

ecostra GmbH · Luisenstrasse 41 · D-65185 Wiesbaden

An  
LMEY Investments AG  
ZNL Deutschland  
Thomas Schrickel  
Heideckstr. 183

**D-47805 Krefeld**

Ihr Ansprechpartner	Dr. Joachim Will
Telefon	+49 (0)611 - 716 95 75-0
Telefax	+49 (0)611 - 716 95 75-25
Ihr Schreiben vom	21. April 2017
Ihr Zeichen	
Datum	03. Mai 2017

Vorab per Email: [t.schricket@lmeyinvestments.com](mailto:t.schricket@lmeyinvestments.com)

**Fachgutachterliche Stellungnahme zu den Auswirkungen einer gewissen Modifikation der geplanten sortimentsbezogenen Flächenwerte bei dem geplanten Outlet Center in Wittenburg (LK Ludwigslust-Parchim)**

Sehr geehrter Herr Schrickel,

wir nehmen Bezug auf Ihre Email vom 21.04.2017, in welcher Sie uns vor dem Hintergrund der Ergebnisse einer Besprechung von Ihnen mit Vertretern der obersten und der unteren Landesplanungsbehörde am 13.04.2017 in Schwerin gebeten haben, eine fachgutachterliche Stellungnahme zu der Frage abzugeben, ob ggf. eine gewisse Modifikation der sortimentsbezogenen Festsetzungen der Flächenwerte bei dem in Wittenburg geplanten Outlet Center dazu führt, daß bei den zentralen Orten des Vorhabens negative städtebauliche oder raumordnerische Auswirkungen eintreten.

Auf der folgenden Seite findet sich eine vergleichende Darstellung der Flächenwerte, welche wir in unserer Auswirkungsanalyse (zuletzt ergänzt am 10.03.2017) angesetzt haben sowie jenen Flächenwerten, welche nach Ihren Angaben nun auf Grundlage der o.g. Besprechung mit den Genehmigungsbehörden als Festsetzungen in den B-Plan sowie in begleitende städtebauliche Verträge aufgenommen werden sollen.

Der wesentliche Unterschied zwischen den beiden Darstellungen ergibt sich aus dem Umstand, daß eine sachgerechte und realitätsnahe Analyse und Bewertung eines Einzelhandelsprojektes nicht die Aufsummierung der einzelnen sortimentsbezogenen, maximal zulässigen Flächengrößen zugrunde legen kann, welche in der Aggregation immer die für das gesamte Center maximal zulässige Verkaufsflächengröße überschreitet. Eine solche Aggregation der Maximalwerte führt konsequenterweise dazu, daß ein Center und ein Gesamtumsatz der Analyse zugrunde gelegt wird, welches in dieser Flächenkonstellation niemals realisiert werden wird. Aus fachlicher Sicht ist es somit zielführend – wie in der ecostra-Auswirkungsanalyse geschehen – zunächst mit Mittelwerten der sortimentsbezogenen Flächenkonzeption zu rechnen, welche auch in der Aggregation ein tatsächlich mögliches Center abbilden und auf Grundlage der jeweilig möglichen sortimentsbezogenen Umsätze und der entsprechenden Umsatz-

leistung des Centers insgesamt sowie der hieraus resultierenden Umsatzumverteilungswerte gegenüber den betroffenen zentralen Versorgungsbereichen der umliegenden Städte und Gemeinden zu prüfen und zu bewerten, ob städtebaulich und raumordnerisch eine Verträglichkeit

Seite 2

- des Centers in der geplanten Größe insgesamt
- der einzelnen Sortiments- bzw. Warenbereiche auf Basis der jeweiligen Mittelwerte

gegeben ist. Sollte also anhand der Mittelwerte für einzelne Sortiments- bzw. Warenbereiche deutlich werden, daß kritische Größen erreicht sind bzw. sogar eine Unverträglichkeit zu konstatieren ist, kann – fachlich korrekt und nachvollziehbar – in weiteren Analyseschritten geprüft werden, ob eine mehr oder weniger deutliche Flächenreduktion in dem entsprechenden Angebotsbereich eine solche Verträglichkeit ermöglichen und dafür in anderen Angebotsbereichen eine Erweiterung des sortimentsbezogenen Flächenansatzes möglich ist, ohne daß hier die damit verbundenen, stärkeren Umsatzumverteilungswirkungen nun eine Unverträglichkeit ergeben. Entsprechend kann hier eine analytisch saubere Feinjustierung vorgenommen werden, welche dann auch den sortimentsbezogenen Flächenfestsetzungen im B-Plan zugrunde gelegt werden kann.

Flächenwerte der ecostra-Auswirkungsanalyse		Flächenwerte auf Grundlage der Ergebnisse der Besprechung vom 13.04.2017	
Sortiment / Warenbereich	VK in m <sup>2</sup> (Mittelwerte)	Sortiment / Warenbereich	VK in m <sup>2</sup> (Maximalwerte)
• Bekleidung (inkl. Sportbekleidung)	8.800	• Bekleidung (inkl. Sportbekleidung)	9.500
• Schuhe & Lederwaren	1.900	• Schuhe & Lederwaren	1.900
• Sonstige Sortimente insg.	1.900	• Sonstige Sortimente insg.	2.500
		Sonstigen Sortimente im Einzelnen:	
		○ Spielwaren	200
		○ Haushaltswaren inkl. Elektrokleingeräte	450
		○ Glas, Porzellan, Keramik (GPK)	600
		○ Körperpflegemittel, Kosmetik	250
		○ Haus- und Tischwäsche	400
		○ Bettwaren, Gardinen	400
		○ Uhren / Schmuck	250
		○ Sonnenbrillen	150
		○ Sportartikel	200
		○ Sonstige Sortimente	500

Wie oben erläutert, ergeben die aggregierten Flächenwerte der ecostra-Auswirkungsanalyse (siehe linke Spalten) exakt die für das Planobjekt vorgesehene maximale Gesamtverkaufsfläche von 12.600 m<sup>2</sup>. Die Aufsummierung der Flächenwerte aus der Besprechung vom 13.04.2017 (siehe rechte Spalten) ergibt hier eine rechnerische Verkaufsflächengröße von 13.900 m<sup>2</sup>, überschreitet den maximal zulässigen

Verkaufsflächenwert des geplanten Outlet Centers also um 1.300 m<sup>2</sup> VK. Im Einzelnen wurde die maximal mögliche Verkaufsfläche im Sortiment

Seite 3

- Bekleidung (inkl. Sportbekleidung) um ca. 700 m<sup>2</sup> bzw. um ca. 8,0 % von 8.800 m<sup>2</sup> auf nun 9.500 m<sup>2</sup> VK angehoben
- Schuhe & Lederwaren unverändert gelassen, d.h. der in der Analyse angesetzte Mittelwert stellt nun den maximal möglichen Wert in diesem Sortimentsbereich dar
- Sonstige Sortimente um ca. 600 m<sup>2</sup> bzw. um ca. 31,6 % von 1.900 m<sup>2</sup> auf nun ca. 2.500 m<sup>2</sup> angehoben, wobei die Werte für die dieser Sammelgruppe zugeordneten diversen Warenbereiche zwischen maximal ca. 150 m<sup>2</sup> (Sonnenbrillen) und maximal ca. 600 m<sup>2</sup> VK (GPK) schwanken.

Diese Anpassungen der maximal möglichen Verkaufsflächengrößen für die einzelnen Sortiments- bzw. Warenbereiche im geplanten Center sind vor dem Hintergrund der Ergebnisse der ecostra-Auswirkungsanalyse zu sehen, wo – bei relativer Betrachtung – eine kritische Größe der Umsatzumverteilungsquote mit ca. 13,3 % nur im Sortimentsbereich **Schuhe & Lederwaren** in der Nachbarstadt Hagenow erreicht wird, wobei aber der in absoluten Werten mit ca. 0,1 – 0,2 Mio. € sehr geringe Umsatzabzug zu beachten ist. Aber auch in Schwerin werden mit ca. 7,9 % (Gesamtstadt) bzw. ca. 9,1 % (Innenstadt) im Sortimentsbereich Schuhe & Lederwaren deutlich spürbare Wirkungen gegeben sein, welche aber nicht zuletzt auch aufgrund der Standortlage der meisten der in diesem Segment betroffenen Anbieter in leistungsfähigen Shoppingcentern am Marienplatz keine nachhaltig negativen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen erwarten lassen. Eine Festlegung auf eine maximale Verkaufsflächengröße von 1.900 m<sup>2</sup> für Schuhe & Lederwaren im Planobjekt ist aus fachgutachterlicher Sicht somit als sachgerecht zu bewerten.

Im Angebotssegment **Bekleidung (inkl. Sportbekleidung)** werden in der ecostra-Auswirkungsanalyse auf Basis eines diesbezüglichen Flächenwertes von 8.800 m<sup>2</sup> VK die höchsten relativen Umsatzumverteilungswerte mit ca. 6,2 % in der Innenstadt von Hagenow, mit ca. 5,2 % in der Innenstadt von Schwerin und mit ca. 5,1 % in der Innenstadt von Parchim erreicht. Damit sind bei diesem Flächenansatz in diesen zentralen Geschäftslagen zwar spürbare Wirkungen gegeben, ein Umschlagen in städtebaulich oder raumordnerisch negative Auswirkungen ist aber nicht zu erwarten. Wird in diesem Angebotssegment die maximal mögliche Verkaufsflächengröße des Planobjektes um 700 m<sup>2</sup> auf 9.500 m<sup>2</sup> erhöht, ist davon auszugehen, daß sich der Umsatzabzug bei räumlich

- nahegelegenen Städten und Gemeinden wie z.B. Hagenow nur unwesentlich erhöht, da sich für die Wohnbevölkerung in diesem Nahbereich aufgrund des geringen Aufwandes zur Distanzüberwindung bei einer solchen Angebotserweiterung um 700 m<sup>2</sup> VK kein nennenswerter Attraktivitätszuwachs des Outlet Centers als Einkaufsstandort ergibt. Entsprechend ist hier von einer nur geringen Erhöhung des Umsatzabzuges bis auf maximal ca. 0,7 Mio. € bzw. auf ca. 7,0 % auszugehen.

- entfernter liegenden Städten und Gemeinden, wie z.B. Schwerin und Parchim, etwas stärker erhöht, gleichwohl aber nach wie vor in einer Größenordnung verbleibt, in der wesentliche negative Auswirkungen in diesem Angebotssegment ausgeschlossen werden können. In Schwerin wird sich der Umsatzabzug gegenüber den innerstädtischen Geschäftslagen in diesem Fall auf maximal ca. 4,7 Mio. € bzw. ca. 5,6 % und in Parchim in der Innenstadt auf maximal ca. 0,8 Mio. € bzw. auf ca. 6,9 % erhöhen.

Seite 4

Bei den **Sonstigen Sortimenten** wurde in der ecostra-Auswirkungsanalyse davon ausgegangen, daß sich die hier geplante Verkaufsfläche von ca. 1.900 m<sup>2</sup> auf diverse Einzelsortimente bzw. Warenbereiche verteilt, wobei keines für sich genommen die Schwelle zur Großflächigkeit überschreitet und verschiedene spezifische Sortimente – wie z.B. Sonnenbrillen, Uhren / Schmuck – eine maximale Flächengröße von ca. 200 – 300 m<sup>2</sup> VK nicht überschreiten. In der Analyse orientierte sich ecostra hier an den gängigen Flächenkonzepten von in Betrieb befindlichen Outlet Centern in Europa, welche entsprechende verlässliche Einschätzungen zur Sortimentszusammensetzung und den jeweiligen Flächengrößen in dieser Sammelgruppe der „Sonstigen Sortimente“ ermöglichen. Allgemein stellen die hier zusammengefassten Sortimente nicht jene Angebote dar, welche den Verbraucher zum Besuch eines solchen Outlet Centers motivieren, sondern dienen zur Abrundung und Ergänzung des Branchenmix. Mögliche Wirkungen auf Aspekte der Städtebaus und der Raumordnung können aber aus sog. Mitnahmeeffekten entstehen und sind insofern nicht per se ausgeschlossen. Die Analysen und Berechnungen der ecostra-Auswirkungsanalyse für eine Flächengröße von ca. 1.900 m<sup>2</sup> VK bei den sonstigen Sortimenten im Planobjekt haben gezeigt, daß hier deutlich schwächere Umsatzumverteilungswirkungen gegeben sind, welche – wenn überhaupt spürbar – im Bereich von üblichen konjunkturellen Schwankungen liegen. Die absolut und relativ stärksten Wirkungen in diesem Segment ergeben sich mit einem Umsatzabzug von insgesamt ca. 0,9 – 1,0 Mio. € bzw. von ca. 3,3 % gegenüber der Innenstadt von Schwerin. Eine Erweiterung der maximalen Verkaufsfläche dieser sonstigen Sortimente von 1.900 auf 2.500 m<sup>2</sup> im Planobjekt würde in einer Erhöhung des Umsatzabzuges auf ca. 1,3 Mio. € bzw. der Umsatzumverteilungsquote auf ca. 4,6 % resultieren. Damit ist unzweifelhaft auch hier eine Verträglichkeit gewährleistet.

Von großer Bedeutung im Bereich der sonstigen Sortimente ist – so wie nun auch vorgesehen – daß innerhalb der auf maximal 2.500 m<sup>2</sup> VK begrenzten Sammelgruppe auf der Ebene der einzelnen Sortimente nochmals maximal zulässige Verkaufsflächengrößen fixiert werden. Dies ermöglicht eine nachhaltige Sicherstellung der Verträglichkeit des Vorhabens in diesem Angebotssegment. Zwar ist ecostra kein einziges Outlet Center in Europa in der in Wittenburg geplanten Größenordnung bekannt, das Sonnenbrillen auf einer Verkaufsfläche von 150 m<sup>2</sup> führt, dies gilt ebenso für Uhren / Schmuck mit ca. 250 m<sup>2</sup> VK. Insofern zeigt die tatsächliche Situation, daß diese Outlet Center-Standorte hier – trotz einer gerade im Ausland vergleichsweise liberalen B-Plan-Situation, wo sortimentsbezogene Flächenbegrenzungen z.T. völlig unbekannt sind – vor dem Hintergrund des angestrebten Branchen- und Markenmix sowie auch den Flächennachfrage von Markenherstellern solche Flächenrahmen kaum ausschöpfen. Da jedoch auch Outlet Center – ebenso wie andere Vertriebsformen des Einzel-

handels – einer ständigen Veränderung und Anpassung des Angebots- und Dienstleistungskreises unterliegen, sind solche Festsetzungen und damit eine bauplanerische Sicherung einer städtebaulich und raumordnerisch verträglichen Ansiedlung aus Sicht von ecostra jedenfalls zielführend.

Seite 5

Die auf Basis der Besprechung vom 13.04.2017 für das in Wittenburg geplante Outlet Center vorgesehenen maximalen Flächenkorridore auf Ebene einzelner Sortiments- bzw. Warenbereich und deren nochmalige Aufschlüsselung für die Sammelgruppe Sonstige Sortimente ist vor dem Hintergrund der Ergebnisse der ecostra-Auswirkungsanalyse aus fachgutachterliche Sicht geeignet die städtebauliche und raumordnerische Verträglichkeit des Vorhabens zu gewährleisten.

Für Rückfragen und weitere Informationen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Joachim Will