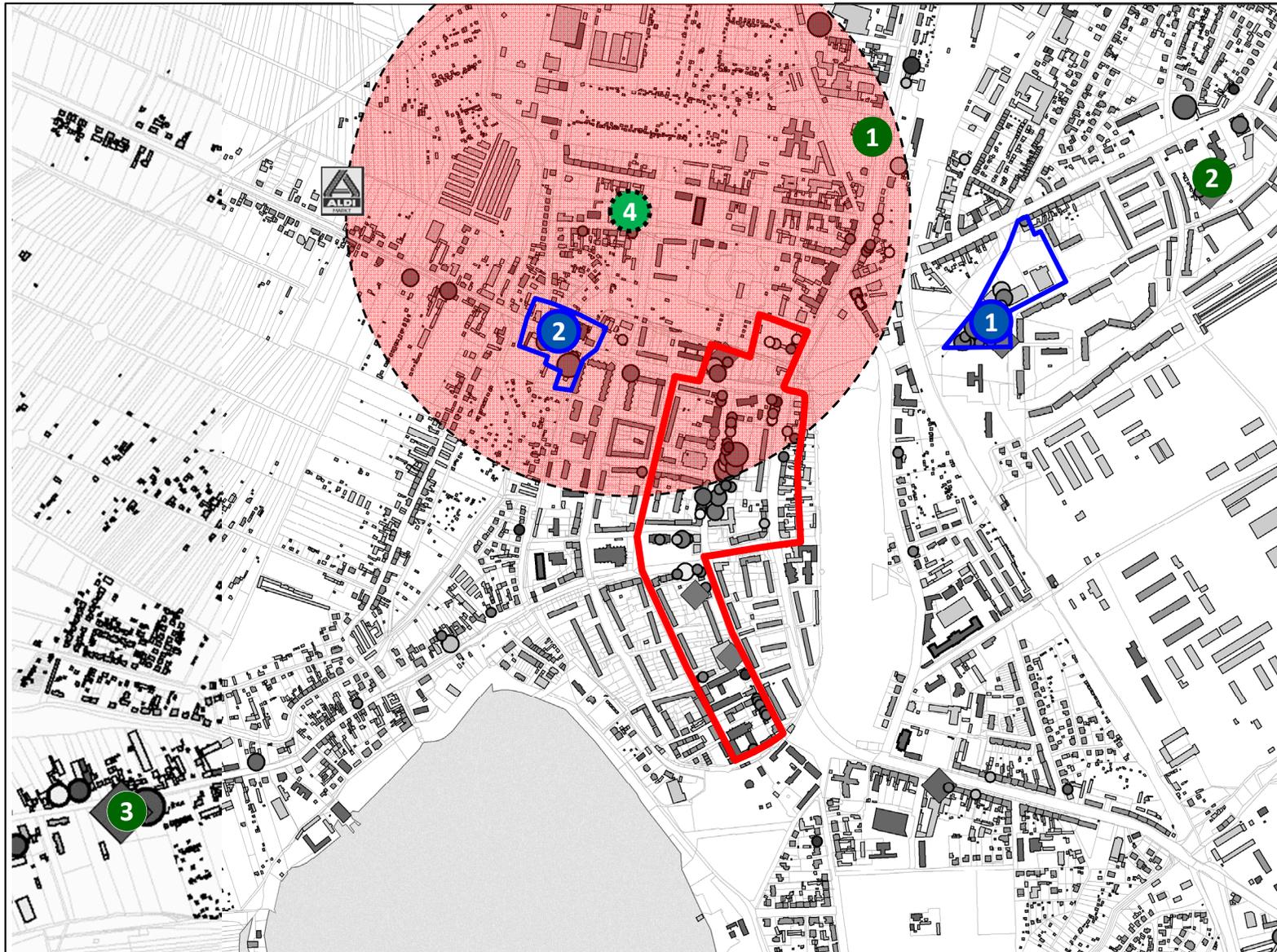


GMA-Aufnahmen 2018

Für den Planstandort ist eine **Nahversorgungsfunktion** im Sinne einer unmittelbar fußläufigen Erreichbarkeit zu konstatieren (vgl. Karte 4). Eine fußläufig akzeptierte Gehwedistanz kann i. d. R. noch in einer Gehzeit von ca. 10 bis 15 Minuten angesetzt werden. Dies entspricht in etwa einer fußläufigen Entfernung von ca. 700 m bis 1.000 m.<sup>13</sup> Hier ist im Einzelfall auf die speziellen Rahmenbedingungen vor Ort Rücksicht zu nehmen. So sind im verdichteten städtischen Bereich z. T. nur 500 m Fußwedistanz als akzeptabler Nahversorgungsradius definiert. In aufgelockerten Siedlungsbereichen sind dagegen i. d. R. bis zu 700 bis 800 m Fußwedistanz anzusetzen. Im ländlichen Bereich sind auch größere Entfernungen möglich.

<sup>13</sup> Vgl. Leitfaden zum Umgang mit § 11 Abs. 3 BauNVO in Bezug auf Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels, beschlossen durch die Fachkommission Städtebau am 28. September 2017, S. 10.

**Karte 4: Standortgefüge gem. Einzelhandelskonzept Prenzlau 2019 und fußläufiger Nahbereich des Projektstandortes**



**Legende**

**Zentrale Versorgungsbereiche**

- ZVB Hauptzentrum Innenstadt
- 1 NVZ SparkassenCenter
- 2 NVZ Neubrandenburger Straße

**Nahversorgungsstandorte**

- 1 Stettiner Straße
- 2 Brüssower Allee
- 3 Neustädter Damm

**potenzieller Nahversorgungsstandort**

- 4 P Kietzstraße (Planstandort)
- 600 m Naheinzugsgebiet (= Zone I)

Kartengrundlage: Stadt Prenzlau  
GMA-Bearbeitung 2018 / 2019

In Anbetracht der durchmischten Wohngebiets- und Siedlungsstrukturen im Standortumfeld und der Lage weiterer Lebensmittelmärkte kann für den Planstandort eine **Gehwegedistanz von ca. 600 m** als fußläufig akzeptable Entfernung i. S. einer fußläufigen Nahversorgungsdistanz angesetzt werden, die auch im Einzelhandelskonzept der Stadt zu Grunde gelegt wird. Sowohl die an den Standortbereich angrenzende Wohnbebauung als auch weitere Teile des nördlichen Kernstadtgebietes befinden sich in einer fußläufigen Entfernung zum Standort (vgl. Karte 4).

**Zusammengefasst** kann der Anbieter Aldi nach der Verlagerung an den Standort Kietzstraße **maßgebliche Nahversorgungsfunktionen** für die Bevölkerung im Umfeld übernehmen. Mit der damit einhergehenden Verkaufsflächenerweiterung um ca. 250 m<sup>2</sup> VK wird der Anbieter zukunftsfähig aufgestellt und so die Versorgungssituation im nördlichen bzw. zentralen Kernstadtgebiet gestärkt. Das fußläufige Einzugsgebiet verlagert sich in Richtung des Siedlungsschwerpunktes und umfasst zukünftig eine größere Zahl an Einwohnern (ca. 3.000 Einwohner)<sup>14</sup> im fußläufigen Umkreis von ca. 600 m innerhalb der Kernstadt.

Ferner ist der **Planstandort Kietzstraße gem. Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes Prenzlau 2019 als potenzieller Nahversorgungsstandort ausgewiesen**, wodurch der planerische Wille der Stadt zur Etablierung eines Lebensmittelmarktes dokumentiert ist (vgl. Karte 4).<sup>15</sup>

## 2. Integrationsgebot – Landesplanerische Vorgaben

Das Integrationsgebot stellt gemäß **LEP B-B** kein Ziel der Raumordnung dar, es wird jedoch als Grundsatz unter Plansatz 4.8 (G) wie folgt ausgeführt:

- (1) Innerhalb Zentraler Orte sollen großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevanten Sortimenten gemäß Tabelle 4 Nr. 1 nur auf Standorten in Städtischen Kernbereichen entwickelt werden (Integrationsgebot).
- (2) Städtische Kernbereiche sind gewachsene zentrale Lagen im Siedlungsbereich Zentraler Orte, die in enger räumlicher Nachbarschaft wesentliche zentrenbildende Funktionen (z. B. Einzelhandel, Verwaltung, Kultur, Dienstleistung) konzentrieren, sowie im Einzelfall die Versorgungszentren großer Wohngebiete, wenn diese eine über die Nahversorgung hinausgehende Funktion haben. Städtische Kernbereiche sind regelmäßig die Innenstädte oder Ortskerne sowie in der Metropole Berlin und den Oberzentren auch weitere städtische Kerne, die durch eine gute Verkehrsanbindung, insbesondere im Öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV), sowie die Lokalisierung weiterer privater und öffentlicher Dienstleistungen gekennzeichnet sind.

<sup>14</sup> ermittelt auf Straßenabschnittsebene mit RegioGraph Planung

<sup>15</sup> Das Einzelhandelskonzept in seiner Fortschreibung 2019 liegt der Standortbewertung von Aldi, Kietzstraße zugrunde. Dieser wird als potenzieller Nahversorgungsstandort definiert, womit die Ansiedlung bzw., Verlagerung von Aldi Bestandteil des Konzeptes ist und zur Verbesserung der Nahversorgung empfohlen wird.

- (5) Die Errichtung oder Erweiterung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen ist abweichend von Absatz 1 in den Zentralen Orten auch außerhalb der Städtischen Kernbereiche zulässig, wenn das Vorhaben ganz überwiegend der Nahversorgung dient und der Standort in einem wohngebietsbezogenen Versorgungsbereich liegt. Vorhaben außerhalb Städtischer Kernbereiche dienen ganz überwiegend der Nahversorgung, wenn die gesamte vorhabenbezogene Verkaufsfläche in der Metropole und in den Oberzentren 5 000 Quadratmeter sowie in den Mittelzentren 2 500 Quadratmeter nicht überschreitet und auf mindestens 75 Prozent der Verkaufsfläche nahversorgungsrelevante Sortimente nach Tabelle 4 Nummer 1.1 angeboten werden.

Die Stadt Prenzlau ist zunächst als Mittelzentrum ausgewiesen. Demnach sollen großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevanten Sortimenten hier nur auf Standorten in städtischen Kernbereichen bzw. zentralen Lagen entwickelt werden. Dies ist ausnahmsweise nach Plansatz 4.8. (5) auch außerhalb solcher Bereiche zulässig, wenn das Vorhaben ganz überwiegend der Nahversorgung dient. Dies ist der Fall, wenn der Standort in einem wohngebietsbezogenen Versorgungsbereich liegt. Darüber hinaus soll die gesamte vorhabenbezogene Verkaufsfläche 2.500 m<sup>2</sup> in Mittelzentren nicht überschreiten und auf mindestens 75 % der Verkaufsfläche nahversorgungsrelevante Sortimente angeboten werden.

Gemäß **Z 2.13 des LEP HR (Entwurf)** ist die Lageeinordnung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen innerhalb Zentraler Orte als Ziel der Raumordnung definiert:

- (1) Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten gemäß Tabelle 1 Nr. 1.2 sind nur in zentralen Versorgungsbereichen zulässig (Integrationsgebot).
- (2) Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment gemäß Tabelle 1 Nr. 2 sind auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zulässig, sofern die vorhabenbezogene Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente 10 % nicht überschreitet. **Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevantem Sortiment für die Nahversorgung gemäß Tabelle 1 Nr. 1.1 sind auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zulässig.**
- (3) Vorhandene genehmigte großflächige Einzelhandelseinrichtungen außerhalb zentraler Versorgungsbereiche im Sinne von Absatz 1 können verändert werden, wenn hierdurch die genehmigte Verkaufsfläche sowohl insgesamt als auch für nahversorgungsrelevante Sortimente und sonstige zentrenrelevante Sortimente (Tabelle 1 Nr. 1.1 und 1.2) nicht erhöht wird. G 2.11 bleibt unberührt. Durch die Veränderung darf keine Umwandlung zu einem Hersteller-Direktverkaufszentrum im Sinne von Z 2.9 erfolgen.

Im Unterschied zum LEP B-B wird im LEP HR auf die Größenbeschränkung für großflächige Einzelhandelseinrichtungen die der Nahversorgung dienen außerhalb städtischer Kernbereiche verzichtet. Ebenso wird im LEP HR auf die Bedingung verzichtet, dass diese Einzelhandelseinrichtungen an einem Standort mit wohngebietsbezogenem Versorgungsbereich liegen müssen.

### 3. Bewertung des Integrationsgebots

Basierend auf der Bewertung des Standortes und den landesplanerischen Vorgaben kann das **Integrationsgebot gemäß Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg wie folgt bewertet** werden:

- /// Die **Charakteristik des Mikrostandortes** entspricht nicht in vollem Umfang der Definition des LEP B-B, Plansatz 4.8 (G) (1) bzw. (2) als Lage in einem städtischen Kernbereich resp. als Versorgungszentrum eines Wohngebietes mit über die Nahversorgung hinausgehender Funktion. Somit greift der Ausnahmetatbestand des Plansatzes 4.8 (G) (5). Demzufolge sind großflächige Einzelhandelsvorhaben in Zentralen Orten auch außerhalb der städtischen Kernbereiche zulässig, wenn das Vorhaben ganz überwiegend der Nahversorgung dient und der Standort in einem wohngebietsbezogenen Versorgungsbereich liegt.
- /// Dies ist beim Standort Aldi, Kietzstraße der Fall. Der Standort befindet sich im Kernstadtgebiet Prenzlau wobei Wohnnutzungen im Umfeld dominieren. Im direkten fußläufigen Nahbereich bestehen verschiedene Wohngebäudetypen, wobei auch verdichtete Geschosswohnbauten zu konstatieren sind. Einzel- und Mehrfamilienhausbebauung mit einer teilweise komplementären Gewerbenutzung komplettieren den Besatz. Die Standortlage des Aldi-Marktes ist demnach als **wohngebietsbezogene Versorgungslage** zu klassifizieren. **Diese Einstufung wird dem Standort im Einzelhandelskonzept Prenzlau 2019 zudem auch zugewiesen, indem der Standort Kietzstraße als potenzieller Nahversorgungsstandort definiert wird.**
- /// Darüber hinaus werden mit dem **Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel** deutlich über 75 % der Verkaufsfläche mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten belegt und die vorhabenbezogene Verkaufsfläche beträgt weit weniger als 2.500 m<sup>2</sup>. Damit dient er, aufgrund seiner Sortimentsstruktur, ganz überwiegend der Nahversorgung.

Nach **LEP HR Z 2.13 (2)** sind großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevanten Sortimenten für die Nahversorgung auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zulässig, was der Sachlage des anzusiedelnden Aldi-Marktes entspricht.

In der **Gesamtbetrachtung** handelt es sich um einen verbrauchernahen, integriert gelegenen Nahversorgungsstandort. Aufgrund seiner funktionalen und räumlichen Wohngebietslage dient der Standort zunächst der fußläufigen wohnortnahen Versorgung für die nördlichen Teile von Prenzlau (Kernstadt) und darüber hinaus auch der gesamtstädtischen Versorgung bzw. der Versorgung der Gemeinden im Mittelbereich von Prenzlau.

**Das Integrationsgebot wird somit sowohl gemäß LEP B-B 2009 als auch gemäß Entwurf LEP HR eingehalten.**

## IV. Kongruenzgebot

Für die Prüfung des Kongruenzgebotes sind zunächst eine Abgrenzung und Zonierung des erschließbaren Einzugsgebietes und die Ermittlung des in diesem Gebiet vorhandenen Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials vorzunehmen. Basierend darauf erfolgt eine Umsatzprognose, die in der Folge eine Abschätzung der Herkunft des Umsatzes und damit eine Bewertung des Kongruenzgebotes ermöglicht.

### 1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial

Der **Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes** für den Neubau des Aldi Lebensmittelmarktes am Standort Kietzstraße kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung des Vorhabens zu. So bildet das ermittelte Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials sowie des Vorhabenumsatzes bzw. der Umsatzherkunft.

Als **Einzugsgebiet** wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Planstandort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus weiterhin untergliedern und strukturieren. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen. Durch die Zonierung des Einzugsgebiets wird diesem Umstand Rechnung getragen.

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

- /// **wesentliche Strukturdaten** und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- /// **verkehrliche Erreichbarkeit** des Standortes auf Basis von Fahrzeitisochronen
- /// **Siedlungsstruktur und städtebauliche Zäsuren** (z. B. Verkehrsachsen, Gewässer, Waldgebiete)
- /// **Filialnetz** des Betreibers, **Dimensionierung** und **Sortimentsstruktur** des Vorhabens
- /// **Wettbewerbssituation** und **Einkaufsalternativen** in Prenzlau und den umliegenden Städten und Gemeinden (u. a. Standorte von Lebensmittelmärkten, regionale Versorgungsstandorte im ländlichen Umland / Uckermark).
- /// **Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen** in der Region (u. a. Prenzlau, Schwedt / Oder und Templin).

Unter Berücksichtigung der angeführten Kriterien lässt sich das **Einzugsgebiet** des Aldi-Marktes wie in Karte 5 dargestellt abgrenzen.

- Zone I:** fußläufiges Naheinzugsgebiet: 600 m-Radius ca. 3.000 Einwohner
- Zone II:** erweitertes Einzugsgebiet: Prenzlau (übriges Stadtgebiet),  
Gemeinden Uckerfelde, Grünow, Schenkenberg und  
Teile von Nordwestuckermark<sup>16</sup> 21.540 Einwohner<sup>17</sup>
- Insgesamt:** ca. **24.540 Einwohner**<sup>18</sup>.

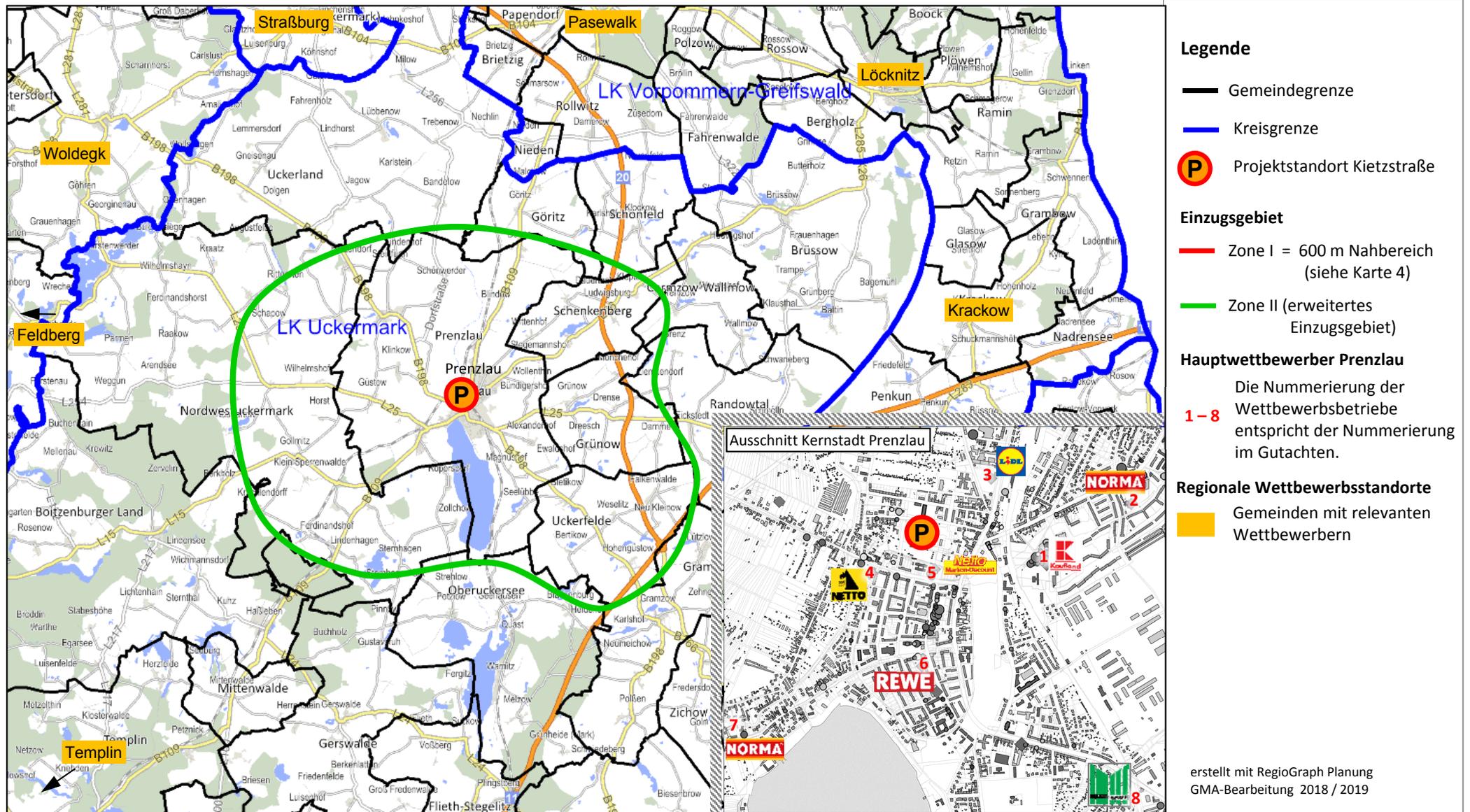
In der **Zonierung** des Einzugsgebietes kommt dabei die mit zunehmender Distanz abnehmende Kundenorientierung an den Planstandort zum Tragen:

- Das Naheinzugsgebiet (Zone I)** umfasst dabei die im 600 m-Radius gelegenen Wohngebiete der Kernstadt Prenzlau um den Planstandort Kietzstraße. Hier ist davon auszugehen, dass der Standort auch zu Fuß aufgesucht wird und eine höhere Marktdurchdringung erzielt.
- Das erweiterte Einzugsgebiet (Zone II)** umfasst darüber hinaus auch die weiteren Wohngebiete der Kernstadt sowie die räumlich abgesetzten Ortsteile von Prenzlau. Auch für die Umlandgemeinden übernehmen die Prenzlauer Lebensmittelmärkte Versorgungsfunktionen, womit sie zum erweiterten Einzugsgebiet zählen. In Zone II ist aufgrund der größeren Entfernung zum Planstandort Kietzstraße und der im weiteren Stadtgebiet Prenzlau ansässigen Hauptwettbewerber allerdings eine niedrigere Marktdurchdringung für den Aldi-Markt in der Kietzstraße zu erwarten. Kunden aus Zone II werden darüber hinaus verstärkt den PKW oder ÖPNV nutzen, um den Aldi-Markt, Kietzstraße zu erreichen.

Insgesamt beschränkt sich die Ausdehnung des regelmäßigen Einzugsgebietes auf Prenzlau und umliegende Gemeinden, wobei diese zum Mittelbereich des Mittelzentrums Prenzlau gehören. Darüber hinaus sind sporadische **Einkaufsbeziehungen von außerhalb des Einzugsgebietes** möglich, z. B. durch Pendler und Besucher. Diese Umsätze mit Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes werden im weiteren Verlauf der Untersuchung als **Streuumsätze** berücksichtigt.<sup>19</sup>

<sup>16</sup> Ortsteile Gollmitz, Holzendorf, Naugarten, Röpersdorf / Sternhagen, Schapow, Schönermark.  
<sup>17</sup> Quelle Einwohner: Meldestelle Nordwestuckermark, Stand 10.05.2016; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Stand 30.06.2018.  
<sup>18</sup> Quelle: Stadt Prenzlau, Stand: 24.10.2017. Berechnung der Einwohnerzahl im 700 m Radius auf Straßenabschnittsebene mit RegioGraphPlanung.  
<sup>19</sup> Hier ist u. a. darauf hinzuweisen, dass die Aldi-Filialen in Torgelow und Strasburg geschlossen werden sollen. Dennoch ist aufgrund der großen räumlichen Entfernung nicht mit ausgeprägten Kundenbeziehungen aus diesen Orten an den Planstandort Aldi in Prenzlau zu rechnen. Auch diese Kunden werden als Streuumsätze eingeschätzt.

### Karte 5: Einzugsgebiet des Aldi-Marktes in Prenzlau, Kietzstraße und Wettbewerbssituation



## 2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen beträgt die ländereinzelnhandelsrelevante Kaufkraft einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung derzeit

**ca. € 6.035<sup>20</sup>**

Bezogen auf das konkrete Vorhaben in Prenzlau, dessen Sortimentsschwerpunkt im Lebensmittelbereich liegt, betragen die Pro-Kopf-Ausgaben aktuell

**ca. 2.210 €<sup>21</sup>**

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau<sup>22</sup> zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Prenzlau bei 91,5 und damit unter dem Bundesdurchschnitt (Bundesdurchschnitt = 100,0). Für das Einzugsgebiet beläuft sich das Kaufkraftpotenzial für **Nahrungs- und Genussmittel** damit auf **ca. 36,5 Mio. €**. Hiervon entfallen auf

/// Zone I:	ca. 5,5 Mio. €
/// Zone II:	ca. 31,0 Mio. €.

## 3. Umsatzprognose für den Aldi Lebensmittelmarkt

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des Vorhabens wird das **Marktanteilskonzept** verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden in den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes.<sup>23</sup> Somit beschreibt das Modell, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, einen Teil des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich an sich zu binden.

Neben der Berechnung der zu erwartenden Gesamtumsatzleistung eines Vorhabens lässt sich anhand des Marktanteilskonzepts ebenfalls die perspektivische Umsatzherkunft des Vorhabens ableiten. Diese ergibt sich aus der Relation zwischen den in den jeweiligen Zonen des Einzugsgebiets generierten Umsätzen und dem Gesamtumsatz des Vorhabens. Hingegen lässt das Marktanteilskonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen zu. So gibt das Marktanteilskonzept keine Auskunft darüber, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und wie sich diese nach dem Markteintritt des Vorhabens neu verteilen werden. Die Ermittlung der Umsatzumverteilungen für das Vorhaben wird in Kapitel V., 2. ausführlich behandelt.

<sup>20</sup> Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

<sup>21</sup> Ohne Randsortimente (Nonfood I und II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung.

<sup>22</sup> Quelle: MB Research, 2018. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

<sup>23</sup> In die Ermittlung der Marktanteile fließen zahlreiche Faktoren ein. U. a. sind dies die Rahmenbedingungen am Vorhabenstandort, die verkehrliche Erreichbarkeit, die Wettbewerbssituation im selben Marktsegment sowie Kopplungs- und Agglomerationseffekte.

Folgende Umsatzprognose lässt sich für den **Aldi Lebensmittelmarkt mit ca. 1.250 m<sup>2</sup> VK** anhand des Marktanteilkonzepts ermitteln:<sup>24</sup>

**Tabelle 2: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes**

Zonen	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	5,5	25 – 30	1,4 – 1,5	0,3 – 0,4	1,8	25
Zone II	31,0	10 – 15	3,7 – 3,8	0,9 – 1,0	4,7	65
<b>Einzugsgebiet</b>	<b>36,5</b>	<b>14 – 15</b>	<b>5,2</b>	<b>1,3</b>	<b>6,5</b>	<b>90</b>
Streumsätze			0,6	0,1 – 0,2	0,7 – 0,8	10
<b>Insgesamt</b>			<b>5,8</b>	<b>1,4 – 1,5</b>	<b>7,2 – 7,3</b>	<b>100</b>

\* Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich Nonfood I und II beträgt beim Anbieter Aldi rd. 20 %. Hinsichtlich der Kundenherkunft wurde von mit dem Lebensmittelbereich vergleichbaren Werten ausgegangen.

GMA-Berechnungen 2018 / 2019; ca.-Werte gerundet (Rundungsdifferenzen möglich).

Zusätzlich werden bei Lebensmittelmärkten Anteile des **Umsatzes mit Randsortimenten** aus dem Nonfood I- und Nonfood II-Bereich generiert. Diese liegen im Fall von Aldi bei ca. 20 %.

Somit lässt sich für den verlagerten und erweiterten **Aldi-Markt** mit ca. 1.250 m<sup>2</sup> VK eine Gesamtumsatzleistung von ca. 7,2 – 7,3 Mio. € ermitteln. Hiervon entfallen ca. 5,8 Mio. € auf den Foodbereich und ca. 1,4 – 1,5 Mio. € auf den Nonfoodbereich (Nonfood I und II).

Zur **Bewertung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit des Vorhabens** lassen sich die Filialleistungen heranziehen. Je nach Betreiber, Sortiment, Verkaufsfläche und Standorteigenschaften variieren diese z. T. sehr stark und spiegeln dadurch die spezifischen örtlichen Verhältnisse wider. Gemäß EHI liegt die durchschnittliche Filialleistung von Aldi bei ca. 5,4 Mio. € (brutto)<sup>25</sup>. Damit läge der neue Aldi-Markt in Prenzlau auf einem überdurchschnittlichen Niveau.

Es ist festzuhalten, dass der überwiegende Teil der zusätzlichen Verkaufsfläche vom Erweiterungsvorhaben im großflächigen Bereich dem Komfort der Kunden (breitere Gänge für angenehmeres Bewegen und bessere Übersichtlichkeit) sowie den betrieblichen Abläufen (v. a. Vereinfachung der Regalbestückung mit Waren) zugutekommt, **ohne dass i. d. R. der Umsatz proportional zur Verkaufsfläche** wächst. Höhere Umsatzleistungen sind aufgrund der Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum, des nur eingeschränkten Einzugsgebietes und des geringen Kaufkraftniveaus (82,3 – 90,6) nicht zu erwarten. Die prognostizierte Umsatzleistung stellt somit eine worst-case Betrachtung im Sinne möglicher Auswirkungen des Neubaufvorhabens dar.

<sup>24</sup> Rechengang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

<sup>25</sup> Quelle: EHI Retail Institute, handelsdaten aktuell 2016/2017; eigene Berechnungen.

#### 4. Bewertung des Kongruenzgebotes

Das Kongruenzgebot lt. LEP Berlin-Brandenburg 2009 fordert zunächst, dass Einzelhandelsgroßprojekte dem zentralörtlichen Versorgungsbereich und der zentralörtlichen Funktion des Ortes entsprechen müssen:

**„4.7 (Z):**

- (3) Neue oder zu erweiternde großflächige Einzelhandelseinrichtungen müssen dem zentralörtlichen Versorgungsbereich und der zentralörtlichen Funktion entsprechen (Kongruenzgebot).“

Die Stadt Prenzlau ist derzeit als Mittelzentrum ausgewiesen. Demnach hat sie neben der gemeindlichen auch eine überörtliche Versorgungsfunktion für die Gemeinden im Mittelbereich zu erfüllen. Auch der Entwurf des LEP HR stellt das Kongruenzgebot inhaltlich in gleicher Weise dar, wobei sich die Ausprägung der Mittelbereiche grundsätzlich bewährt hat. Eine Neuordnung von Gemeinden im Mittelbereich Prenzlau ist nicht abzuleiten.

Basierend auf der aus der Umsatzprognose ableitbaren Umsatzherkunft sowie den landesplanerischen Vorgaben lässt sich das **Kongruenzgebot** gemäß LEP Berlin-Brandenburg 2009 sowie dem Entwurf des LEP HR wie folgt bewerten:

- /// Das Einzugsgebiet (Zone I, II) des Aldi Lebensmittelmarktes umfasst das Stadtgebiet von Prenzlau und Gemeinden im Umland. Ein regelmäßiges Einzugsgebiet außerhalb des Mittelbereichs von Prenzlau wird nicht erschlossen.
- /// Basierend auf der aus der Umsatzprognose ableitbaren Umsatzherkunft sowie den landesplanerischen Vorgaben ist festzuhalten, dass ca. 90 % des durch das Vorhaben generierten Umsatzes aus dem Einzugsgebiet (Zone I, II) stammen. Die restlichen rd. 10 % des Umsatzes werden durch Streukunden von außerhalb des Einzugsgebietes (u. a. Pendler) generiert und werden absehbar anteilig auch mit Kaufkraft aus dem Mittelbereich erwirtschaftet.

Zusammenfassend stammen mind. ca. 90 % und damit der deutlich überwiegende Teil des Umsatzes aus dem Mittelbereich Prenzlau. Demnach übernimmt das Planobjekt im Wesentlichen Versorgungsfunktionen für den raumordnerischen Verflechtungsbereich von Prenzlau. **Das Kongruenzgebot wird somit gemäß LEP B-B 2009 als auch Entwurf LEP HR eingehalten.**

## V. Beeinträchtigungsverbot

Zur Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes ist zunächst die Angebots- und Wettbewerbssituation für das Vorhaben im Einzugsgebiet bzw. im weiteren Umfeld darzustellen und zu bewerten. Ausgehend davon lassen sich die durch das Vorhaben zu erwartenden wettbewerblichen bzw. prüfungsrelevanten versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen ermitteln.

### 1. Projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum

Zur Bewertung der Einzelhandelssituation in Prenzlau und im Untersuchungsraum wurde von der GMA im Oktober 2018 eine Erhebung der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe durchgeführt. Als Wettbewerber für Aldi gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die in einem Lebensmitteldiscounter geführt werden. Allerdings ist aufgrund der Flächengröße bzw. des Betriebstyps und des spezifischen Einkaufsverhaltens der Bevölkerung davon auszugehen, dass insbesondere betriebstypenaffine Betriebe (Lebensmitteldiscounter, Supermarkt, SB-Warenhaus) als Hauptwettbewerber zu identifizieren sind.

#### 1.1 Wettbewerbssituation innerhalb des Einzugsgebietes

Die Angebotsstrukturen im Lebensmittelsegment konzentrieren sich nahezu ausschließlich auf die Kernstadt Prenzlau. Neben dem zu verlagernden Aldi-Markt, Neubrandenburger Straße sind hier folgende strukturprägende Anbieter<sup>26</sup> im Lebensmitteleinzelhandel anzuführen (vgl. Karte 5):

- (1) **Kaufland**, Georg-Dreke-Ring (NVZ SparkassenCenter)
- (2) **Norma**, Robert-Schulz-Ring (Nahversorgungsstandort Brüssower Allee)
- (3) **Lidl**, Stettiner Straße (Nahversorgungsstandort Stettiner Straße)
- (4) **Netto (dansk)**, Neubrandenburger Straße (NVZ Neubrandenburger Straße)
- (5) **Netto**, Dr.-Wilhelm-Külz-Straße (Hauptzentrum Innenstadt)
- (6) **Rewe**, Steinstraße (Hauptzentrum Innenstadt)
- (7) **Norma**, Neustädter Damm (Nahversorgungsstandort Neustädter Damm)
- (8) **Marktkauf**, Seelübber Weg (Sonderstandort Schafgrund).

<sup>26</sup> Lebensmittelmärkte  $\geq 400 \text{ m}^2 \text{ VK}$ .

In der Kernstadt Prenzlau ergänzen **weitere kleinteilige Lebensmittelanbieter** die Nahversorgungsstruktur im Lebensmitteleinzelhandel (u. a. Getränkemarkt, Tankstellenshop, Kiosk, Lebensmittelhandwerk). In den ländlichen Ortsteilen der Stadt sowie den Umlandgemeinden sind dagegen nur in Ausnahmefall einzelne ergänzende kleine Lebensmittelanbieter vorhanden.

Darüber ist auf die geplante **Verkaufsflächenerweiterung des Lidl-Marktes an der Stettiner Straße** hinzuweisen. Das Vorhaben ist derzeit noch nicht umgesetzt, weshalb der Markt in seiner aktuell bestehenden Größe oder Ausstrahlungskraft bei der Wettbewerbsanalyse berücksichtigt wird. Im Falle einer Realisierung der Erweiterung würde sich die Verkaufsfläche in der Kernstadt Prenzlau jedoch leicht erhöhen. Dabei ist eine moderate Umsatzsteigerung von Lidl anzusetzen. Infolge dessen würden die durch Aldi, Kietzstraße erwirtschafteten zusätzlichen Umsätze gegenüber höheren Bestandsumsätzen dieses Anbieters umverteilt. Dies würde infolge dessen niedrigere Umsatzumverteilungen auslösen. Daher stellt die Außerachtlassung dieses Erweiterungsvorhabens eine worst-case Betrachtung i. S. möglicher Auswirkungen dar.

## 1.2 Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebietes

Die überörtliche Wettbewerbssituation wird im Wesentlichen durch die Angebotskonzentration auf die umliegenden größeren Städte bzw. Zentralen Orte bestimmt. Durch die geringe Ortsgröße in der nur **dünn besiedelten ländlichen Uckermark** sind nur eingeschränkte Versorgungsmöglichkeiten für die ortsansässige Wohnbevölkerung außerhalb der größeren Städte vorhanden. So sind die nächst liegenden Städte mit relevanten Wettbewerbern mind. 25 – 30 km – z. T. erst in Mecklenburg-Vorpommern liegend – von Prenzlau entfernt.

## 1.3 Zusammenfassung der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet

Nachfolgende Tabelle stellt zusammenfassend die Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung im Einzugsgebiet im Nahrungs- und Genussmittelbereich nach Lagen dar.

**Tabelle 3: Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung im Einzugsgebiet nach Lagen**

Standortlage	Verkaufsfläche*		Umsatz**	
	in m <sup>2</sup>	in %	in Mio. €	in %
<b>Einzugsgebiet insgesamt</b>	<b>17.405</b>	<b>100</b>	<b>64,2</b>	<b>100</b>
<i>davon Hauptzentrum Innenstadt</i>	2.055	12	9,3	14
<i>davon NVZ SparkassenCenter</i>	3.905	22	14,1	22
<i>davon NVZ Neubrandenburger Straße</i>	685	4	2,7	4
<i>davon Nahversorgungsstandorte</i>	3.490	20	12,8	20
<i>davon sonstige Lagen***</i>	7.270	42	25,3	39

\* Gesamtverkaufsfläche aller Betriebe mit Sortimentsschwerpunkt bei Lebensmitteln

\*\* Umsatz um Nonfood-Anteile bereinigt

\*\*\* Angaben ohne VK und Umsatz des bestehenden Aldi-Marktes, Neubrandenburger Straße

GMA-Erhebung und -Berechnung 2018 / 2019

## 2. Umsatzumverteilungen / Wettbewerbliche Wirkungen

### 2.1 Methodik

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein Rechenmodell zum Einsatz, welches auf dem Prinzip eines **Gravitationsmodells** basiert.

Im Wesentlichen fließen dabei zwei Parameter ein, welche durch weitere Kriterien ergänzt und kalibriert werden. Als Berechnungsfaktoren sind hierbei zu nennen:

- /// die **Attraktivität der jeweiligen Wettbewerbsstandorte**, die durch den jeweiligen Betriebsbesatz (Betriebsform, Betreiber, Erscheinungsbild etc.), die Verkaufsflächen-größe bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und
- /// der **Distanzwiderstand**, der sich aus der Entfernung (Distanz) zwischen den einzelnen Angebotsstandorten ergibt.

### 2.2 Umsatzumverteilungen

Für die Bewertung der Verlagerung und Vergrößerung des Aldi-Marktes werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumverteilungen folgende Annahmen getroffen:

- /// Der **Aldi Lebensmittelmarkt** wird an seinem Standort auf einer geplanten Verkaufsfläche von insgesamt ca. 1.250 m<sup>2</sup> eine Umsatzleistung von ca. 7,2 – 7,3 Mio. € erzielen. Davon entfallen ca. 5,8 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und rd. 1,4 – 1,5 Mio. € auf Nichtlebensmittel.
- /// Zu berücksichtigen ist des Weiteren, dass der Lebensmittelanbieter Aldi **bereits seit Jahren in Prenzlau am Standort Neubrandenburger Straße** auf einer Verkaufsfläche von insg. rd. 1.000 m<sup>2</sup> ansässig ist. Dieser Markt erwirtschaftet derzeit eine Umsatzleistung von insgesamt ca. 5,8 Mio. €. Davon entfallen rd. 4,6 – 4,7 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und rd. 1,1 – 1,2 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. Diese Umsätze werden bereits heute am Standort Prenzlau generiert und auch weiterhin gebunden werden, da sich an den generellen Standortrahmenbedingungen und dem Kundeneinzugsgebiet keine nennenswerten Veränderungen ergeben werden. Auch weiterhin wird der Aldi-Markt neben seiner Nahversorgungsfunktion auch als Versorgungsstandort für das gesamte Stadtgebiet fungieren.
- /// Die Bewertung der möglichen Beeinträchtigungen der geplanten Erweiterung des Aldi Lebensmittel-Discounters erfordert eine **Prüfung des Gesamtvorhabens**. Dementsprechend wird in vorliegender Auswirkungsanalyse das Vorhaben des Lebensmittldiscounters mit 1.250 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bewertet, d. h. es wurde im Hinblick auf die Ausbildung des voraussichtlichen Kundeneinzugsgebietes, der voraussichtlichen Umsatzleis-

tung oder der Stellung im Wettbewerb jeweils das Gesamtvorhaben nach der geplanten Erweiterung betrachtet. Jedoch ist für die tatsächliche Bewertung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen der bereits bestehende Markt zu berücksichtigen, d. h. der Bestandsumsatz wird bereits heute gebunden. Somit ergibt sich eine Umsatzausweitung i. H. von insg. 1,4 – 1,5 Mio. € wovon ca. 1,1 – 1,2 Mio. € auf den Lebensmittelbereich entfallen.

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

**Tabelle 4: Umsatzherkunft und Umsatzumverteilungen im Einzugsgebiet**

Umsatzherkunft		Bestandsumsatz Wettbewerb in Mio. €* in Mio. €*	Umsatzumverteilung / -herkunft in Mio. €	Umsatzumverteilung in %
Lebensmittelbereich	▪ Umsatzleistung des bestehenden Aldi-Marktes, Neubrandenburger Straße inkl. Streuumsätze	–	4,6 – 4,7	–
	▪ Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern <b>innerhalb des Einzugsgebietes</b>	64,2	1,1 – 1,2	2
	▪ <i>davon gegenüber Anbietern im „Hauptzentrum Innenstadt“</i>	9,3	0,2 – 0,3	2 – 3
	▪ <i>davon gegenüber Anbietern im NVZ „SparkassenCenter“</i>	14,1	0,2	1 – 2
	▪ <i>davon gegenüber Anbietern im NVZ „Neubrandenburger Straße“</i>	2,7	0,1	3 – 4
	▪ <i>davon gegenüber Anbietern an Nahversorgungsstandorten</i>	12,8	0,2	1 – 2
	▪ <i>davon gegenüber Anbietern in sonstigen Lagen</i>	25,3	0,4	1 – 2
	▪ Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern <b>außerhalb des Einzugsgebietes</b>	–	< 0,1	n. n.
	▪ <b>Umsatz Aldi-Markt, Kietzstraße im Lebensmittelbereich</b>	–	5,8	–
Nichtlebensmittelbereich	▪ Umsatzleistung des bestehenden Aldi-Marktes, Neubrandenburger Straße	–	1,1 – 1,2	–
	▪ Umsatzumverteilungen im <b>Einzugsgebiet</b>	–	0,3	n. n.
	▪ <b>Umsatz Aldi-Markt, Kietzstraße im Nichtlebensmittelbereich</b>	–	1,4 – 1,5	–
<b>Umsatz Aldi-Markt, Kietzstraße insgesamt</b>		–	<b>7,2 – 7,3</b>	–

\*ohne Aldi-Bestandsmarkt, Neubrandenburger Straße

n. n. = nicht nachweisbar

GMA-Berechnungen 2018 / 2019, ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich

### 2.3 Wettbewerbliche und städtebauliche Wirkungen

Auf Basis der zuvor getätigten Annahmen zu möglichen Umsatzumverteilungen sind folgende wettbewerbliche und städtebauliche Wirkungen durch das Vorhaben von Aldi zu erwarten:

- /// Durch die geplante Verlagerung und Verkaufsflächenerweiterung des Anbieters Aldi in Prenzlau werden **innerhalb des Einzugsgebietes bzw. überwiegend in der Stadt Prenzlau** bei einem derzeitigen Umsatz der betroffenen projektrelevanten Wettbewerber i. H. von ca. 64,2 Mio. €<sup>27</sup> ca. 1,1 – 1,2 Mio. € des Bestandsumsatzes umverteilt. Dies entspricht rechnerisch einer **Umsatzumverteilungsquote von ca. 2 %**. Diese Umsatzumverteilungen werden v. a. gegenüber den im Einzugsgebiet liegenden systemähnlichen Lebensmittelmärkten zu erwarten sein (Nr. 1 – 8 in Karte 5). Damit resultieren aus dem Neubauvorhaben von Aldi, Kietzstraße zwar geringe wettbewerbliche Effekte, der Anhaltswert von ca. 10 %, ab dem schädliche städtebauliche Effekte (z. B. Leerstandsbildung) zu erwarten sind, wird aber deutlich unterschritten. Eine Bestandsgefährdung von Magnetbetrieben bzw. Lebensmittelmärkten in Prenzlau bzw. im Einzugsgebiet und damit eine **Gefährdung der wohnortnahen Versorgung sind daher auszuschließen**.
- /// Gegenüber Anbietern im **ZVB „Hauptzentrum Innenstadt“** liegen mögliche Umsatzumverteilungen bei 0,2 – 0,3 Mio. € bzw. 2 – 3 %. Dies betrifft v. a. den Anbieter Netto, Dr.-Wilhelm-Külz-Straße der im ZVB „Hauptzentrum Innenstadt“ in fußläufiger Entfernung zum Planstandort Aldi, Kietzstraße liegt. Dieser Anbieter hat sich allerdings aktuell erweitert und modernisiert, so dass von einer nachhaltigen wirtschaftlichen Situation auszugehen ist. Somit ist aus der geringen Höhe der Umsatzumverteilung keine Bestandsgefährdung von diesem oder anderen Anbietern im ZVB „Hauptzentrum Innenstadt“ zu erwarten (u. a. Rewe, Steinstraße). Schädliche städtebauliche Auswirkungen auf die Funktion oder Entwicklung des zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Prenzlau sind zu verneinen.
- /// Gegenüber Anbietern im **Nahversorgungszentrum SparkassenCenter** werden ca. 0,2 Mio. € bzw. ca. 1 – 2 % Umsatzumverteilung zu erwarten sein. Der i. W. betroffene Anbieter Kaufland wird somit kaum nachweislich mit Umverteilungen belastet, so dass eine Bestandsgefährdung dieses Magnetbetriebes nicht zu erwarten ist. Insgesamt werden durch das Planvorhaben an der Kietzstraße keine schädlichen städtebaulichen Effekte auf das NVZ SparkassenCenter zu erwarten sein.
- /// Gegenüber Anbietern im **NVZ Neubrandenburger Straße** werden ca. 0,1 Mio. € / ca. 3 – 4 % des Umsatzes umverteilt. Davon ist insbesondere der Hauptwettbewerber Netto

<sup>27</sup> Umsatz um Nonfoodanteile bereinigt, ohne Bestandsumsatzes des Aldi-Marktes, Neubrandenburger Straße.

(dansk) betroffen. Dieser kann allerdings von den Kopplungseffekten mit den Komplementären im Standortumfeld und von der günstigen Erreichbarkeit durch die Lage an der Bundesstraße B 198 profitieren, so dass hier keine Betriebsabschmelzung zu erwarten ist. Darüber hinaus dürfte das NVZ Neubrandenburger Straße von der Schließung des Bestandsmarktes von Aldi verstärkt profitieren, da dieser nach seiner Verlagerung weniger stark vorbeifahrende auswärtige Kunden, welche über die B 198 nach Prenzlau gelangen, „abfängt“. Insgesamt ist keine Gefährdung der Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches NVZ Neubrandenburger Straße bzw. negative städtebauliche Effekte zu erwarten.

- Gegenüber **Anbietern an Nahversorgungsstandorten in Prenzlau** sind Umsatzumverteilungen von summiert rd. 0,2 Mio. € zu erwarten, die verstärkt die hier ansässigen Lebensmittelmärkte betreffen. Die Umverteilungsquote liegt mit rd. 1 – 2 % allerdings auf einem sehr niedrigen unkritischen Niveau. Die stärksten Auswirkungen werden gegenüber dem Anbieter Lidl am Nahversorgungsstandort Stettiner Straße zu erwarten sein, da dieser maßgebliche fußläufige Einzugsgebietsüberschneidungen mit dem Planstandort Kietzstraße aufweist. Allerdings ist dieser Anbieter als wirtschaftlich stabil einzustufen, zudem eine Verkaufsflächenerweiterung geplant ist. Somit ist eine weitere Standortsicherung zu erwarten. Negative städtebauliche Auswirkungen gegenüber diesem oder anderen Nahversorgungsstandorten in Prenzlau sind auszuschließen.
- **Außerhalb des Einzugsgebietes bzw. außerhalb von Prenzlau** sind mögliche durch das Vorhaben ausgelöste Umsatzumverteilungseffekte nicht nachweisbar. Negative wettbewerbliche oder gar städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die wohnortnahe Versorgung außerhalb des Einzugsgebiets sind daher auszuschließen.
- Im **Nichtlebensmittelbereich** werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte in Höhe von rd. 0,3 Mio. € v. a. gegenüber den anderen Lebensmittelmärkten und in untergeordneter Form ebenfalls gegenüber den sonstigen Anbietern wie z. B. Fachmärkten in Prenzlau wirksam werden. Diese sind jedoch bei einer Einzelbetrachtung als minimal einzustufen, weil sie sich auf eine Vielzahl von Betrieben unterschiedlichster Sortimente verteilen. Nennenswerte Umsatzverluste bei bestehenden Anbietern sind im Einzelfalle nicht zu erwarten.

Bei einer **Einordnung der im Einzugsgebiet ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte** lässt sich festhalten, dass Umsatzverluste insbesondere bei dem bestehenden Lebensmittelmärkten zu erwarten sind, diese sind überwiegend leistungsfähig aufgestellt, so dass nicht mit Marktaustritten zu rechnen ist. Das Vorhaben dient v. a. der Modernisierung und Anpassung

des Aldi-Marktes an aktuelle und künftige Kunden- und Logistikanforderungen, wobei mit der Verlagerung in eine siedlungsintegrierte Wohngebietslage die fußläufige Erreichbarkeit verbessert wird. Eine Beeinträchtigung der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder der verbrauchernahen Versorgung im oder außerhalb des Einzugsgebietes i. S. d § 11 Abs. 3 BauNVO können ausgeschlossen werden.

### 3. Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes

Das Beeinträchtigungsverbot geht aus **§ 11 Abs. 3 BauNVO** hervor und besagt, dass das Vorhaben

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

nicht beeinträchtigen darf.

Diese Vorgaben werden **im LEP B-B** unter Plansatz 4.7 (Z) (2) aufgegriffen (raumordnerisches Beeinträchtigungsverbot). Die konkreten Prüfkriterien ergeben sich aus dem LEP B-B:

„Großflächige Einzelhandelseinrichtungen dürfen nach Art, Lage und Umfang die Entwicklung und Funktion benachbarter Zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung nicht beeinträchtigen (raumordnerisches Beeinträchtigungsverbot).“

Der **Entwurf des LEP HR** führt dazu folgendes aus:

„Großflächige Einzelhandelseinrichtungen dürfen nach Art, Lage und Umfang die Entwicklung und Funktionsfähigkeit bestehender oder geplanter zentraler Versorgungsbereiche benachbarter Zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung in benachbarten Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigen (raumordnerisches Beeinträchtigungsverbot).“

Der Entwurf des LEP HR stellt in Hinsicht auf den Schutz der Entwicklung und Funktion zentraler Orte besonders die bestehenden oder geplanten zentralen Versorgungsbereiche heraus.

Basierend auf der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet bzw. in Prenzlau und im Umland und den dargestellten Umsatzumverteilungen bzw. wettbewerblichen Wirkungen lässt sich das Vorhaben von Aldi hinsichtlich des **raumordnerischen Beeinträchtigungsverbotes wie folgt bewerten:**

- /// Das Beeinträchtigungsverbot wird durch die Verlagerung und Erweiterung des Aldi Lebensmittelmarktes eingehalten. So liegen die Umverteilungseffekte im Einzugsgebiet bzw. in Prenzlau mit ca. 2 % (max. 3 – 4 % im NVZ „Neubrandenburger Straße“) auf einem sehr niedrigen und verträglichen Niveau. Eine Funktionsstörung zentraler Versorgungsbereiche in Prenzlau ist nicht zu erwarten. Die **verbrauchernahe Versorgung**

**wird nicht beeinträchtigt.** Die vorhandenen Nahversorgungsstrukturen werden auch bei einer Verlagerung und Erweiterung des Aldi-Marktes ihre Funktion beibehalten.

- Die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen im **Nichtlebensmittelbereich** werden nicht zu einer Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche oder der Nahversorgung führen. Städtebauliche Auswirkungen im Sinne des Beeinträchtigungsverbotes sind nicht zu erwarten, da sich die Umverteilungen auf zahlreiche Sortimentsgruppen und unterschiedliche Betriebe im Untersuchungsraum verteilen werden und somit in einer Einzelbetrachtung nicht nachzuweisen sind.

**Das raumordnerische Beeinträchtigungsverbot nach dem LEP B-B wird somit eingehalten. Ebenso wird das Beeinträchtigungsverbot nach dem Entwurf des LEP HR, Ziel 2.7 eingehalten.**

## VI. Zusammenfassung

Grundlagen	
Planvorhaben / Planstandort	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Verlagerung des bereits in Prenzlau bestehenden Aldi Lebensmittelmarktes von der Neubrandenburger Straße 21 an die Kietzstraße</b></li> <li>▪ <b>Verkaufsflächenerweiterung</b> von ca. 1.000 m<sup>2</sup> VK auf ca. 1.250 m<sup>2</sup> VK</li> <li>▪ <b>städtebaulich integrierte Lage</b> durch auch verdichtete Wohngebiete im unmittelbaren und weiteren Standortumfeld, Standort übernimmt auch <b>fußläufige Nahversorgungsfunktion</b> für die nördlichen Teile der Kernstadt Prenzlau</li> <li>▪ Einstufung des Standortes Kietzstraße als <b>potenzieller Nahversorgungsstandort gem. Einzelhandelskonzept Prenzlau 2019</b></li> </ul>
Rechtsrahmen und Untersuchung	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Auswirkungenanalyse nach <b>§ 11 Abs. 3 BauNVO</b></li> </ul>
Standortrahmenbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Makrostandort:</b> Kreisstadt und Mittelzentrum Prenzlau, ca. 19.070 Einwohner</li> <li>▪ <b>Einzelhandelsstrukturen gem. Einzelhandels- und Zentrenkonzept Prenzlau 2019:</b> zentrale Versorgungsbereiche Innenstadt / NVZ SparkassenCenter / NVZ Neubrandenburger Straße, mehrere Nahversorgungsstandorte mit Lebensmittelmärkten, Gewerbegebiet Schafgrund als dominierender Einkaufsstandort</li> </ul>
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Zone I</b> umfasst das fußläufige Einzugsgebiet im 600 m-Radius, <b>Zone II</b> umfasst das übrige Stadtgebiet Prenzlau und umliegende Gemeinden</li> <li>▪ <b>Einwohnerpotenzial</b> im Einzugsgebiet: ca. 24.540 Personen</li> <li>▪ <b>Kaufkraftpotenzial</b> Lebensmittel im Einzugsgebiet: ca. 36,5 Mio. €</li> </ul>
Umsatzerwartung	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Gesamtumsatzleistung</b> bei ca. 1.250 m<sup>2</sup> VK: ca. 7,2 – 7,3 Mio. €; davon ca. 5,8 Mio. € Food und ca. 1,4 – 1,5 Mio. € Nonfood</li> </ul>
Umsatzumverteilungseffekte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>gegenüber Anbietern im Einzugsgebiet</b> 2 %</li> <li>▪ <i>ggü. Anbietern im ZVB „Hauptzentrum Innenstadt“</i> 2 – 3 %</li> <li>▪ <i>ggü. Anbietern im NVZ „SparkassenCenter“</i> 1 – 2 %</li> <li>▪ <i>ggü. Anbietern im NVZ „Neubrandenburger Straße“</i> 3 – 4 %</li> <li>▪ <i>ggü. Anbietern an Nahversorgungsstandorten</i> 1 – 2 %</li> <li>▪ <b>außerhalb des Einzugsgebietes</b> nicht nachweisbar</li> </ul>
Raumordnerische Bewertungskriterien	
Konzentrationsgebot (LEP B-B)	<p><b>Das Konzentrationsgebot wird eingehalten.</b> Die Stadt Prenzlau ist als Mittelzentrum ausgewiesen. Darüber hinaus dient das Planvorhaben ganz überwiegend der Nahversorgung, denn die vorhabenbezogene Verkaufsfläche liegt bei unter 5.000 m<sup>2</sup>. Außerdem entfallen über 75 % der geplanten VK auf nahversorgungsrelevante Sortimente. Weiterhin befindet sich der Standort in einem wohngebietsbezogenen Versorgungsbereich.</p>
Integrationsgebot (LEP B-B)	<p><b>Das Integrationsgebot wird erfüllt.</b> Der Standort des Neubauvorhabens befindet sich in wohngebietsbezogener Lage und kann somit auch fußläufige Nahversorgungsfunktion übernehmen. Er ist darüber hinaus als potenzieller Nahversorgungsstandort gem. Einzelhandelskonzept Prenzlau 2019 ausgewiesen.</p>
Kongruenzgebot (LEP B-B)	<p><b>Das Kongruenzgebot wird eingehalten.</b> Es stammen mind. ca. 90 % des Umsatzes aus dem Mittelbereich Prenzlau. Der Markt übernimmt somit im Wesentlichen Versorgungsfunktionen für die Stadt Prenzlau und die Gemeinden im zugehörigen Verflechtungsbereich.</p>

**Beeinträchtigungs-  
verbot (LEP B-B)**

**Das Beeinträchtungsverbot wird durch das Neubauvorhaben eingehalten.**

Durch die Verlagerung und Erweiterung des Aldi-Marktes würden in Prenzlau Umsatzumverteilungen von ca. 2 % auftreten. Maximal werden gegenüber dem NVZ „Neubrandenburger Straße“ ca. 3 – 4 % zu erwarten. Der Anhaltswert von 10 % Umsatzumverteilung, ab dem schädliche städtebauliche Effekte zu erwarten sind, wird deutlich unterschritten. Aufgrund der niedrigen Umverteilungswerte sind Marktaustritte der bestehenden Lebensmittelmärkte nicht zu erwarten. Eine Beeinträchtigung der Funktionalität zentraler Versorgungsbereiche in Prenzlau oder in anderen Gemeinden im Umland oder der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung kann ausgeschlossen werden.

Darüber hinaus ist das **Vorhaben auch mit den Zielen des in Aufstellung befindlichen LEP Hauptstadtregion (2.Entwurf) vereinbar**. Die o.g. Ziele des LEP B-B werden auch gem. LEP HR erfüllt.

Abweichend von den Erläuterungen des **Integrationsgebot** gemäß LEP B-B sind laut **Entwurf LEP HR** großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevanten Sortimenten für die Nahversorgung auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche möglich.

<b>Verzeichnisse</b>	<b>Seite</b>
<b>Kartenverzeichnis</b>	
Karte 1: Lageplanentwurf der Aldi-Liegenschaft, Kietzstraße	5
Karte 2: Lage von Prenzlau und zentralörtliche Struktur der Region	15
Karte 3: Lage des Projektstandortes Kietzstraße und Umfeldnutzungen	19
Karte 4: Standortgefüge gem. Einzelhandelskonzept Prenzlau 2019 und fußläufiger Nahbereich des Projektstandortes	21
Karte 5: Einzugsgebiet des Aldi-Marktes in Prenzlau, Kietzstraße und Wettbewerbssituation	27
<b>Tabellenverzeichnis</b>	
Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmittelvollsortimentern und Supermärkten	13
Tabelle 2: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes	29
Tabelle 3: Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung im Einzugsgebiet nach Lagen	32
Tabelle 4: Umsatzherkunft und Umsatzumverteilungen im Einzugsgebiet	34
<b>Abbildungsverzeichnis</b>	
Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2007 – 2017	11
<b>Fotoverzeichnis</b>	
Foto 1: Planstandort Kietzstraße / Ecke Am Durchbruch	20
Foto 2: Wohnbebauung Kietzstraße / Am Durchbruch	20
Foto 3: Wohnbebauung Winterfeldtstraße nördlich	20
Foto 4: Pestalozzi-Schule und Bushaltestelle in der Winterfeldtstraße	20
<b>Foto 5: Fleischerei Thiele, Kietzstraße</b>	20
Foto 6: Wohn- und Gewerbenutzungen westlich an der Kietzstraße	20