



Auswirkungsanalyse zur geplanten Erweiterung des Mölders Baucentrums in Lüneburg

AUFTRAGGEBER: Hansestadt Lüneburg

PROJEKTLEITUNG: Raimund Ellrott

PROJEKTBEARBEITUNG: Florian Komossa

Hamburg , den 15.05.2024

GMA
Forschen. Beraten. Umsetzen.

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 im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist eine Veröffentlichung des Dokuments nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Im vorliegenden Dokument verzichten wir aus Gründen der besseren Lesbarkeit darauf, immer die männliche und weibliche Schriftform zu verwenden. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.

Quelle Foto Titelblatt: GMA, 06 / 2022



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg / Dresden / Hamburg / Köln / München

Büro Hamburg
Poststraße 25
20354 Hamburg

Geschäftsführung: Birgitt Wachs

Tel 040 / 30997778-0 / Fax 040 / 30997778-9
info@gma.biz / www.gma.biz

Vorbemerkung

Ende April 2022 erteilte die Hansestadt Lüneburg der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Hamburg, den Auftrag zur Erstellung einer Auswirkungsanalyse für die Erweiterung des Mölders Baucentrums. Das Gutachten wurde im Juli 2022 vorgelegt und im Mai 2024 noch einmal angepasst, da u. a. zwei Wettbewerbsbetriebe inzwischen geschlossen worden sind.

Das Vorhaben liegt im unbeplanten Innenbereich gemäß § 34 BauGB, soll allerdings im Zuge des Erweiterungsvorhabens durch die Aufstellung eines Bebauungsplans überplant werden. Die derzeitige und prospektive Verkaufsfläche liegt oberhalb der Grenze der Großflächigkeit von 800 m² VK, entsprechend sind die städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO zu prüfen.

Der GMA standen für die Erstellung der Untersuchung Daten und Informationen des Statistischen Bundesamtes, des Landesamtes für Statistik Niedersachsen, MB-Research Nürnberg, des Auftraggebers sowie GMA-interne Unterlagen zur Verfügung. Im Juni 2022 erfolgten eine Standortbesichtigung sowie eine Erhebung der relevanten Einzelhandelsbetriebe im Einzugsgebiet und im näheren Umland. Die Firma Mölders hat der GMA die Umsatz- und Kundendaten des Lüneburger Standortes in Rettmer vertraulich zur Verfügung gestellt, die entsprechend ausgewertet und in die Ausarbeitung mit einbezogen wurden.

Die vorliegende Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen der Hansestadt Lüneburg. Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität aller Inhalte kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Hamburg, den 15.05.2024
EII/KOF

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Aufgabenstellung und Vorhaben	5
1. Aufgabenstellung	5
2. Regelungen der BauNVO	5
3. Betriebstyp, Sortimentsstruktur und Größe	6
II. Standortbeschreibung und -bewertung	10
1. Makrostandort Lüneburg	10
2. Mikrostandort	13
III. Einzugsgebiet und Kaufkraft	16
1. Abgrenzung des Einzugsgebietes	16
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	18
3. Umsatzprognose und Umsatzherkunft	19
IV. Wettbewerbssituation	22
1. Wettbewerbssituation in der Lüneburger Innenstadt	22
2. Wettbewerbssituation im übrigen Einzugsgebiet	23
V. Auswirkungen des Vorhabens	24
1. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen	24
2. Versorgungsstrukturelle und städtebauliche Auswirkungen	26
3. Ermittlung der maximal verträglichen Verkaufsflächen für das zentrenrelevante Randsortiment	26
VI. Raumordnerische Bewertung des Vorhabens	28
1. Bewertung des Konzentrationsgebotes	28
2. Bewertung des Integrationsgebotes	28
3. Bewertung des Kongruenzgebotes	29
4. Bewertung des Beeinträchtigungsverbots	30
5. Vereinbarkeit mit dem Einzelhandelsentwicklungs- und Zentrenkonzept für die Hansestadt Lüneburg	30
VII. Zusammenfassung	32
Verzeichnisse	34

I. Aufgabenstellung und Vorhaben

1. Aufgabenstellung

Die Firma Mölders (Hagebau Kooperationspartner) betreibt das gleichnamige Bauzentrum in der rd. 4 km südwestlich des Stadtzentrums gelegenen Lüneburger Ortschaft Rettmer. Besonderheit dieses Standortes ist, dass die Liegenschaft mit dem Baustoffhandel sowie einem Hagebaumarkt belegt ist, die keine Trennung von Geschäftskunden- zu Privatkundenverkehr aufweisen. Mölders Bauzentrum plant in zwei Varianten (große Lösung vs. kleine Lösung) die Neuordnung von Baumarkt und Baustoffhandel.

Nach Flächenaufstellung des Betreibers soll in der großen Lösung die gewichtete Verkaufsfläche um rd. 788 m² (+ rd. 25,7%) auf dann rd. 3.063 m² VK steigen, während die kleine Variante nur ein gewichtetes Flächenwachstum um rd. 225 m² VK (+ rd. 9,0%) auf dann rd. 2.500 m² VK vorsieht. Das Bauzentrum liegt derzeit im unbeplanten Innenbereich, um das Vorhaben planungsrechtlich abzusichern, soll ein Bebauungsplan aufgestellt werden.

Sowohl der bestehende als auch der erweiterte Baumarkt liegen oberhalb der Grenze zur Großflächigkeit (> 800 m² Verkaufsfläche). Zur Klärung der raumordnerischen und städtebaulichen Verträglichkeit dieser Verkaufsflächenerweiterung wurde die GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Hamburg, mit einer **Auswirkungsanalyse** beauftragt.

Zu prüfen ist, ob das skizzierte großflächige Einzelhandelsvorhaben sich auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirkt und somit kern- oder sondergebietspflichtig im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO wäre. Ferner ist zu prüfen, ob der Standort auch nach der geplanten Erweiterung der Baumarktverkaufsfläche den Zielen des Einzelhandelsentwicklungs- und Zentrenkonzeptes entspricht.

Im Rahmen der Auswirkungsanalyse werden die Gebote der Landes-Raumordnung überprüft und das Vorhaben entsprechend bewertet. Da es sich bei dem Betrieb um einen Markt mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment handelt, stehen dabei insbesondere die Auswirkungen auf zentrale Orte sowie die durch mögliche zentrenrelevante Randsortimente ausgelösten städtebaulichen Wirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in Lüneburg und in zentralen Orten im Umland im Vordergrund.

2. Regelungen der BauNVO

Für die Beurteilung der Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist § 11 Abs. 3 BauNVO zu beachten. Die Regelung führt in der aktuellen Fassung von 2017 für großflächige Einzelhandelsbetriebe folgendes aus:

- „1. *Einkaufszentren,*
2. *großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,*
3. *sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,*

sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelt-einwirkungen 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 Städten, 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 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Stadt und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

Die Untersuchung erfolgt vor dem Hintergrund der einschlägigen Vorschriften des BauGB, der BauNVO sowie der Ziele und Grundsätze der Landes- und Regionalplanung. Hierbei sind insbesondere die formalen Prüfkriterien gemäß Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen (LROP 2017) zu beachten.

3. Betriebstyp, Sortimentsstruktur und Größe

Die Firma Mölders mit Sitz in Bad Bevensen betreibt als familiengeführtes Unternehmen und Mitglied der Hagebau-Kooperation insgesamt 5 Baustoffhandlungen und 11 Hagebaumärkte in dem Gebiet zwischen Hamburg, Hannover und Berlin.

In Deutschland gibt es 338 Hagebaumärkte, welche sich in Größen zwischen 4.000 und 12.000 m² Verkaufsfläche bewegen, i. d. R. ist ein Gartencenter angeschlossen. Hagebau ist mit einer Verkaufsfläche von ca. 2,1 Mio. m² nach OBI der zweitgrößte Baumarktbetreiber Deutschlands.¹

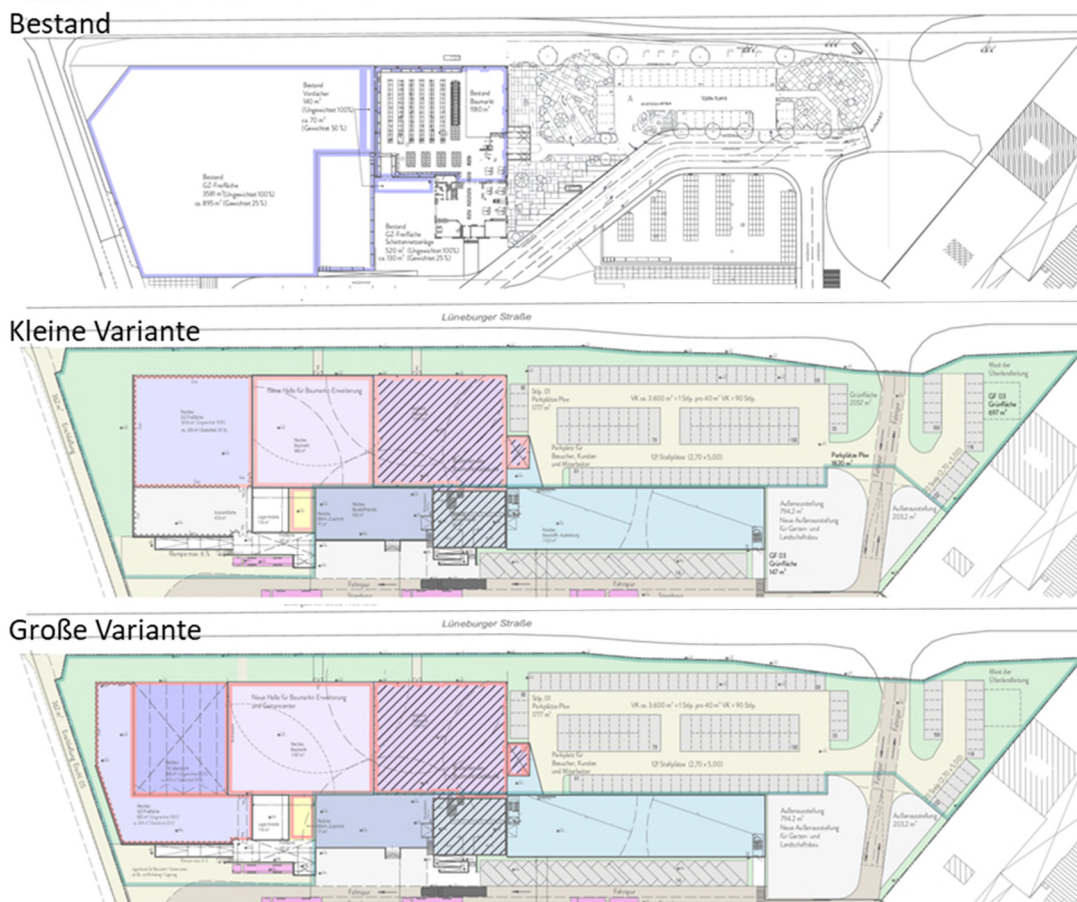
Der bestehende Hagebaumarkt an der Lüneburger Straße ist über die Zufahrt der Baustoffhandlung erreichbar. Der Standort weist neben dem Baumarkt eine kleinere überdachte Freifläche sowie ausgedehnte, nicht überdachte Freiflächen auf. Die Planung sieht eine Neuordnung der Bereiche Hagebaumarkt und Baustoffhandel vor, wobei die Zufahrt, die Parkplätze und die Ausstellungsflächen für Garten- und Landschaftsbau neu organisiert werden sollen. In beiden Varianten (groß und klein) soll ein Teil der Freiflächen für die Logistik (Be- und Entladung, Lagerung) und die Baustoffhandlung verwendet werden, so dass die Gesamtfläche des Baumarktes trotz Erweiterung der Warmhalle kleiner wird. Die bestehende Filiale von Hagebau in Lüneburg umfasst aktuell eine Verkaufsfläche von ca. 5.421 m² (ungewichtet)² und soll in der großen Variante auf ca. 4.085 m² erweitert werden.³

¹ Quelle: EHI Handelsdaten aktuell, 2021, S. 144.

² In der Praxis werden die Freiflächen prozentual bewertet, da diese eine deutlich geringere Flächenproduktivität (z. B. durch saisonal bedingten Freilandverkauf) aufweisen und anteilig zu der Gesamtverkaufsfläche ins Verhältnis gesetzt werden. Die gewichtete Verkaufsfläche gibt 100 % der Innenfläche, 50 % der überdachten Freifläche und 25 % der nicht überdachten Freifläche an. Nach allg. Übereinkunft wird die Flächenproduktivität mit der gewichteten Verkaufsfläche ermittelt. An diesem Standard orientiert sich auch die vorliegende Untersuchung.

³ Quelle: Angaben des Auftraggebers und der Firma Hagebau, 06/2022.

Abbildung 1: Entwicklungsplanung Hagebau Rettmer



Quelle: Neuwald Dulle PartG mbB, Dezember 2021

Tabelle 1: Verkaufsflächen von Hagebau (große Variante, ungewichtet)

Daten	Verkaufsfläche in m ² (ungewichtet)		
	Bestand	Plan	Saldo
Baumarkt / Gartencenter warm	1.180	2.454	1.274
Gartencenter kalt (überdachte Freifläche)	140	806	666
Freifläche Gartencenter nicht überdacht	4.101	825	-3.276
Summe	5.421	4.085	-1.336

GMA-Berechnungen nach Angaben des Auftraggebers 06/2022

In der größeren Variante sind ein Anbau für den Baumarkt und eine überdachte Freifläche für das Gartencenter vorgesehen, die im Bereich der jetzigen Freiflächen errichtet werden sollen. In der kleineren Variante ist eine etwas kleinere Erweiterung der Baumarkthalle vorgesehen, außerdem entfällt in dieser Variante die überdachte Freifläche.

Entsprechend den üblichen Gewichtungsfaktoren liegt eine Verkaufsfläche von ca. 2.275 m² im Bestandsmarkt und von knapp 3.063 m² im geplanten Markt (große Variante) vor.

Tabelle 2: Verkaufsflächen von Hagebau (große Variante, gewichtet)

Daten	Verkaufsfläche in m ² (gewichtet)		
	Bestand	Plan	Saldo
Baumarkt / Gartencenter warm	1.180	2.454	1.274
Gartencenter kalt (überdachte Freifläche)	70	403	333
Freifläche Gartencenter nicht überdacht	1.025	206	-819
Summe	2.275	3.063	788

GMA-Berechnungen nach Angaben des Auftraggebers 06/2022

Das **Sortiment** umfasst die typischerweise in einem Bau- / Heimwerker- / Gartenmarkt geführten Warengruppen. Die Erweiterung dient primär dazu, die Sortimente ansprechender und übersichtlicher zu präsentieren sowie interne Betriebsabläufe zu optimieren. Zum **Kernsortiment** zählen die üblichen Sortimente eines Baumarktes (Werkzeug, Eisenwaren, Werkzeuge, Bodenbeläge, Paneele, Leisten, Farben / Lacke, Tapeten, Elektroinstallation, Sanitärbedarf, Grills) und eines Gartenmarktes (Geräte, Gartenmöbel, Bewässerung, Holzartikel, Saisonpflanzen, Stauden, Erden, Dünger, Pestizide, Pflanzgefäße).

Im **Randsortiment** werden Leuchten / Lampen / Beleuchtungsmittel, Zubehör für Fahrräder und Auto sowie und saisonale Waren geführt. Hinzu kommen sog. baumarktrelevante Haushaltswaren wie (u. a. Wäscheständer und -körbe, Wäschespinnen, Leitern, Aufbewahrungsboxen, Eimer, Putzmittel, Kerzen). Im Freizeitbereich umfasst das Randsortiment Camping, Zelten, Outdoor und Poolzubehör.

Das Kernsortiment gehört mit „Bau- und Gartenbedarf“ (sowie „Bodenbelag/Tapeten/Farben“) gemäß Lüneburger Liste⁴ zu den überwiegend nicht zentrenrelevanten Sortimenten, dies gilt auch für die Randsortimente „Lampen/Leuchten“ und „Kfz-Zubehör“.

Die Lüneburger Liste zählt „Hausrat /Glas/Porzellan/Keramik“ zu den hoch zentrenrelevanten Sortimenten, hierunter fallen die baumarktrelevanten Haushaltswaren. Die Sortimente „Fahrräder“ und „Übriger Freizeitbedarf“ werden den (bedingt) zentrenrelevanten Sortimenten zugerechnet.

Bezogen auf die Verkaufsflächen des Bestandsobjektes entfallen je ca. 1 % auf nicht zentrenrelevante und auf zentrenrelevante Randsortimente. Die Verkaufsfläche soll in allen Sortimenten nur leicht vergrößert werden, insbesondere in den Sortimenten Fahrräder, Kfz-Zubehör und Übriger Freizeitbedarf. Dabei sollen die Artikel v.a. übersichtlicher und damit kundenfreundlicher präsentiert werden.

⁴ vgl. Einzelhandelsentwicklungs- und Zentrenkonzept für die Hansestadt Lüneburg, August 2011, S 86

Tabelle 3: Einteilung der Sortimente nach Zentrenrelevanz (große Variante)

Sortimente	Verkaufsfläche in m ²		Verkaufsfläche in %	
	Bestand	Plan	Bestand	Plan
Kernsortiment*	5.303	3.785	98	93
Lampen / Leuchten	11	100	< 1	2
Kfz-Zubehör	7	25	< 1	1
Saisonware	28	20	1	< 1
Randsortiment nicht zentrenrelevant	46	145	1	4
Hausrat /Glas/Porzellan/Keramik (baumarktrelevante Haushaltswaren)	55	105	1	3
Fahrräder (und Zubehör)	7	25	< 1	1
übriger Freizeitbedarf (Freizeit, Camping, Zelten)	10	25	< 1	1
Randsortiment zentrenrelevant	72	155	1	4
Summe Kern- und Randsortiment	5.421	4.085	100	100

* = Kernsortiment: Bau- und Gartenbedarf; GMA-Berechnungen 06/2022, basierend auf Angaben der Firma Mölders.

Für die Prognosen der Umsatzumverteilungen wird zunächst nur die große Variante geprüft, da die kleinere Variante durch diese vollumfänglich abgedeckt wird.

Für die Bewertung möglicher Auswirkungen des Vorhabens sind die bisher am Standort vorhandenen Verkaufsflächen bzw. die darauf erzielten Umsätze mit einzubeziehen. Hagebau erzielte im vergangenen Jahr einen Bruttoumsatz von ca. 3,1 Mio. €.

II. Standortbeschreibung und -bewertung

1. Makrostandort Lüneburg

Die in landschaftlich reizvoller Lage gelegene, kreisangehörige Hansestadt Lüneburg, Oberzentrum mit rd. 75.600 Einwohnern im Nordosten Niedersachsens und renommierte Backsteinstadt, befindet sich in vergleichsweise solitärer südöstlicher Randlage der Metropolregion Hamburg (Distanz in die Hamburger City: rd. 45 km) und stellt das eindeutige administrative, wirtschaftliche, touristische und kulturelle Zentrum der Lüneburger Heide dar.

Neben der naturräumlichen Zugehörigkeit zur Hamburger Metropolregion profitiert Lüneburg von der Präsenz bekannter Betriebe des produzierenden / verarbeitenden Gewerbes (u. a. Coca Cola, Johnson Controls, Sieb & Meyer Industrieelektronik, Hochwald Nahrungsmittel etc.) sowie dem Sitz diverser tertiärer Einrichtungen (u. a. Sitz der Landesbehörden und diverser Gerichtsbarkeiten).

Lüneburg verfügt auf etwa 70 km² über 12 Stadtteile und 5 teilweise dörflich geprägte Ortschaften⁵. Einwohnerseitig verbuchte die Hansestadt Lüneburg seit 2017 eine leichte Zunahme um über 400 Einwohner und weist damit eine positive Einwohnerentwicklung auf, die jedoch unter der des gleichnamigen Landkreises liegt. Die stärksten Einwohnergewinne im Landkreis Lüneburg weisen mit den Samtgemeinden Bardowick, Gellersen und Ilmenau die unmittelbaren Umlandgemeinden auf, ebenso die Stadt Bleckede an der Elbe.

Tabelle 4: Einwohnerentwicklung der Hansestadt Lüneburg im Vergleich

Daten	EW (jeweils 31.12.)		Veränderung 2017/2021	
	2017	2021	abs.	in %
Adendorf	10.783	10.903	120	1,1
Bleckede	9.406	9.613	207	2,2
Lüneburg, Hansestadt	75.192	75.599	407	0,5
Amt Neuhaus	5.239	5.074	-165	-3,1
Amelinghausen, SG	8.360	8.368	8	0,1
Bardowick, SG	17.754	18.170	416	2,3
Dahlenburg, SG	6.135	6.174	39	0,6
Gellersen, SG	13.565	14.301	736	5,4
Ilmenau, SG	10.528	10.802	274	2,6
Ostheide, SG	10.412	10.447	35	0,3
Scharnebeck, SG	15.556	15.678	122	0,8
Landkreis Lüneburg	182.930	185.129	2.199	1,2

Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen (LSN)

⁵ Die Stadtteile sind: Altstadt, Bockelsberg, Goseburg-Zeltberg, Kaltenmoor, Kreideberg, Lüne-Moorfeld, Mittelfeld, Neu Hagen, Rotes Feld, Schützenplatz, Weststadt und Wilschenbruch; Ortschaften: Ebensberg, Häcklingen, Ochtmissen, Oedeme und Rettmer

Auch zukünftig wird von einer weiteren positiven Einwohnerentwicklung ausgegangen, so dass 2029 mehr als 82.000 Einwohner (Haupt und Neben-Wohnsitze) in Lüneburg leben dürften, was einem Anstieg um fast 6.900 Einwohner bzw. ca. + 9 % entspricht.

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau für 2020 des Büros MB Research liegt mit 98,1 nur leicht unter dem Bundesdurchschnitt (= 100) und dem Niveau des Landkreises Lüneburg (= 100,3). Auch positiv ist eine vergleichsweise geringe Arbeitslosenquote von 5,1 % in Landkreis Lüneburg (Niedersachsen: 4,9 %, jeweils Stand Mai 2022).⁶

Auch die überregionale / regionale verkehrliche Erreichbarkeit Lüneburgs ist durch die unmittelbare Anbindung über die BAB 39 (Maschen – Lüneburg),⁷ an die BAB 1 und die BAB 7 sowie die drei Bundesstraßen B 4, B 209 (beide Lüneburger Ostring) und B 216 als sehr gut zu bezeichnen. Innerörtlich verfügt die Hansestadt über einen Kranz leistungsstarker Straßenzüge, die radial auf das Stadtzentrum zulaufen. Im schienengebundenen Verkehr ist der Bahnhof Lüneburg der Hansestadt Haltepunkt im ICE- / IC-Verkehr.

Zentrale Bedeutung für die Weiterentwicklung des Einzelhandels in der Hansestadt Lüneburg besitzt das „Einzelhandelsentwicklungs- und Zentrenkonzept für die Hansestadt Lüneburg“ (2010, Teilfortschreibung 2014), das zentrale Versorgungsbereiche und Sonderstandorte definiert. Das Nahversorgungszentrum Bleckeder Landstraße soll zukünftig entfallen, die Versorgungsfunktion mitsamt den Betrieben (insb. Aldi und Rossmann) soll auf das Lucia-Gelände verlagert werden.

Mit Blick auf die Versorgungshierarchie werden drei Standortkategorien mit unterschiedlichen Versorgungsfunktionen unterschieden:

- /// Hauptgeschäftszentrum Innenstadt
- /// zehn bzw. elf Nahversorgungszentren (Auf der Höhe, Bleckeder Landstraße, Hanseviertel, Bülow's Kamp, Dahlenburger Landstraße, Kurt-Huber-Straße, Kreideberg, Loewe-Center, Rettmer, Rotes Feld und Uelzener Straße)
- /// fünf Sonderstandorte des großflächigen Einzelhandels (Am Alten Eisenwerk / Ilmenau Center, Am Schwalbenberg, Vor dem Bardowicker Tore, Bilmer Berg und Gosebarg).

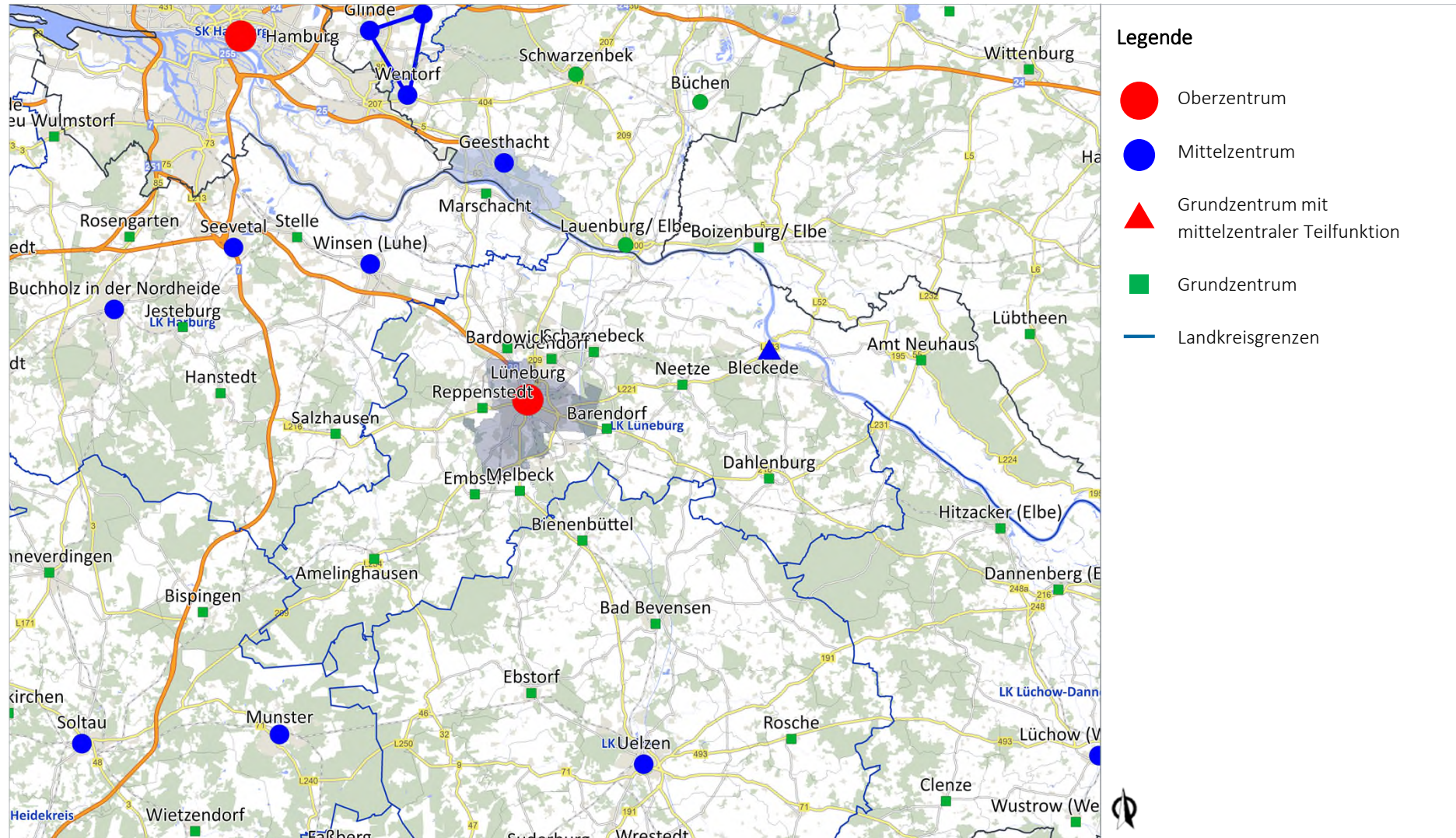
Während es sich bei den Hauptgeschäfts- und Nahversorgungszentren um zentrale Versorgungsbereiche gem. §34 Abs. 3 BauGB handelt, sind die letztgenannten Sonderstandorte nicht als schützenswert i.S. des Baugesetzes anzusehen.⁸

⁶ Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit

⁷ Der geplante weitere Ausbau der BAB 39 von Lüneburg nach Wolfsburg befindet sich mit mehreren Bauabschnitten im Planfeststellungsverfahren, möglicher Baubeginn ist ab 2025

⁸ vgl. Einzelhandelsentwicklungs- und Zentrenkonzept für die Hansestadt Lüneburg, August 2011, S 22ff.

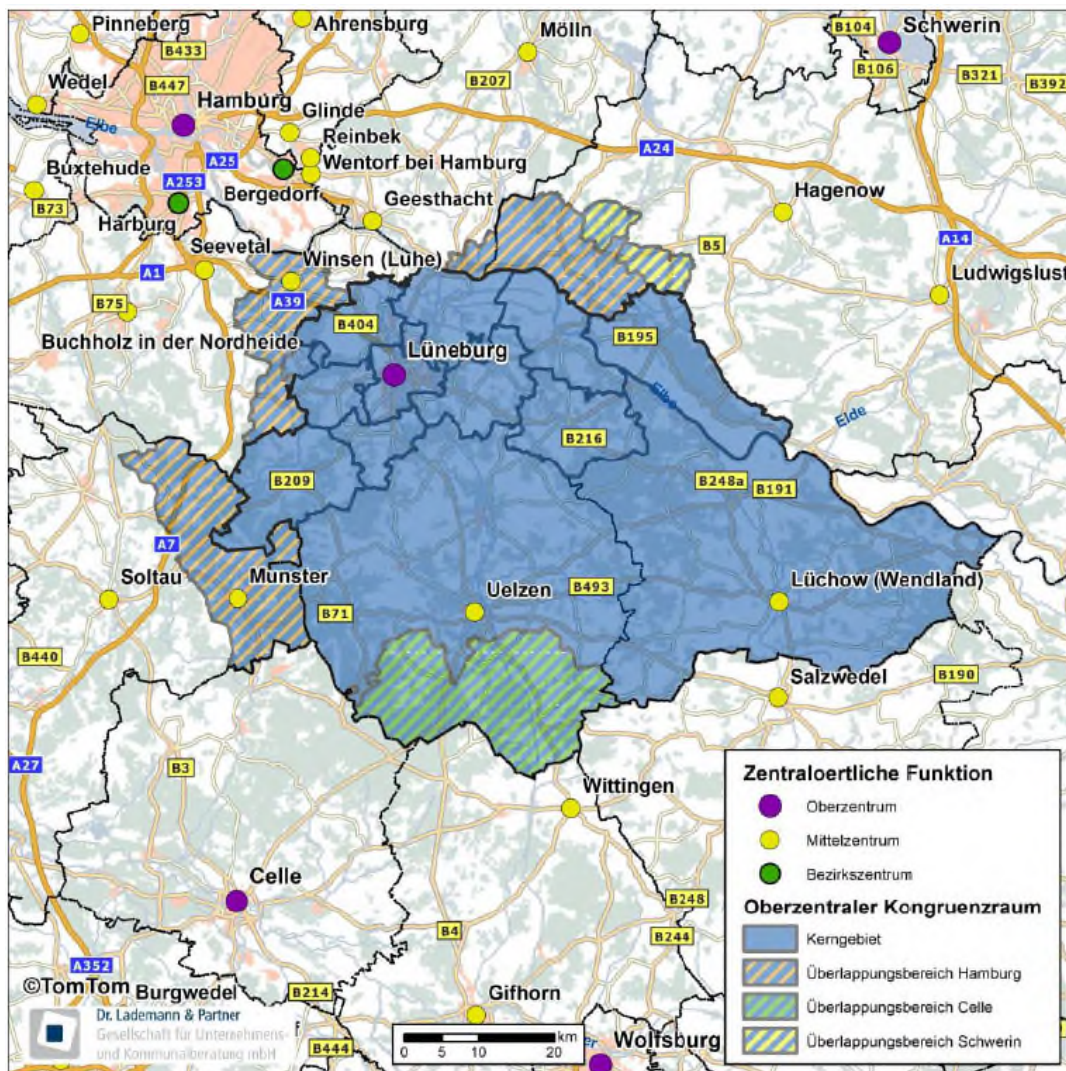
Karte 1: Lage von Lüneburg und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing
GMA-Bearbeitung 2022

Seitens des Landkreises Lüneburg wurde in 2021 der aperiodische Kongruenzraum⁹ für das Oberzentrum Lüneburg abgegrenzt. Dieser umfasst neben dem Landkreis Lüneburg auch weite Teile des südlich angrenzenden Landkreises Uelzen, kleinere Teile des Landkreises Harburg sowie den gesamten Landkreis Lüchow-Dannenberg. In den unmittelbar angrenzenden Gebieten des Landkreises Harburg sowie der Landkreise Ludwigslust-Parchim, Heidekreis und Herzogtum Lauenburg sowie im Süden des Landkreises Uelzen sind Überlappungsbereiche mit den Oberzentren Hamburg bzw. Celle dargestellt. Insgesamt leben in dem abgegrenzten oberzentralen Kongruenzraum für die Hansestadt Lüneburg derzeit rd. 364.000 Einwohner.

Karte 2: Aperiodischer Kongruenzraum des Oberzentrums Lüneburg



Quelle: Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung im Landkreis Lüneburg, März 2021

2. Mikrostandort

Der Standort von Hagebau befindet sich im Südwesten der Stadt Lüneburg in der Ortschaft Rettmer. Der Hagebaumarkt liegt an der Hauptverkehrsstraße Lüneburger Straße und schließt als Teil des Mölders Baucentrums unmittelbar an die dahinterliegende Baustoffhandlung an.

⁹ Quelle: Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung im Landkreis Lüneburg, März 2021

Dem Baumarkt sind ca. 34 ebenerdige Parkplätze vorgelagert, welche von der Zufahrt der Baustoffhandlung angefahren werden. Vor dem Baumarkt liegt eine kleinere Ausstellungsfläche für Gartenbaustoffe und Terrassenplatten, das Verwaltungsgebäude der Baustoffhandlung schließt unmittelbar südlich an den Baumarkt an.

Das nähere Umfeld ist durch das kleine Gewerbegebiet am Bahnhof Rettmer geprägt, neben dem Bauzentrum Mölders ist hier der auf zoologischen Bedarf spezialisierte Kiebitzmarkt ansässig. Auf der gegenüberliegenden Straßenseite befinden sich ein Umspannwerk und die Feuerwache Lüneburg-Süd.

Foto 1: Hagebaumarkt



Foto 2: Baustoffhandlung



Foto 3: Freilager Baustoffhandlung



Foto 4: Freifläche Hagebaumarkt

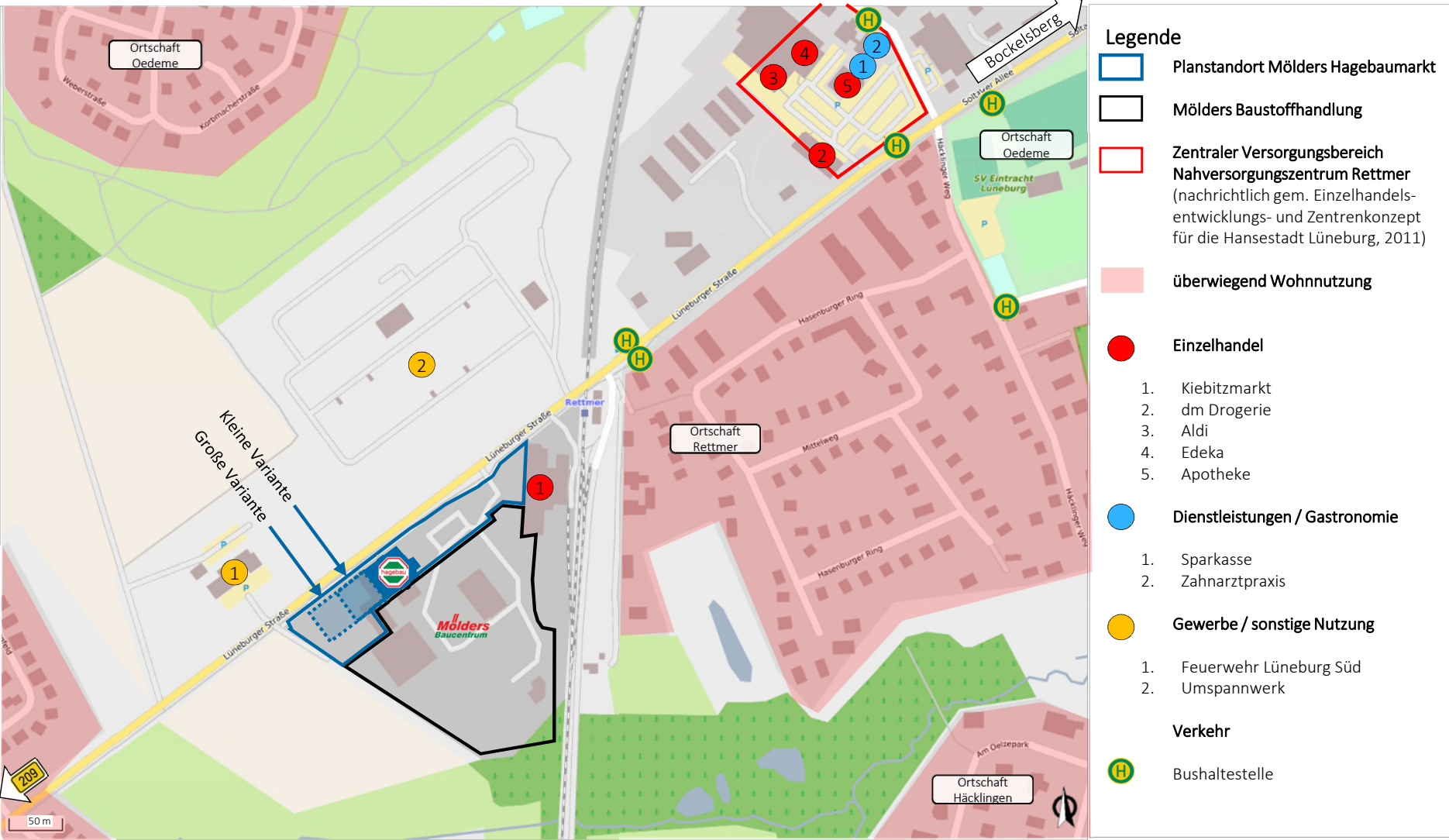


GMA 2022.

Im weiteren Umfeld sind die zusammenhängenden Wohnsiedlungen der Ortschaften Rettmer, Oedeme und Häcklingen sowie landwirtschaftlich genutzte Flächen zu finden. Östlich des Kiebitzmarktes liegt der Alte Bahnhof Rettmer. Die Bahnstrecke Lüneburg-Soltau wurde bis Ende der 1970er Jahre auch von Personenzügen befahren, aktuell verkehren nur Güterzüge. Die Bushaltestelle am Bahnhof Rettmer wird von 6 Buslinien angefahren (Anbindung u. a. nach Lüneburg, Amelinghausen, Steinbeck, Schwindebeck, Embsen), die eine Anbindung an das Lüneburger ÖPNV-Netz sicherstellen.

Verkehrlich stellt die Lüneburger Straße eine Anbindung an die Lüneburger Kernstadt sowie das südliche Umland sicher, bei Embsen mündet diese in die Bundesstraße 209.

Karte 3: Mikrostandort Lüneburger Straße



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2022

III. Einzugsgebiet und Kaufkraft

1. Abgrenzung des Einzugsgebietes

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

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

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

- Wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen in Lüneburg und im Untersuchungsraum (z. B. Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes auf Basis von Fahrzeitisochronen
- Betreiber, Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- Kundendaten der Firma Mölders auf Postleitzahl-Ebene
- Wettbewerbssituation in Lüneburg und den umliegenden Städten und Gemeinden.

Unter Berücksichtigung dieser Faktoren lässt sich folgendes **Einzugsgebiet** für das Vorhaben abgrenzen:

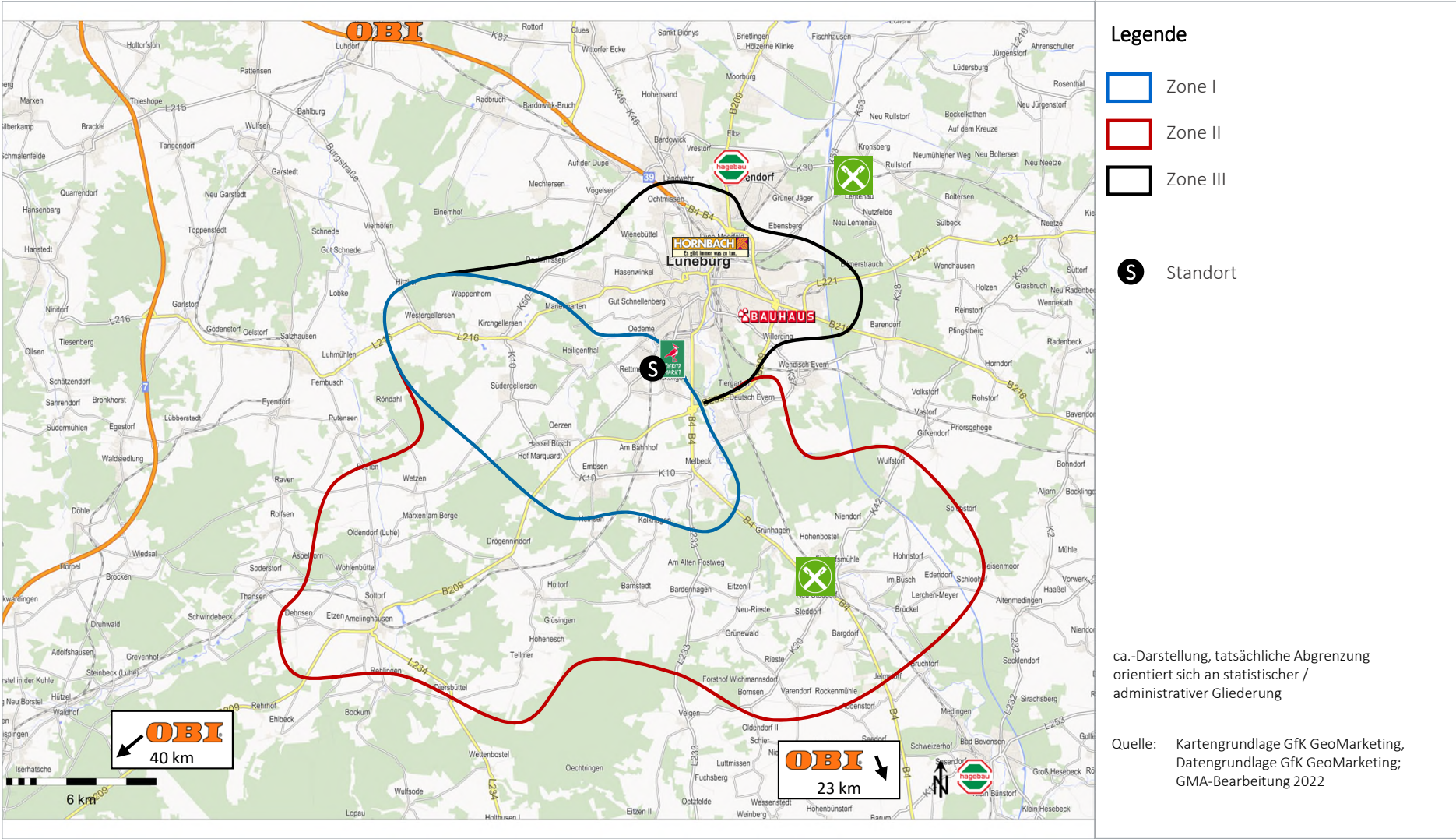
Zone	Kommune	Einwohner*
Zone I	Embsen, Kirchgellersen, Melbeck, Südergellersen, Lüneburger Ortschaften Rettmer, Häcklingen, Oedeme	20.799
Zone II	Amelinghausen, Barnstedt, Betzendorf, Deutsch Evern, Oldendorf (Luhe), Westergellersen, Bienenbüttel	19.718
Zone III	Lüneburg (übriges Stadtgebiet), Reppenstedt	73.234
Summe		113.751

* Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen, Stand: 31.12.2021; GMA-Zusammenstellung 06/2022.

Der auch nach erfolgter Erweiterung vergleichsweise kleine Hagebaumarkt steht im Lüneburger Kontext klar ‚im Schatten‘ der strukturprägenden Baumärkte Hornbach (Sonderstandort Am Alten Eisenwerk / Ilmenau Center) und Bauhaus (Sonderstandort Bilmer Berg), so dass dieser hauptsächlich eine Versorgungsfunktion für die Lüneburger Ortschaften Rettmer, Oedeme und Häcklingen, sowie insbesondere für das südwestliche Umland übernimmt¹⁰.

¹⁰ Die Kundenherkunft wird durch aktuelle Kundendaten der Firma Mölders belegt.

Karte 4: Einzugsgebiet des erweiterten Hagebau-Marktes in Lüneburg-Rettmer und relevante Wettbewerbsstruktur



Weitere Standorte von Hagebau Mölders in Bad Bevensen und Adendorf begrenzen das Einzugsgebiet in nördlicher und südöstlicher Richtung. In der Region sind mit größeren Baumärkten wie OBI in Winsen (Luhe), Soltau und Uelzen weitere Standorte zu nennen, die das regionale Einzugsgebiet begrenzen.

Das voraussichtliche Einzugsgebiet von Hagebau umfasst nur einen Teil des aperiodischen Kongruenzraums von Lüneburg, wenngleich geringe Verflechtungen mit Kunden aus einzelnen Gemeinden zu erwarten sind. Diese weiteren Verflechtungen werden in Form von sog. Streuumsätzen bei der Umsatzberechnung berücksichtigt.

2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen betrug die **ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft** im Jahr 2020 einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung **ca. € 6.370**.¹¹

Für die nachfolgende Kaufkraftberechnung wurden die Verbrauchsausgaben auf die **projekt-relevanten Sortimente** abgestimmt:

/// Kernsortiment	ca. 475 €
/// Lampen / Leuchten	ca. 40 €
/// Kfz-Zubehör	ca. 123 €
/// Hausrat /Glas/Porzellan/Keramik (baumarktrelevante Haushaltswaren)	ca. 91 €
/// Fahrräder, Camping	ca. 160 €

Für das sehr spezielle Sortiment „Saisonware“ (z. B. Planschbecken, Bollerwagen, Trampoline) liegt keine sortimentspezifische Pro-Kopf-Ausgabe vor. Aufgrund des saisonalen Angebotes halten wir eine eigene Berechnung dieses Sortiments nicht für zwingend erforderlich, d. h. wir werden die Auswirkungen qualitativ nachfolgend betrachten.

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist das lokale Kaufkraftniveau¹² zu beachten. Gemäß der Kennziffer von MB Research (Bezugsjahr 2020) lag das **Kaufkraftniveau in Lüneburg bei 98,1** und damit auf einem nahezu durchschnittlichen Niveau (Bundesdurchschnitt = 100,0). In den Gemeinden im überörtlichen Einzugsgebiet liegt überwiegend ein durchschnittliches bis überdurchschnittliches Kaufkraftniveau vor, nur Embsen und Amelinghausen weisen ein leicht unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau auf.¹³

Für das Einzugsgebiet beläuft sich das Kaufkraftvolumen im Kernsortiment Bau- / Heimwerker- / Gartenbedarf auf **ca. 54,2 Mio. €**. Unter Berücksichtigung der Randsortimente lässt sich ein Kaufkraftvolumen von **ca. 101,4 Mio. €** ermitteln.

¹¹ Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

¹² Quelle: MB Research, 2020. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

¹³ PLZ 21335: 103,8; PLZ 21337: 96,0; PLZ 21339: 94,5; Embsen: 96,6; Kirchgellersen: 105,9; Melbeck: 99,9; Südergellersen: 109,7; Amelinghausen 97,6; Barnstedt: 110,2; Betzendorf: 103,4; Deutsch Evern: 117,0; Oldendorf (Luhe): 113,0; Reppenstedt: 103,2; Westergellersen: 104,8; Bienenbüttel: 103,6.

Tabelle 5: Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet

Sortimente	Zone I	Zone II	Zone III	Summe
	in Mio. €			
Kernsortiment	10,2	9,9	34,1	54,2
Lampen / Leuchten	0,9	0,9	2,9	4,6
Kfz-Zubehör	2,6	2,6	8,8	14,0
Hausrat /Glas/Porzellan/Keramik (baumarktrelevante Haushaltswaren)	2,0	1,9	6,5	10,4
Fahrräder (und Zubehör), übriger Freizeitbedarf (Freizeit, Camping, Zelten)	3,4	3,3	11,5	18,2
Summe	19,1	18,5	63,8	101,4

GMA-Berechnungen 06 / 2022; ca.-Werte, gerundet (Rundungsdifferenzen möglich)

3. Umsatzprognose und Umsatzherkunft

Zur Berechnung der voraussichtlichen **Umsatzerwartung** des Vorhabens wird das **Marktanteil-konzept** verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebs anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden in den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes.¹⁴ Somit beschreibt das Modell, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, einen Teil der Kaufkraft im projektrelevanten Sortiment an sich zu binden.

Neben der Berechnung des zu erwartenden Umsatzes lässt sich anhand des Marktanteilkonzepts die perspektivische Herkunft der Kunden ableiten. Dies ergibt sich aus der Relation zwischen den in den Zonen des Einzugsgebiets generierten Umsätzen und dem Gesamtumsatz.

In den Lüneburger Ortschaften Rettmer, Oedeme und Häcklingen sowie den südwestlichen Umlandgemeinden kann Hagebau am Standort Lüneburger Straße einen Marktanteil von knapp unter 20 % erzielen. Hier stellt Hagebau Mölders den lokalen Baumarkt dar, der von Privatkunden sowie Handwerksbetrieben gut angefahren werden kann.

In der Zone II sind die südlichen Umlandgemeinden zu finden, hier liegen bereits stärkere Mehrfachorientierungen vor. Die größeren Baumärkte in Lüneburg sind aufgrund der Lage der Sonderstandorte nahe der autobahnähnlich ausgebauten B 209, die nördlich von Lüneburg in die BAB 39 übergeht und die Stadt wie eine Umgehungsstraße umgibt, aus der Region verkehrlich gut zu erreichen. Die Marktanteile liegen hier noch bei etwa 10 %.

In Zone III liegt der Marktanteil noch bei etwa 3 %, was mit der leistungsfähigen Wettbewerbssituation im Norden von Lüneburg sowie der Überschneidung der Einzugsgebiete mit dem Hagebau-Markt in Adendorf zu begründen ist.

Für das Vorhaben mit einer Verkaufsfläche von ca. 4.085 m² Verkaufsfläche (ungewichtet) wird der Umsatz im Kernsortiment Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf mit ca. 4,1 Mio. € prognostiziert.

¹⁴ In die Ermittlung der Marktanteile fließen zahlreiche Faktoren ein, u. a. Rahmenbedingungen am Vorhabenstandort, verkehrliche Erreichbarkeit, Wettbewerbssituation, Kopplungs- und Agglomerationseffekte.

Tabelle 6: Umsatzprognose für das Vorhaben im Kernsortiment

Zone	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Umsatz in %
Zone I	10,2	18	1,8	44
Zone II	9,9	10	1,0	24
Zone III	34,1	2 - 3	0,9	22
Streuumsatz	-	-	0,4	10
Summe	54,2	7,4	4,1	100

GMA-Berechnungen 06 / 2022, ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich

Für die nicht zentrenrelevanten Randsortimente (Lampen / Leuchten, Kfz-Zubehör) wird ein Umsatz von ca. 0,3 Mio. € p. a. ermittelt.

Tabelle 7: Umsatzprognose für das Vorhaben bei nicht zentrenrelevanten Randsortimenten

Zone	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Umsatz in %
Zone I	3,5	3 - 4	0,1	44
Zone II	3,4	1 - 2	0,1	24
Zone III	11,7	< 1	0,1	22
Streuumsatz	-	-	< 0,1	10
Summe	18,6	1,3	0,3	100

GMA-Berechnungen 06 / 2022, ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich

In den zentrenrelevanten Randsortimenten Hausrat /Glas/Porzellan/Keramik (baumarktrelevante Haushaltswaren), Fahrräder (und Zubehör), übriger Freizeitbedarf (Freizeit, Camping, Zelten) wird ein Umsatz von ca. 0,3 Mio. € prognostiziert.

Tabelle 8: Umsatzprognose für das Vorhaben bei zentrenrelevanten Randsortimente

Zone	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Umsatz in %
Zone I	5,4	2 - 3	0,1	44
Zone II	5,2	1 - 2	0,1	24
Zone III	18,0	< 1	0,1	22
Streuumsatz	-	-	< 0,1	10
Summe	28,6	1,0	0,3	100

GMA-Berechnungen 06 / 2022, ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich

Aufgrund der vergleichsweise geringen Verkaufsflächen sowohl für nicht zentrenrelevante als auch zentrenrelevante Randsortimente fallen die Kaufkraftabschöpfungen deutlich geringer aus als im Kernsortiment.

Der Umsatz des Vorhabens mit **ca. 4,7 Mio. €** setzt sich wie folgt zusammen:

- /** Kernsortiment: ca. 4,1 Mio. €
- /** nicht zentrenrelevante Randsortimente: ca. 0,3 Mio. €
- /** zentrenrelevante Randsortimente: ca. 0,3 Mio. €.

Mit einem geschätzten Umsatz von ca. 4,7 Mio. € (brutto) wird auf der gewichteten Verkaufsfläche von etwa 3.063 m² ein Umsatz von etwa **1.534 € / m²** Verkaufsfläche erzielt, was einer guten Flächenproduktivität für Hagebau entspricht.¹⁵

¹⁵ Umsätze und Flächenproduktivitäten von Baumärkten in Deutschland 2020; Quelle: Dähne, bulwiengesa AG, zitiert in Hahn Retail Real Estate Report 2021 / 2022:

Hagebau: ca. 3.093 Mio. €, 1.453 €/m² VK; Bauhaus: ca. 4.450 Mio. €, 2.397 €/m² VK; OBI: ca. 4.600 Mio. €, 1.685 €/m² VK; toom: ca. 3.236 Mio. €, 1.527 €/m² VK; Hornbach: ca. 3.150 Mio. €, 2.998 €/m² VK

IV. Wettbewerbssituation

Zur **Bewertung der Wettbewerbssituation** wurden im Juni 2022 die wesentlichen Wettbewerber in Lüneburg und im Umland aufgenommen. Als Wettbewerber für den erweiterten Bau- markt gelten die Einzelhandelsbetriebe mit Sortimenten, welche im Vorhaben geführt werden.

1. Wettbewerbssituation in der Lüneburger Innenstadt

Das Sortiment **Bau- Heimwerker- und Gartenbedarf** wird im zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Innenstadt hauptsächlich im Fachhaus Oskar Mundinus geführt, das auf ca. 650 m² Verkaufsfläche neben hochwertigen Haushaltswaren, Elektrokleingeräten (Mixer, Kaffeemaschinen etc.) Glas und Porzellan auch Eisenwaren, Werkzeug und Gartenbedarf anbietet. Insgesamt beläuft sich die relevante Verkaufsfläche in der Lüneburger Innenstadt auf ca. 300 m², der Umsatz dürfte bei ca. 0,5 Mio. € liegen.

Die Sortimente **Lampen / Leuchten** und **Kfz-Zubehör** werden in der Lüneburger Innenstadt nicht in signifikantem Umfang angeboten, in Drogeriemärkten sind nur die üblichen Glühbirnen im untergeordneten Randsortiment anzutreffen.

Das Angebot bei **Hausrat /Glas/Porzellan/Keramik** konzentriert sich auf die klassischen Angebote wie Geschirr und Gläser, Bestecke aber auch Dekorationsartikel und Geschenkartikel. Neben den ausgedehnten Fachabteilungen bei GALERIA und Drogerie Müller sowie Fachmärkten wie Nanu Nana, Das Depot und **Tiger¹⁶** sind weitere filialisierte Fachgeschäfte wie wmf vorhanden, außerdem inhabergeführte Fachgeschäfte wie Marquardt, Kreuzstich und Ricardo Paul. Geschenkartikel werden auch in zahlreichen kleineren Geschäften angeboten wie Tausendschön Geschenke, Böttger Geschenkartikel oder Lüne Souvenirs. Baumarktrelevante Haushaltswaren werden hingegen kaum angeboten, eine Ausnahme stellt erneut das Fachhaus Oskar Mundinus dar. Auf einer Verkaufsfläche von ca. 3.450 m² dürfte ein Umsatz von ca. 9,4 Mio. € erwirtschaftet werden.

Fahrräder werden in der Lüneburger Innenstadt in den Fachgeschäften City Cycles, Rad Haus und Radkombinat angeboten. Auf einer Verkaufsfläche von ca. 290 m² VK dürfte ein Umsatz von ca. 0,9 Mio. € erwirtschaftet werden, wobei das Angebot auch hochwertige E-Bikes umfasst, die baumarktüblichen Fahrradteile machen nur einen kleinen Teil des Angebots aus.

Das projektrelevante Angebot im **übrigen Freizeitbedarf (Freizeit, Camping Zelten)** fällt in der Lüneburger Innenstadt eher gering aus, die Schwerpunkte liegen bei klassischen Sportgeschäften wie Intersport Friedrich und Sport AS oder im Laufschuhbereich. Campingangebote finden sich bei Trekking König (sowie im Trekking König Outlet), bei Mundinus und GLP Angelsport. Auf einer relevanten Verkaufsfläche von ca. 190 m² VK dürfte ein Umsatz von ca. 0,6 Mio. € erzielt werden.

¹⁶ Hinweis: Die Filiale von Tiger wurde nach Abschluss der Analyse im Oktober 2022 geschlossen.

2. Wettbewerbssituation im übrigen Einzugsgebiet

Die übrigen Angebote konzentrieren sich nahezu ausschließlich auf weitere Standorte in der Hansestadt Lüneburg (=Zone III des Einzugsgebiets). In Bienenbüttel ist ein kleiner Raiffeisenmarkt ansässig, der an eine Landmaschinenwerkstatt mit Automatentankstelle angeschlossen ist, in Reppenstedt ist auf ein kleines Fahrradgeschäft hinzuweisen.

Das Sortiment **Bau- Heimwerker- und Gartenbedarf** wird vor allem bei Bauhaus und Hornbach angeboten, ein größeres Angebot an Pflanzen und Gartenbedarf findet sich bei der Servicegärtnerei Wrede. Die Eisenhandlung W.L. Schröder richtet sich primär an gewerbliche Kunden und betreibt unter der Bezeichnung Handwerkstadt einen Fachmarkt, der auch privaten Kunden offen steht. Der Kiebitzmarkt unmittelbar neben dem Planstandort, der auf zoologischen Bedarf spezialisiert ist und eine umfangreiche Pferdesportabteilung bietet, führt ebenfalls Bau- und Gartenbedarf. Außerdem ist auf Spezialanbieter wie ö-com hinzuweisen, der u. a. ökologische Farbpigmente anbietet. Insgesamt wurde eine Verkaufsfläche von ca. 25.800 m² erfasst, der Umsatz dürfte bei ca. 52,0 Mio. € liegen.

Das Sortiment **Lampen / Leuchten** wird hauptsächlich in den Fachabteilungen der beiden großen Baumärkte Bauhaus und Hornbach geführt, auch **Möbel Boss**¹⁷ weist eine Lampenabteilung auf. Auf insgesamt ca. 920 m² VK dürfte ein Umsatz von ca. 2,7 Mio. € erwirtschaftet werden.

Kfz-Zubehör wird vor allem am Sonderstandort Bilmer Berg angeboten, hier sind ATU, Matthies Autoteile und Melker Autoteile & Car Hifi zu finden. Auch Bauhaus führt Kfz-Zubehör als Randsortiment, bei Hornbach ist diese Warengruppe mit unter 10 m² deutlich untergeordnet. Insgesamt wurden ca. 570 m² VK erhoben, auf denen ein Umsatz von ca. 1,0 Mio. € erwirtschaftet werden dürfte.

Bei **Hausrat /Glas/Porzellan/Keramik** ist auf die Fachabteilung von familia hinzuweisen, baumarktrelevante Haushaltswaren werden in nennenswertem Umfang bei Bauhaus am Bilmer Berg geführt. Auch Hornbach führt dieses Sortiment, jedoch in deutlich geringerem Umfang. Weiterhin ist auf das Angebot im Kiebitzmarkt hinzuweisen, die beiden Filialen von Kaufland führen ein untergeordnetes Angebot. Auf einer Verkaufsfläche von ca. 810 m² dürfte ein Umsatz von ca. 1,9 Mio. € erwirtschaftet werden.

Fahrräder werden primär in den beiden größten Fahrradgeschäften angeboten, dies sind B.O.C. (ca. 1.100 m² VK) am Sonderstandort Vor dem Bardowicker Tore und Bike Park (ca. 900 m² VK) im Gewerbegebiet an der Käthe-Krüger-Straße. Darüber hinaus ist auf die kleineren Fachgeschäfte Martins Fahrradladen, Rund ums Rad und RadspeicheR am Bahnhof hinzuweisen, wobei letzterer primär als Fahrradparkhaus am Bahnhof fungiert. Diese konzentrieren sich jedoch allesamt stärker auf den Verkauf kompletter Fahrräder sowie auf Werkstattdienstleistungen. Baumarktübliche Fahrradteilsortimente finden sich bei Bauhaus und familia am Sonderstandort Bilmer Berg. Auf einer Verkaufsfläche von ca. 2.150 m² VK dürfte ein Umsatz von ca. 5,9 Mio. € erwirtschaftet werden.

Das projektrelevante Angebot im **übrigen Freizeitbedarf (Freizeit, Camping, Zelten)** fällt sehr gering aus, lediglich Bauhaus und Hornbach bieten einige wenige Campingartikel als Randsortimente an. Auf einer relevanten Verkaufsfläche von ca. 30 m² VK dürfte ein Umsatz von < 0,1 Mio. € erzielt werden.

¹⁷ Hinweis: Die Filiale von Möbel Boss wurde nach Abschluss der Analyse im Oktober 2022 geschlossen. Seit August 2023 sind in dem ehemaligen Möbelhaus Geflüchtete untergebracht.

V. Auswirkungen des Vorhabens

1. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen

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

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

Für die Bewertung der Umsatzumverteilungen werden folgende Annahmen getroffen:

- /// Zu berücksichtigen ist, dass Hagebau in Lüneburg auf einer Verkaufsfläche von rd. 2.080 m² (gewichtet) einen Umsatz von ca. 3,1 Mio. € erzielt, davon ca. 2,9 Mio. € im Kernsortiment, ca. 0,1 Mio. € nicht zentrenrelevantes Randsortiment und < 0,1 Mio. € zentrenrelevantes Randsortiment.¹⁸
- /// Diese Umsätze werden bereits heute am Standort Lüneburg-Rettmer generiert und auch weiterhin gebunden. Der Mehrumsatz liegt bei ca. 1,7 Mio. €, davon ca. 1,2 Mio. € im Kernsortiment, ca. 0,2 Mio. € in den nicht zentrenrelevanten Randsortimenten und ca. 0,3 Mio. € in den zentrenrelevanten Randsortimenten.
- /// Die Bewertung möglicher Beeinträchtigungen durch das Vorhaben erfordert eine **Prüfung des Gesamtvorhabens**. Jedoch sind für die tatsächliche Bewertung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen die vorhandenen Umsätze zu berücksichtigen.

Für die Prognosen der Umsatzumverteilungen wurde zunächst nur die große Variante geprüft, im Falle der Unverträglichkeit wäre stattdessen die kleinere Variante herangezogen worden. Da die Umsatzrückgänge in der großen Variante sehr moderat ausfallen, wird auf eine dezidierte Analyse der kleinen Variante verzichtet, da diese vollumfänglich durch die größere Variante gedeckt wird.

¹⁸ Quelle: Angaben des Auftraggebers, 2022

Im Detail sind folgende **Umsatzumverteilungen** durch das Vorhaben in der **großen Variante** zu erwarten:

Tabelle 9: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben im Kernsortiment

Umsatzherkunft	Umsatz in Mio. €	Umverteilung in %
Umsatz des Hagebau in Lüneburg	2,9	-
Umsatzumverteilung ggü. Betrieben im ZVB Hauptgeschäftszentrum Innenstadt	-	n. n.
Umsatzumverteilung ggü. Betrieben im übrigen Einzugsgebiet	1,2	2 - 3
Umsatzumverteilung außerhalb des Einzugsgebietes	-	-
Umsatz erweiterter Hagebau	4,1	-

GMA-Berechnungen 06 / 2022, ca.-Werte

Tabelle 10: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben im nicht zentrenrelevanten Randsortiment

Umsatzherkunft	Umsatz in Mio. €	Umverteilung in %
Umsatz des Hagebau in Lüneburg	0,1	-
Umsatzumverteilung ggü. Betrieben im ZVB Hauptgeschäftszentrum Innenstadt	-	-
Umsatzumverteilung ggü. Betrieben im übrigen Einzugsgebiet	0,2	3 - 4
Umsatzumverteilung außerhalb des Einzugsgebietes	-	-
Umsatz erweiterter Hagebau	0,3	-

GMA-Berechnungen 06 / 2022, ca.-Werte

Tabelle 11: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben im zentrenrelevanten Randsortiment

Umsatzherkunft	Umsatz in Mio. €	Umverteilung in %
Umsatz des Hagebau in Lüneburg	< 0,1	-
Umsatzumverteilung ggü. Betrieben im ZVB Hauptgeschäftszentrum Innenstadt	< 0,1	< 1
Umsatzumverteilung ggü. Betrieben im übrigen Einzugsgebiet	0,2	2 - 3
Umsatzumverteilung außerhalb des Einzugsgebietes	-	-
Umsatz erweiterter Hagebau	0,3	-

GMA-Berechnungen 06 / 2022, ca.-Werte

2. Versorgungsstrukturelle und städtebauliche Auswirkungen

Auf Basis der zuvor getätigten Annahmen zu möglichen Umsatzumverteilungen sind folgende Auswirkungen durch das Vorhaben zu erwarten:

- Der überwiegende Teil des durch den erweiterten Hagebau zusätzlich generierten Umsatzes wird gegenüber den **Wettbewerbern im übrigen Einzugsgebiet** umverteilt. Besonders betriebstypengleiche oder -ähnliche Wettbewerber sind davon betroffen (Bau- und Heimwerkermärkte).
- Im **Kernsortiment** wird die Umsatzumverteilung in Höhe von ca. 1,2 Mio. € primär die größeren Baumärkte und Gartencenter in Lüneburg betreffen, wobei die Umsatzrückgänge mit ca. 2 – 3 % sehr gering ausfallen. Der benachbarte Kiebitzmarkt wird weniger betroffen sein, da dieser mit zoologischem Bedarf und Reitsportartikeln eher geringe Sortimentsüberschneidungen mit den Hagebaumarkt aufweist.
- Im **nicht zentrenrelevanten Randsortiment** werden Umsatzrückgänge um ca. 0,2 Mio. € ausgelöst, die nahezu ausschließlich die Sonderstandorte in Lüneburg betreffen werden, die Lampen / Leuchten und Kfz-Zubehör exklusiv führen. Mit ca. 3 - 4 % fallen diese Umsatzrückgänge jedoch sehr gering aus.
- Im **zentrenrelevanten Randsortiment** liegen die Umsatzrückgänge gegenüber sonstigen Standorten im Einzugsgebiet bei ca. 0,2 Mio. €, was ca. 2 – 3 % entspricht. Durch den Zuwachs bei baumarktrelevanten Haushaltswaren um ca. 50 m² und jeweils unter 20 m² bei den Sortimenten Fahrrad und übriger Freizeitbedarf (Freizeit, Camping, Zelten) werden nur sehr geringe wettbewerbliche Auswirkungen ausgelöst, die gegenüber der Innenstadt mit < 0,1 Mio. € bzw. < 1 % kaum noch nachweisbar sind. Dies ist hauptsächlich auf die geringen Sortimentsüberschneidungen mit den eher klassischen Haushaltswarenanbietern zurückzuführen.

Außerhalb des Einzugsgebietes liegen die Umsatzrückgänge auf einem nicht nachweisbaren Niveau. Als nächstgelegener Wettbewerber wäre hiervon ohnehin ausschließlich der nächstgelegene Standort von Hagebau Mölders in Adendorf betroffen, der den Lüneburger Norden für das Format Hagebau abdeckt, sowie ggf. der Mölders-Standort in Bad Bevensen.

Insgesamt sind keine nachhaltigen Schädigungen von Magnetbetrieben bzw. deren Aufgabe in zentralen Versorgungsbereichen in der Hansestadt Lüneburg sowie in umliegenden zentralen Orten zu erwarten. Eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion der Hansestadt Lüneburg sowie der umliegenden zentralen Orte im Bereich Bau-/ Heimwerker-/ Gartenbedarf ist ebenfalls komplett auszuschließen.

3. Ermittlung der maximal verträglichen Verkaufsflächen für das zentrenrelevante Randsortiment

Die Auswirkungsanalyse soll die die maximal verträglichen Flächen ermitteln, auch im Hinblick auf mögliche Betriebsanpassungen in Zukunft. Mit einem Verkaufsflächenanteil von 4 % für zentrenrelevante Randsortimente (ca. 155 m² VK) wird die raumordnerisch zulässige Größenordnung von max. 10 % allerdings bei weitem nicht erreicht. Daher wird im Folgenden ermittelt, ob bei gleichbleibender Verkaufsflächengröße von 4.085 m² VK auch ein höherer Verkaufsflächenanteil in Höhe von 10 % verträglich wäre, dieser entspricht für die Planung ca. 408 m² VK. Die Verkaufsfläche für das Kernsortiment würde hierdurch von ca. 3.785 m² auf ca. 3.532 m² absinken und einen Anteil von 86 % einnehmen (nicht zentrenrelevante Randsortimente unverändert 145 m² bzw. ca. 4 % der Gesamtverkaufsfläche).

Der Umsatz bei den zentrenrelevanten Randsortimenten würde hierbei auf ca. 0,9 Mio. € ansteigen, woraus sich folgende wettbewerbliche Wirkungen ergeben würden:

Tabelle 12: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben im zentrenrelevanten Randsortiment bei Belegung von 10 % der Verkaufsfläche

Umsatzherkunft	Umsatz in Mio. €	Umverteilung in %
Umsatz des Hagebau in Lüneburg	< 0,1	-
Umsatzumverteilung ggü. Betrieben im ZVB Hauptgeschäftszentrum Innenstadt	0,1	1 - 2
Umsatzumverteilung ggü. Betrieben im übrigen Einzugsgebiet	0,7	8 - 9
Umsatzumverteilung außerhalb des Einzugsgebietes	-	-
Umsatz erweiterter Hagebau	0,9	-

GMA-Berechnungen 06 / 2022, ca.-Werte

Sollte die Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente auf den raumordnerisch zulässigen Höchstwert von max. 10 % erhöht werden, so ergeben sich **im zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Innenstadt** keine wesentlich höheren Umverteilungswirkungen, weil die Sortimentsüberschneidungen weiterhin sehr gering ausfallen.

Gegenüber den Betrieben im **übrigen Einzugsgebiet** wären Umsatzrückgänge von 8 – 9 % zu erwarten, dies beträfe jedoch vorrangig die Randsortimente von Bauhaus am Sonderstandort Bilmer Berg und Hornbach **am Sonderstandort Am Alten Eisenwerk / Ilmenau Center**.¹⁹ Da nur Randsortimente betroffen wären, sind auch bei voller Ausnutzung des zentrenrelevanten Randsortiments keine nachhaltigen Schädigungen von Magnetbetrieben bzw. deren Aufgabe zu erwarten.

Absprachegemäß haben die Gutachter auch einmal die **maximale Größenordnung** der Verkaufsfläche bei den zentrenrelevanten Randsortimenten (u. a. Wäscheständer und -körbe, Wäschespinnen, Leitern, Aufbewahrungsboxen, Eimer, Putzmittel, Kerzen) gerechnet. Die vorangegangenen Anmerkungen gelten auch bei voller Ausnutzung des raumordnerisch zulässigen zentrenrelevanten Randsortiments von 10 % der Gesamtverkaufsfläche bzw. max. 800 m² VK, wobei der Baumarkt hierfür eine Verkaufsfläche von 8.000 m² aufweisen müsste, was am Standort nicht zu realisieren ist.

Eine wesentliche Beeinträchtigung von zentralen Versorgungsbereichen in der Hansestadt Lüneburg und in umliegenden zentralen Orten ist für ein zentrenrelevantes Randsortiment von max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche ebenfalls auszuschließen.

¹⁹ Hinweis: Die Filiale von Möbel Boss wurde nach Abschluss der Analyse im Oktober 2022 geschlossen. Hierdurch sind Umsätze freigeworden, die u. a. von den übrigen Marktteilnehmern absorbiert worden sein dürften, wodurch sich die wettbewerblichen Wirkungen durch das Vorhaben weiter nach unten nivellieren werden.

VI. Raumordnerische Bewertung des Vorhabens

Im Folgenden werden die raumordnerischen Bewertungskriterien der Landes- und Regionalplanung für Einzelhandelsgroßprojekte gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO bewertet. Hierbei ist das Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen (LROP 2017) von Relevanz.

1. Bewertung des Konzentrationsgebotes

Zunächst ist in einem ersten Schritt zu bewerten, ob der Standort Lüneburg-Rettmer unter landes- und regionalplanerischen Gesichtspunkten zur Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe geeignet ist. Hierfür ist das Konzentrationsgebot zu prüfen.

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

Das derzeit gültige RROP des Landkreises Lüneburg (2010) besagt, dass die zentralen Siedlungsgebiete des Oberzentrums Lüneburg den im Flächennutzungsplan als Wohnbauflächen, gemischte oder gewerbliche Bauflächen dargestellten Flächen entsprechen. Sonderbauflächen werden nur dann dem zentralen Siedlungsgebiet zugeordnet, wenn sie städtebaulich mit den o.g. Flächen in engem räumlichen Zusammenhang stehen. Sonderbauflächen oder -gebiete für Energie- oder Versorgungsanlagen sowie Ferien- und Wochenendhausgebiete gehören nicht zu den zentralen Siedlungsbereichen.²⁰

Der Flächennutzungsplan der Hansestadt Lüneburg stellt den Standort des Hagebaumarktes in Rettmer als gewerbliche Baufläche (GE) dar. **Das Konzentrationsgebot wird erfüllt.**

2. Bewertung des Integrationsgebotes

Beim Integrationsgebot ist das Ziel 06 im Abschnitt 2.3 des LROP 2017 entscheidend. Für Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten wird dort ausgeführt:

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

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

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

Das Vorhaben weist ein nicht zentrenrelevantes Kernsortiment und einen Anteil der zentrenrelevanten Randsortimente von ca. 4 % der Gesamtverkaufsfläche bei einer absoluten Größenordnung von ca. 155 m² Verkaufsfläche auf. Die maximal mögliche Verkaufsfläche beträgt ca. 408 m², was unter 10 % der Gesamtverkaufsfläche ausmacht. **Das Integrationsgebot wird eingehalten.**

²⁰ Quelle RROP LK Lüneburg 2003, Änderung 2010, Satz 2.2.03

3. Bewertung des Kongruenzgebotes

Das Kongruenzgebot ist im LROP 2017 des Landes Niedersachsen als Grundsatz der Raumordnung dargestellt worden.

„In einem Mittel- oder Oberzentrum soll das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes in Bezug auf seine aperiodischen Sortimente den maßgeblichen Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (Kongruenzgebot aperiodisch mittel- und oberzentral).

Der maßgebliche Kongruenzraum gemäß Satz 3 ist von der unteren Landesplanungsbehörde unter Berücksichtigung insbesondere

der zentralörtlichen Versorgungsaufträge der Standortgemeinde sowie benachbarter Zentraler Orte,

- *der verkehrlichen Erreichbarkeit der betreffenden Zentralen Orte,*
- *von grenzüberschreitenden Verflechtungen und*
- *der Marktgebiete von Mittel- und Oberzentren auf Grundlage kommunaler Einzelhandelskonzepte*

zu ermitteln, sofern er nicht im Regionalen Raumordnungsprogramm festgelegt ist.

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

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

*Periodische Sortimente sind Sortimente mit kurzfristigem Beschaffungsrhythmus, insbesondere Nahrungs-/Genussmittel und Drogeriewaren. Aperiodische Sortimente sind Sortimente mit mittel- bis langfristigem Beschaffungsrhythmus, zum Beispiel Bekleidung, Unterhaltungselektronik, Haushaltswaren oder Möbel.“
(LROP 2017, 2.3.03)*

Neben den zentralörtlichen Versorgungsaufträgen der Standortgemeinde sowie benachbarter Zentraler Orte, der verkehrlichen Erreichbarkeit der betreffenden Zentralen Orte und grenzüberschreitenden Verflechtungen zur Ermittlung der mittel- und oberzentralen Kongruenzräume sind die Marktgebiete von Mittel- und Oberzentren auf Grundlage kommunaler Einzelhandelskonzepte heranzuziehen.

Der Landkreis Lüneburg hat in 2021 den aperiodische Kongruenzraum²¹ für das Oberzentrum Lüneburg abgegrenzt (vgl. Kapitel 2). Dieser umfasst neben dem Landkreis Lüneburg auch weite Teile des südlich angrenzenden Landkreises Uelzen, kleinere Teile des Landkreises Harburg sowie den gesamten Landkreis Lüchow-Dannenberg. In den unmittelbar angrenzenden Gebieten des Landkreises Harburg sowie der Landkreise Ludwigslust-Parchim, Heidekreis und Herzogtum Lauenburg sowie im Süden des Landkreises Uelzen sind Überlappungsbereiche mit den Oberzentren Hamburg bzw. Celle dargestellt. Insgesamt leben in dem abgegrenzten oberzentralen Kongruenzraum für die Hansestadt Lüneburg derzeit rd. 364.000 Einwohner.

²¹ Quelle: Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung im Landkreis Lüneburg, März 2021

Das Einzugsgebiet von Hagebau konzentriert sich auf den Süden von Lüneburg und die unmittelbaren südwestlichen Umlandgemeinden, somit fällt es wesentlich kleiner aus als der aperiodische Kongruenzraum von Lüneburg. Mit Ausnahme von Bienenbüttel (LK Uelzen) wird sogar der Landkreis Lüneburg nicht überschritten. Die Streuumsätze liegen bei ca. 10 % und werden ebenfalls größtenteils von innerhalb des Kongruenzraumes stammen, da geringe Verflechtungen mit Kunden aus einzelnen Gemeinden des Kongruenzraums zu erwarten sind. Somit ist sichergestellt, dass deutlich mehr als 70 % des Umsatzes (im vorliegenden Fall sogar über 90 %) aus dem aperiodischen Kongruenzraum des Oberzentrums Lüneburg generiert werden. **Das Kongruenzgebot (aperiodisch mittel- und oberzentral) wird eingehalten.**

4. Bewertung des Beeinträchtigungsverbots

Das Beeinträchtigungsverbot geht aus § 11 Abs. 3 BauNVO hervor und besagt, dass das Vorhaben das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche in der Standortkommune und in den benachbarten Zentralen Orten nicht beeinträchtigen darf:

*„Ausgeglichene Versorgungsstrukturen und deren Verwirklichung, die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung dürfen durch neue Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden (Beeinträchtigungsverbot).“
(LROP 2017, 2.3.08)*

Wie bereits im Kapitel V.2 und V.3 ausgeführt, resultieren aus dem Vorhaben des Hagebaumarktes in Lüneburg keine städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen auf Zentrale Orte, zentrale Versorgungsbereiche oder die verbrauchernahe Versorgung. **Das Beeinträchtigungsverbot wird erfüllt.**

5. Vereinbarkeit mit dem Einzelhandelsentwicklungs- und Zentrenkonzept für die Hansestadt Lüneburg

Das Einzelhandelsentwicklungs- und Zentrenkonzept (2010) beinhaltet keine konkreten Ansiedlungsregelungen für nicht zentrenrelevante Kernsortimente, auch für die Entwicklung von Bestandsstandorten außerhalb der Sonderstandorte gibt es keine klaren Empfehlungen. Auf S. 96 wird jedoch formuliert, dass neue Ansiedlungen großflächiger Betriebe vorrangig an den bestehenden Sonderstandorten erfolgen sollten:

„Neue Ansiedlungen großflächiger Betriebe sollten vorrangig an den bestehenden Sonderstandorten erfolgen. Ausnahmen sollten nur für solche Vorhaben gelten, die erheblichen Flächenbedarf haben, welcher an den etablierten Standorten nicht zu decken ist und die zugleich marktgängige – aber in Lüneburg noch nicht vorhandene – Sortimente oder Betriebsformen vorsehen. (z. B. innerstädtisches Shoppingcenter, großes Möbel- / Einrichtungshaus, Factory-Outlet-Center etc.)“

Für die Sonderstandorte wird auf S. 85 ausgeführt, dass diese dem „Lastkauf“ dienen sollen, zudem werden sie auf den Umfang von 2010 begrenzt:

„Für den „Lastkauf“ reiner Versorgung und damit Bindung der Umlandbewohner sollten auch weiterhin die Agglomerationsstandorte Ilmenau Center, Am alten Eisenwerk, GE Goseberg Zeltberg und GE Bilmer Berg im Umfang ihres jetzigen Bestands fungieren. Zentrenrelevante Sortimente dürfen allerdings in diesen Standortbereichen nicht angesiedelt werden.“

Auch wenn Neuansiedlungen vorrangig an den bestehenden Sonderstandorten erfolgen sollen, wird die Entwicklung an übrigen Standorten nicht ausgeschlossen. Das Einzelhandelsentwicklungs- und Zentrenkonzept weist weiter darauf hin, dass ein „Einfrieren der derzeitigen Struktur“ kein Rezept für eine weiterhin florierende Handelsszene in Lüneburg darstelle, dass aber weitere Ansiedlungen behutsam erfolgen müssen und eine fachlich differenzierte Abwägung von zu erwartenden Vor- und Nachteilen, von Risiken und Chancen vorzunehmen ist.²²

Bei dem Vorhaben von Hagebau Mölders in Lüneburg-Rettmer handelt es sich um einen Anbau an einen bestehenden Baumarkt, der Teil eines Baustoffcentrums mit großem Platzbedarf ist und der mehrere Einrichtungen mit der Baustoffhandlung teilt. Die vorliegende Auswirkungsanalyse ermöglicht eine fachlich differenzierte Abwägung und hat im Ergebnis klar gezeigt, dass von der Erweiterung des Hagebaumarktes, die bei Betrachtung der ungewichteten Verkaufsflächen sogar einer Verkleinerung von ca. 5.421 m² Verkaufsfläche auf ca. 4.085 m² VK entspricht, keine schädlichen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen ausgehen werden. Somit ist das Vorhaben als eine behutsame Entwicklung i. S. d. Einzelhandelsentwicklungs- und Zentrenkonzeptes einzuordnen, bei der sich weder Nachteile noch Risiken für die Hansestadt Lüneburg ergeben. **Das Vorhaben ist von daher mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept vereinbar.**

²² Vgl. Einzelhandelsentwicklungs- und Zentrenkonzept für die Hansestadt Lüneburg 2010, S. 85

VII. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens

Grundlagen

<p>Planvorhaben / Planstandort</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erweiterung eines Hagebaumarktes am Standort Lüneburger Straße in Lüneburg-Rettmer ▪ Erweiterung von ca. 5.421 m² Verkaufsfläche auf ca. 4.085 m² VK durch Neu- / Anbau im Bereich der bisherigen Freiflächen, davon ca. 155 m² zentrenrelevant; Freiflächen werden an Baustoffhandel abgegeben bzw. zu Grünflächen ▪ Aufstellung eines Bebauungsplans
<p>Rechtsrahmen</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO
<p>Standortrahmenbedingungen Lüneburg</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Makrostandort: Oberzentrum Lüneburg, ca. 75.600 Einwohner ▪ Einzelhandelsentwicklungs- und Zentrenkonzept für die Hansestadt Lüneburg 2010, Teilfortschreibung 2014: zentrale Versorgungsbereiche Hauptgeschäftszentrum Innenstadt, 12 Nahversorgungszentren, 5 Sonderstandorte ▪ Einzelhandelsstrukturen: Innenstadtzentrum mit klassischem, zentrenrelevanten Angebot, Nahversorgungszentren mit Schwerpunkt im periodischen Bedarf, Sonderstandorte Bilmer Berg und Am Alten Eisenwerk / Ilmenau Center mit Bau- und Möbelmärkten
<p>Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Das Einzugsgebiet erstreckt sich in Zone I auf Embsen, Kirchgellersen, Melbeck, Südergellersen und die Lüneburger Ortschaften Rettmer, Häcklingen, Oedeme; in Zone II liegen Amelinghausen, Barnstedt, Betzendorf, Deutsch Evern, Oldendorf (Luhe), Westergellersen, Bienenbüttel; in Zone III das übrige Stadtgebiet von Lüneburg, Reppenstedt ▪ Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet: ca. 113.751 Personen ▪ Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet: ca. 101,4 Mio. € projektrelevant
<p>Umsatzerwartung und Umsatzherkunft</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gesamtumsatz bei ca. 4.085 m² VK: ca. 4,7 Mio. €, davon ca. 4,1 Mio. € im Kernsortiment, ca. 0,3 Mio. € bei nicht zentrenrelevanten Randsortimenten und ca. 0,3 Mio. € bei zentrenrelevanten Randsortimenten ▪ Umsatzherkunft: ca. 44 % aus Zone I, ca. 24 % aus Zone II, ca. 22 % aus Zone III, ca. 10 % Streuumsätze
<p>Versorgungsstrukturelle und städtebauliche Auswirkungen</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ZVB Hauptgeschäftszentrum Innenstadt: Umsatzumverteilungen bei zentrenrelevanten Randsortimenten in geringer und nicht nachweisbarer Größenordnung (< 0,1 Mio. €, < 1 %) ▪ keine nachhaltigen Schädigungen von Magnetbetrieben bzw. deren Aufgabe in zentralen Versorgungsbereichen in der Hansestadt Lüneburg sowie in umliegenden zentralen Orten. ▪ keine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion zentraler Orte im Bereich Bau-, Heimwerker und Gartenbedarf. ▪ Auch bei voller Ausnutzung des raumordnerisch zulässigen zentrenrelevanten Randsortiments von 10 % der Gesamtverkaufsfläche bzw. max. 800 m² VK sind keine negativen Auswirkungen zu erwarten, da wettbewerbliche Wirkungen nur Randsortimente in anderen Baumärkten betreffen werden.

Raumordnerische Bewertungskriterien	
Konzentrationsgebot	<p>Das Konzentrationsgebot wird durch das Vorhaben eingehalten.</p> <p>Der Flächennutzungsplan der Hansestadt Lüneburg stellt den Standort des Hagebaumarktes in Rettmer als gewerbliche Baufläche (GE) dar, somit gehört es zum zentralen Siedlungsgebiet.</p>
Integrationsgebot	<p>Das Integrationsgebot wird eingehalten.</p> <p>Das Vorhaben weist ein nicht zentrenrelevantes Kernsortiment und einen Anteil der zentrenrelevanten Randsortimente von ca. 4 % der Gesamtverkaufsfläche bei einer absoluten Größenordnung von ca. 155 m² Verkaufsfläche auf.</p>
Kongruenzgebot	<p>Das Kongruenzgebot (aperiodisch mittel- und oberzentral) wird eingehalten.</p> <p>Der erweiterte Hagebaumarkt wird ein Einzugsgebiet erschließen, das im Wesentlichen die Hansestadt Lüneburg und die direkten südwestlichen Nachbargemeinden umfasst. Aus dem oberzentralen Verflechtungsbereich stammen über 90 % der Vorhabenumsätze.</p>
Beeinträchtigungsverbot	<p>Das Beeinträchtigungsverbot wird eingehalten.</p> <p>Auswirkungen auf die Entwicklung und Funktion zentraler Versorgungsbe- reiche sind weder innerhalb noch außerhalb des Einzugsgebietes zu erwarten. Dies gilt ebenfalls für die Verwirklichung eines größeren zentrenrelevanten Randsortiments von 408 m², was 10 % der Gesamtverkaufsfläche entspricht. Auch eine Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung – u. a. in umliegenden zentralen Orten – ist auszuschließen. Insgesamt sind städtebauliche Auswirkungen i. S. d. Beeinträchtigungsverbotes auszuschließen.</p>
Vereinbarkeit mit dem Einzelhandelsentwicklungs- und Zentrenkonzept für die Hansestadt Lüneburg	<p>Neuansiedlungen sollen vorrangig an den bestehenden Sonderstandorten erfolgen, dennoch wird die Entwicklung an übrigen Standorten nicht ausgeschlossen. Das Vorhaben ist als eine behutsame Entwicklung i. S. d. Einzelhandelsentwicklungs- und Zentrenkonzeptes einzuordnen, bei der sich weder Nachteile noch Risiken für die Hansestadt Lüneburg ergeben. Das Vorhaben ist von daher mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept vereinbar.</p>

GMA-Zusammenstellung 2022

Verzeichnisse **Seite**

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage von Lüneburg und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum	12
Karte 2:	Aperiodischer Kongruenzraum des Oberzentrums Lüneburg	13
Karte 3:	Mikrostandort Lüneburger Straße	15
Karte 4:	Einzugsgebiet des erweiterten Hagebau-Marktes in Lüneburg-Rettmer und relevante Wettbewerbsstruktur	17

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Verkaufsflächen von Hagebau (große Variante, ungewichtet)	7
Tabelle 2:	Verkaufsflächen von Hagebau (große Variante, gewichtet)	8
Tabelle 3:	Einteilung der Sortimente nach Zentrenrelevanz (große Variante)	9
Tabelle 4:	Einwohnerentwicklung der Hansestadt Lüneburg im Vergleich	10
Tabelle 5:	Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet	19
Tabelle 6:	Umsatzprognose für das Vorhaben im Kernsortiment	20
Tabelle 7:	Umsatzprognose für das Vorhaben bei nicht zentrenrelevanten Randsortimenten	20
Tabelle 8:	Umsatzprognose für das Vorhaben bei zentrenrelevanten Randsortimente	20
Tabelle 9:	Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben im Kernsortiment	25
Tabelle 10:	Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben im nicht zentrenrelevanten Randsortiment	25
Tabelle 11:	Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben im zentrenrelevanten Randsortiment	25
Tabelle 12:	Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben im zentrenrelevanten Randsortiment bei Belegung von 10 % der Verkaufsfläche	27