



Auswirkungsanalyse zur Erweiterung des Netto-Marktes in Oberkrämer-Schwante, Dorfstraße

AUFTRAGGEBER: Netto Marken-Discount Stiftung & Co. KG

PROJEKTLEITUNG: Florian Komossa, Dipl.-Ing.

PROJEKTBEARBEITUNG: Adrian Vogt, M.A. Wirtschaftsgeographie

Hamburg, den 18.02.2026

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.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird die Sprachform des generischen Maskulinums verwendet. Es wird an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass die ausschließliche Verwendung des Maskulinums geschlechtsunabhängig verstanden werden soll.

Quelle Titelbild: eigene Aufnahme GMA 2026



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

Niederlassung Hamburg
Poststraße 25
20354 Hamburg

Geschäftsführung: Birgitt Wachs, Markus Wagner

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

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen und Rahmenbedingungen	4
1. Aufgabenstellung und Vorhabenbeschreibung	4
2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben	5
3. Landes- und Regionalplanung	6
4. Regionalplan und Einzelhandelserlass	7
5. Definitionen der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel und ausgewählte Marktdaten	8
II. Konzentrationsgebot	12
1. Makrostandort Oberkrämer-Schwante	12
2. Bewertung des Konzentrationsgebotes	12
III. Integrationsgebot	14
1. Mikrostandort Dorfstraße	14
2. Bewertung des Integrationsgebotes	17
IV. Kongruenzgebot	18
1. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft	18
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	19
3. Umsatzprognose für den erweiterten Netto-Markt	21
4. Bewertung des Kongruenzgebotes	22
V. Beeinträchtigungsverbot	23
1. Projektrelevante Wettbewerbssituation	23
2. Prognose und Bewertung der Umsatzumverteilung	24
2.1 Methodik	24
2.2 Umsatzumverteilungen	25
2.3 Wettbewerbliche und städtebauliche Wirkungen	26
2.4 Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes	28
VI. Zusammenfassung	29

I. Grundlagen und Rahmenbedingungen

1. Aufgabenstellung und Vorhabenbeschreibung

Die Netto Marken-Discount Stiftung & Co. KG erteilte der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Hamburg, den Auftrag zur Erstellung einer Auswirkungsanalyse für die geplante Erweiterung eines Netto-Lebensmitteldiscounters in Oberkrämer-Schwante am Standort Dorfstraße 25. Der bestehende Markt soll von derzeit ca. 770 m² auf ca. 1.050 m² Verkaufsfläche (= VK) erweitert werden. Mit der Änderung des Bebauungsplans soll das bisherige SO „nicht großflächiger Einzelhandel“ künftig als SO „großflächiger Einzelhandel (Verbrauchermarkt)“ ausgewiesen werden, um die Verkaufsflächenerweiterung zu ermöglichen.

Mit der Erweiterung des Netto-Marktes auf ca. 1.050 m² VK wird die Grenze zur Großflächigkeit (> 800 m² VK) überschritten. Demnach sind die Auswirkungen des Vorhabens nach § 11 Abs. 3 BauNVO zu untersuchen. Im Fokus stehen dabei die landesplanerischen Bewertungskriterien gemäß Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR 2019). Dementsprechend sind die städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen zu prüfen. Da die Gemeinde Oberkrämer entsprechend den Festlegungen im LEP keinen zentralen Ort darstellt, gilt es zudem darzulegen, inwieweit der Planstandort innerhalb eines (faktischen) zentralen Versorgungsbereiches liegt.

Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangslage sind im Rahmen der Auswirkungsanalyse folgende Punkte zu bearbeiten:

- /// Darstellung des Rechtsrahmens
- /// Darstellung und Bewertung des Makrostandortes Oberkrämer-Schwante sowie städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes „Dorfstraße“ inkl. Abgrenzung eines faktischen zentralen Versorgungsbereiches
- /// Abgrenzung des Einzugsgebietes für den erweiterten Lebensmittelmarkt und Berechnung der sortimentsspezifischen Kaufkraftpotenziale
- /// Wettbewerbsanalyse im Untersuchungsraum
- /// Umsatzprognose und Umsatzherkunft
- /// Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum
- /// Bewertung möglicher städtebaulicher Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO
- /// Bewertung des Vorhabens gemäß den Vorgaben der Raumordnung.

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde im Januar 2026 eine Begehung des Standortes sowie sonstiger Einzelhandelslagen vorgenommen. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus amtlichen Statistiken und EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben

Für die Beurteilung der Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist § 11 Abs. 3 BauNVO zu beachten. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung¹ 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 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 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

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

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

¹ Baunutzungsverordnung (BauNVO), in der Fassung der Bekanntmachung vom 23.01.1990 (BGBl. I S. 132); zuletzt geändert durch Gesetz vom 03.07.2023 (BGBl. I S. 176) m.W.v. 07.07.2023

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

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 Stadt und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebes zu berücksichtigen.

3. Landes- und Regionalplanung

Mit Beschluss der Landesregierungen im April 2019 ist die Rechtsverordnung für den **Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg** am 01. Juli 2019 in Kraft getreten. Der LEP HR 2019 konkretisiert als überörtliche und zusammenfassende Planung die Grundsätze der Raumordnung des am 01. Februar 2008 in Kraft getretenen Landesentwicklungsprogramms 2007 (LEPro 2007) und setzt einen Rahmen für die künftige räumliche Entwicklung in der Hauptstadtregion. Der LEP HR 2019 führt zu großflächigen Einzelhandelseinrichtungen in den Ziffern 2.6 bis 2.14 folgendes aus:

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

Großflächige Einzelhandelseinrichtungen im Sinne von § 11 Absatz 3 der 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 verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung in benachbarten Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigen (raumordnerisches Beeinträchtigungsverbot).

G 2.8 **Angemessene Dimensionierung**

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

Z 2.9/10 [...]

G 2.11 **Strukturverträgliche Kaufkraftbindung**

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

Z 2.12 **Errichtung oder Erweiterung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen außerhalb Zentraler Orte**

Die Errichtung oder die Erweiterung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen ist abweichend von Z 2.6 auch außerhalb der Zentralen Orte zulässig, wenn das Vorhaben überwiegend der Nahversorgung dient und sich der Standort in einem zentralen Versorgungsbereich befindet. Ein Vorhaben dient überwiegend der Nahversorgung, wenn die gesamte vorhabenbezogene Verkaufsfläche 1.500 Quadratmeter nicht überschreitet und auf mindestens 75 Prozent der Verkaufsfläche

nahversorgungsrelevante Sortimente nach Tabelle 1 Nummer 1.1 angeboten werden. Soweit die Kaufkraft in einer Gemeinde eine Nachfrage für größere Verkaufsflächen im Bereich der Nahversorgung schafft, sind diese unter Beachtung des Kaufkraftpotenzials in der Gemeinde mit der oben genannten Sortimentsbeschränkung entwickelbar.

In den gemäß Z 3.3 festgelegten Grundfunktionalen Schwerpunkten ist die Errichtung oder die Erweiterung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen über die in Absatz 1 getroffenen Festlegungen hinaus zulässig, wenn die zusätzliche vorhabenbezogene Verkaufsfläche 1 000 Quadratmeter nicht überschreitet, wobei für diese keine Sortimentsbeschränkung zu beachten ist.

Z 2.13 *Einordnung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen innerhalb Zentraler Orte [...]*

Z 2.14 *Einzelhandelsagglomeration³*

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

Für die Großflächigkeit von Einzelhandelseinrichtungen i. S. § 11. Abs. 1 BauNVO, die überwiegend der Nahversorgung dienen, wird **außerhalb Zentraler Orte eine Verkaufsflächengröße von 1.500 m² als zulässig** genannt (Z 2.12 (1)).

4. Regionalplan und Einzelhandelserlass

Im **Regionalplan Prignitz-Oberhavel, Sachlicher Teilplan „Grundfunktionale Schwerpunkte“**, in Kraft getreten am 26.11.2020, werden Grundfunktionale Schwerpunkte festgesetzt und damit dem Handlungsauftrag des LEP HR 2019 entsprochen. Dahingehend ist festzuhalten, dass Oberkrämer-Schwante einem solchen Grundfunktionalen Schwerpunkt nicht entspricht. Gesonderte Regelungen zur Steuerung großflächiger Einzelhandelsbetriebe sind darin nicht enthalten.

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.“

³ Der Projektstandort von Netto ist als Solitärprojekt einzustufen. Eine Agglomeration von Einzelhandelsbetrieben liegt nicht vor.

5. Definitionen der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel und ausgewählte Marktdaten

Im Einzelhandel wird zwischen verschiedenen **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. die Sortimentsstruktur und hier insbesondere der Anteil an sog. Nonfood-Waren herangezogen.

Als **Verkaufsfläche** eines Handelsbetriebes wird in diesem Bericht die Fläche definiert, auf welcher der Verkauf abgewickelt wird und die dem Kunden zugänglich ist. Hierzu gehören zum einen die tatsächlich mit Waren belegten Flächen (= Nettoverkaufsfläche) im Inneren und im Außenbereich des Gebäudes, zum anderen die hierfür erforderlichen Verkehrs- und Funktionsflächen, also Gangflächen, Thekenbereiche, Kassenzone, Kassenvorzone (inkl. Bereiche zum Einpacken der Ware und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials), Einkaufswagenzone, Leergutautomaten und Windfang.⁴ Ausgenommen sind Lager, Sozialräume, Kunden-WC und Parkierungsflächen, soweit diese als solche genutzt werden.

Bezüglich der **Sortimente** ist zwischen dem Kernsortiment (bei Lebensmittelmärkten Nahrungs- und Genussmittel) und ergänzenden Randsortimenten (= „Nonfood“) zu unterscheiden. Nahrungs- und Genussmittel (= „Food“) umfassen Lebensmittel, also Frischwaren in Bedienung und Selbstbedienung, Tiefkühlkost und Trockensortiment, Getränke, Brot- und Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren sowie Tabakwaren. Als „Nonfood“ sind Waren definiert, die nicht zum Verzehr bestimmt sind. Nach der GS1-Warengruppenklassifizierung wird zwischen Nonfood I (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung) und Nonfood II (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.) unterschieden⁵.

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:⁶

„Supermarkt:

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel⁷ 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 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood-I- und Nonfood-II-Artikel⁸ führt.

⁴ vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04, Rd. Nr. 26.

⁵ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2023, Seite 397.

⁶ Quellen u.a.: EHI handelsdaten aktuell 2023, Seite 394, Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie: Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2020, S. 42 ff., eigene Marktforschung GMA.

⁷ Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

⁸ 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 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood-II-Angebot führt.

Discounter:

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche zwischen ca. 800 und 1.700 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel (Schnelldreher) konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood-I-Sortimente sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot unterschiedlichster Sortimente aus dem Food- und Nonfood-Sortiment mit Schwerpunkt bei Nonfood-II-Artikeln führt. Es gibt i. d. R. keine Beidientheken; Backwaren werden regelmäßig über SB-Backstationen in Selbstbedienung angeboten.

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 Fleischereien.

Convenience Store:

Ein Convenience Store ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche unter 400 m², 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 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood-I-Sortiment anbietet.

Cash & Carry:

Ein Cash & Carry-Betrieb ist ein Großhandelsbetrieb, der Einzelhändlern und gewerblichen Kunden ein breites Sortiment an Nahrungs- / Genussmitteln und Gebrauchsartikeln anbietet. Der Begriff Cash & Carry weist darauf hin, dass der Kunde die Ware sofort bezahlt und abtransportiert.“

Die Betriebstypen unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer Sortimentsstruktur, was v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich wird. Während ein Supermarkt in der Größenordnung von 1.500 – 2.000 m² Verkaufsfläche zwischen 15.000 – 25.000 Artikel offeriert, ist bei Lebensmitteldiscountern heutzutage von ca. 2.500 bis 4.500 Artikeln im Stammsortiment auszugehen. 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, sog. Aktionswaren, zu nennen, deren Artikel nicht kontinuierlich geführt werden. Bei Aktionswaren handelt es sich überwiegend, aber nicht ausschließlich, 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. Im Vergleich zu den Marktführern Aldi und Lidl nehmen die Aktionswaren bei Penny jedoch einen deutlich geringeren Anteil ein.

Dem Lebensmitteleinzelhandel kommt eine besondere Bedeutung für die Versorgung der Bevölkerung mit Waren des täglichen Bedarfs zu. 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 Anforderung an die Warenpräsentation, an die interne Logistik sowie des demographischen Wandels die Flächeninanspruchnahme zunimmt.

Ebenso hat der Umsatz mit Nahrungs- und Genussmitteln sowie Waren der Gesundheit und Körperpflege, also den typischen nahversorgungsrelevanten Sortimenten, in den vergangenen Jahren eine Steigerung erfahren. 2022 wurde mit diesen Warenbereichen in Deutschland insgesamt ein Umsatz von 280,7 Mrd. € erzielt⁹. Den Anteil am Einzelhandelsumsatz insgesamt konnte der Lebensmitteleinzelhandel dabei in den vergangenen Jahren leicht steigern. Hierin kommt auch der zunehmende Wunsch der Kunden nach qualitätsvolleren Lebensmitteln zum Ausdruck.

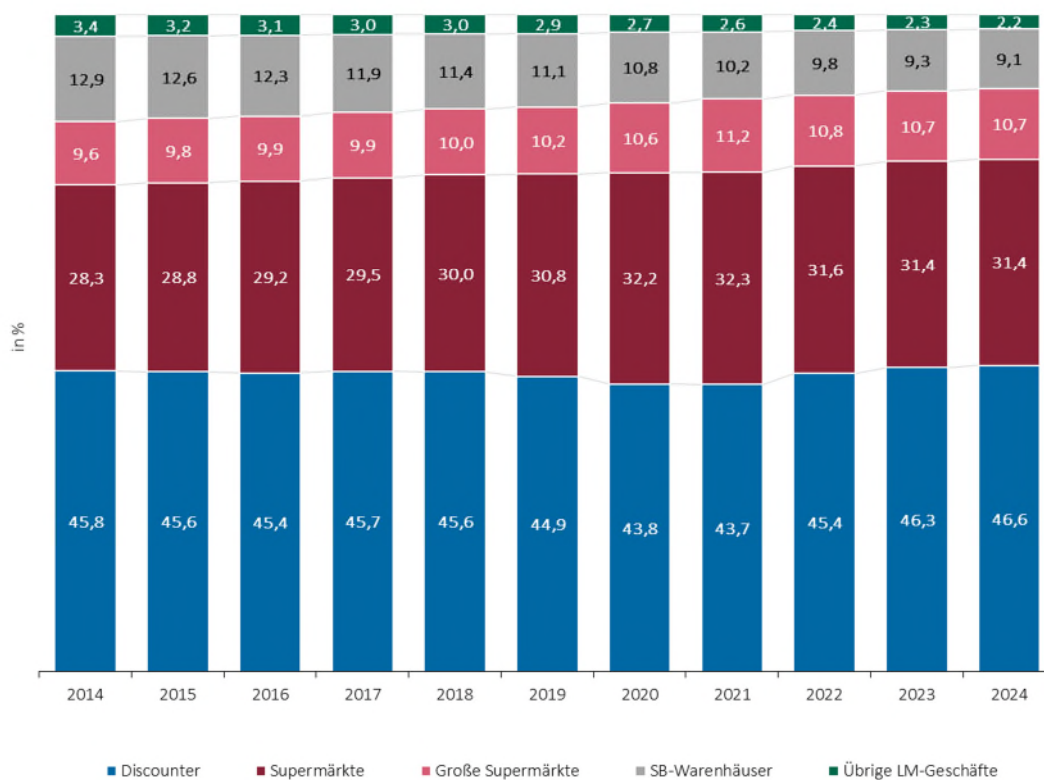
Die einzelnen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels weisen unterschiedliche Entwicklungen auf. Während Supermärkte und große Supermärkte ihre Marktposition ausbauen konnten, waren die Marktanteile der SB-Warenhäuser und kleinen Lebensmittelgeschäfte rückläufig. Es ist allerdings angesichts der hohen Inflation eine weitere Verlagerung von Marktanteilen zugunsten der Discounter zu beobachten (vgl. Abbildung 1).

Gemessen am Gesamtumsatz im deutschen Lebensmitteleinzelhandel nehmen Discounter mit über 46 % noch immer den größten Marktanteil ein. Auf Supermärkte und Große Supermärkte entfallen ca. 42 %, auf SB-Warenhäuser immerhin ca. 9 %. Damit hat sich der Discounter vor dem Supermarkt als Träger der Lebensmittelversorgung in Deutschland etabliert. Bei den Discountern schien der langanhaltende Wachstumstrend zwischenzeitlich gebrochen, seit 2012 hatte die Zahl der Discounter tendenziell abgenommen, während sich die Zahl der großen Supermärkte noch leicht erhöht hatte. Dieser Trend hat sich nun in jüngster Zeit wieder etwas umgekehrt.¹⁰

⁹ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2023, Seite 64.

¹⁰ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2025, Seite 77.

Abbildung 1: Entwicklung der Umsatzanteile im Lebensmittelhandel



Quelle: EHI Retail Institute 2025, GMA-Darstellung 2026

II. Konzentrationsgebot

Zunächst ist in einem ersten Schritt zu bewerten, ob der Standort Oberkrämer-Schwante unter landes- und regionalplanerischen Gesichtspunkten zur Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben geeignet ist. Hierfür ist das sog. „Konzentrationsgebot“ zu prüfen.

1. Makrostandort Oberkrämer-Schwante

Der **Ortsteil Schwante der Gemeinde Oberkrämer** befindet sich im nördlichen Teil des Gemeindegebietes. Die Gemeinde Oberkrämer ist dem brandenburgischen Landkreis Oberhavel zugehörig und weist derzeit keinen zentralörtlichen Status auf. Als nächstgelegene Mittelzentren sind Oranienburg (rd. 10 km östlich) und Hennigsdorf (rd. 13 km südöstlich) zu nennen. Das Stadtzentrum der Metropole und Bundeshauptstadt Berlin befindet sich in etwa 30 km Entfernung südöstlich von Oberkrämer-Schwante.

In Oberkrämer-Schwante leben aktuell **rd. 2.310 Einwohner**¹¹. Die **Bevölkerungsentwicklung** verlief in den vergangenen zehn Jahren positiv, sodass die Bevölkerungszahl zwischen 2015 und 2025 um ca. 230 Einwohner zugenommen hat (+ 11 %).¹²

Die **Verkehrsanbindung** des Ortsteils für den Individualverkehr kann als gut eingestuft werden. So ist Oberkrämer-Schwante über mehrere Landesstraßen an die umliegenden Gemeindeteile und Kommunen angebunden. Die überregionale Erreichbarkeit wird durch den nahegelegenen Anschluss (rd. 3 km Luftliniendistanz) an die Bundesautobahn A 10 (Berliner Ring), die über die Anschlussstelle Oberkrämer zu erreichen ist, gewährleistet. Mit dem **ÖPNV** ist Oberkrämer-Schwante durch mehrere Regionalbuslinien der Oberhavel Verkehrsgesellschaft an das umliegende Gemeindegebiet bzw. Nachbarkommunen angebunden. Zusätzlich verfügt der Ortsteil über einen Bahnhof, über den unter anderem Anschlüsse nach Hennigsdorf, Kremmen und Neuruppin bestehen.

Die **Einzelhandelsstruktur** von Oberkrämer-Schwante ist überschaubar und wird neben vereinzelten kleinteiligen Anbietern (Apotheke, Bäckerei) größtenteils durch den projektierten Netto-Lebensmitteldiscounter geprägt. Die nächstgelegenen nahversorgungsrelevanten Anbieter sind in Oberkrämer-Vehlefan (rd. 2 km entfernt) und Kremmen (rd. 5 km entfernt) ansässig.

2. Bewertung des Konzentrationsgebotes

Es ist zu bewerten, ob das Vorhaben am Standort Oberkrämer-Schwante dem sog. Konzentrationsgebot des LEP HR entspricht. Demnach ist gem. Ziel Z 2.12 die Errichtung oder Erweiterung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen abweichend von Ziel Z 2.6 außerhalb Zentraler Orte zulässig, wenn das Vorhaben überwiegend der Nahversorgung dient und sich der Standort in einem zentralen Versorgungsbereich befindet. Ein Vorhaben dient überwiegend der Nahversorgung, wenn die vorhabenbezogene Verkaufsfläche 1.500 m² VK nicht überschreitet und mindestens 75 % der Verkaufsfläche auf nahversorgungsrelevante Sortimente entfallen (vgl. Kapitel I.3).

¹¹ Quelle: Gemeinde Oberkrämer, Stand: Juli 2025.

¹² Quelle: Gemeinde Oberkrämer, Stand: Juli 2015 bzw. 2025.

- Der **Projektstandort Oberkrämer-Schwante** ist nicht als Zentraler Ort ausgewiesen. Da die geplante Verkaufsfläche mit ca. 1.050 m² aber deutlich weniger als 1.500 m² beträgt und der Anteil nahversorgungsrelevanter Sortimente mehr als 75 % ausmacht, dient das Vorhaben überwiegend der Nahversorgung (vgl. Kapitel IV.3).
- Ferner ist der Projektstandort Bestandteil des faktischen zentralen Versorgungsbereiches von Oberkrämer-Schwante (vgl. Kapitel III.2).

Insgesamt wird das Konzentrationsgebot gemäß LEP HR 2019 erfüllt.

III. Integrationsgebot

Für die **Prüfung des Integrationsgebotes** ist eine detaillierte Darstellung und Bewertung des Projektstandortes unter Berücksichtigung verschiedener Kriterien wie verkehrlicher Erreichbarkeit, städtebaulichem Gefüge, Lage zu Wohngebieten etc. vorzunehmen.

1. Mikrostandort Dorfstraße

Der **Projektstandort** des zur Erweiterung geplanten Netto-Marktes befindet sich zentral in Oberkrämer-Schwante am Kreisverkehr zwischen der Dorfstraße und der Bahnhofstraße (vgl. Karte 1). Das Bestandsobjekt liegt dabei im östlichen Teil, der Parkplatz im westlichen Teil des Grundstücks. Die Zufahrt zum Projektstandort erfolgt sowohl über die Dorf- als auch über die Bahnhofstraße.

Das **direkte Standortumfeld** ist durch einen heterogenen Nutzungsmix geprägt (vgl. Karte 1). Im Osten des Projektgrundstücks hinter vereinzelter Wohnbebauung befindet sich der Bahnhof von Oberkrämer-Schwante. Im Süden und Westen jenseits der Dorfstraße schließt Wohnbebauung an. Im Norden jenseits der Bahnhofstraße liegen eine Kindertagesstätte, ein Seniorenzentrum, eine Apotheke, ein Gesundheitszentrum inkl. Arztpraxis und Pflegedienst sowie das Gemeindehaus. Etwas weiter südlich an der Dorfstraße sind zudem eine Praxis für Physiotherapie sowie die örtliche Veranstaltungsstätte ansässig.

Die **fußläufige Erreichbarkeit** des Standortes aus den umliegenden Wohnquartieren ist durch straßenbegleitende Gehwege gewährleistet. Die Erreichbarkeit des Planstandortes für den **motorisierten Individualverkehr** wird über die Dorfstraße sowie die Bahnhofstraße / Sommerswalder Chaussee hergestellt. Die Straßen stellen wichtige Verbindungsachsen sowohl innerhalb des Gemeindegebietes als auch zu den umgebenen Kommunen dar. Die Sichtbarkeit ist aufgrund der prominenten Lage an zwei wichtigen Verbindungsstraßen im Ortskern von Oberkrämer-Schwante als sehr gut zu charakterisieren.

Die **ÖPNV-Erreichbarkeit** wird über die Bushaltestelle „Schwante, An der Kirche“ in ca. 200 m Entfernung gesichert. Hier verkehren die Buslinien 800, 812 und 814 der Oberhavel Verkehrsgesellschaft, die die Anbindung an umliegende Gemeindeteile sowie benachbarte Kommunen sicherstellen. Da sich zudem der Bahnhof von Oberkrämer-Schwante in direkter Nachbarschaft zum Planstandort befindet, ist auch hierüber die regionale Erreichbarkeit hinreichend gegeben.

Zusammenfassend lässt sich der Projektstandort als siedlungsstrukturell integriert inkl. eines heterogenen Nutzungsmixes im direkten Umfeld charakterisieren. Die verkehrliche Erreichbarkeit ist zudem sowohl fußläufig als auch mit Bus und Bahn sichergestellt.

Foto 1: Netto-Markt



Foto 2: Einfahrt zum Markt



Foto 3: Gesundheitszentrum



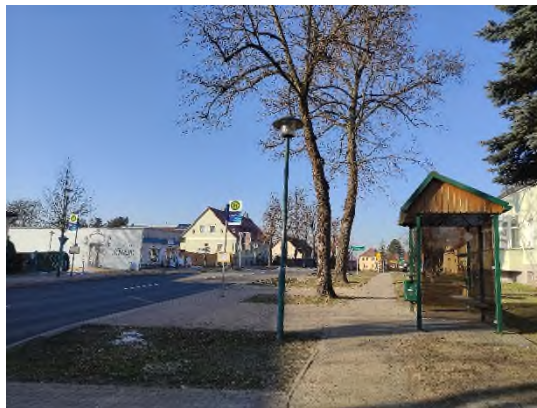
Foto 4: Apotheke



Foto 5: Bahnhof Oberkrämer-Schwante

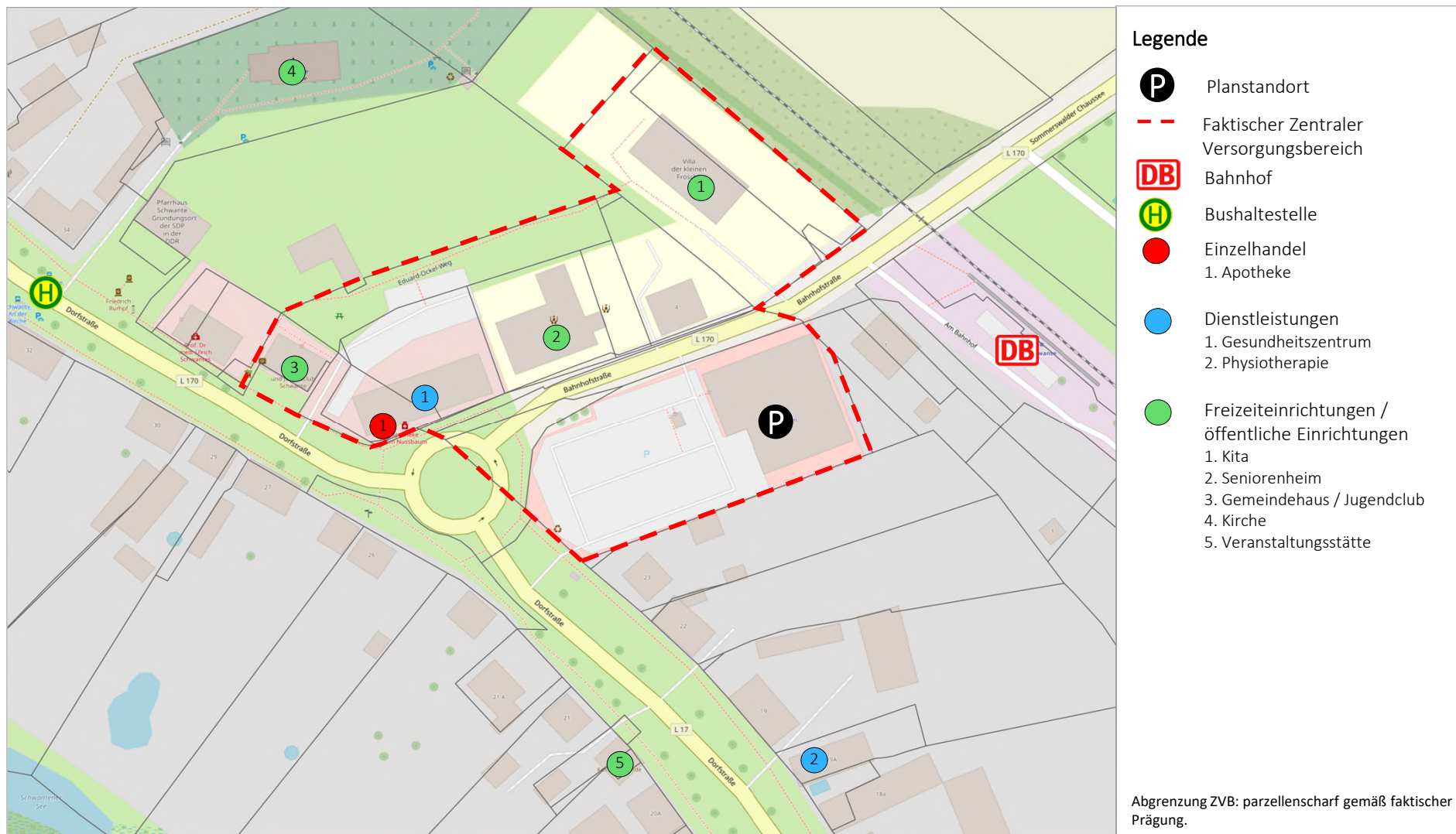


Foto 6: Bushaltestelle „Schwante, An der Kirche“



GMA-Aufnahmen 2026

Karte 1: Mikrostandort Dorfstraße



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2026

2. Bewertung des Integrationsgebotes

Das Integrationsgebot des LEP HR 2019 (Z 2.12) sieht für großflächige Einzelhandelsvorhaben außerhalb Zentraler Orte die Lage innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches vor, sowie den Umstand, dass das Vorhaben überwiegend der Nahversorgung dient. Die Gemeinde Oberkrämer verfügt über kein kommunales Einzelhandelskonzept. Daher ist die tatsächliche Situation vor Ort entscheidend dafür, ob ein faktischer zentraler Versorgungsbereich vorliegt.

Der Projektstandort im Bereich Dorfstraße/Bahnhofstraße ist dahingehend als **städtebaulich integrierte Versorgungslage** zu charakterisieren. Er liegt zentral im Siedlungsbereich des Ortsteils und ist von Wohnbebauung umgeben. Zudem ist der Standort fußläufig, mit dem Auto sowie per Bus und Bahn gut zu erreichen. Der Netto-Markt stellt dabei die Grundversorgung in Oberkrämer-Schwante bzw. die fußläufige Nahversorgung für die umliegenden Wohngebiete sicher und bildet damit den Einzelhandelsschwerpunkt im Ortsteil. Zusätzlich existieren ergänzende, zentrenprägende Nutzungen (u. a. Kita, Apotheke, Gesundheitszentrum), sodass der Bereich insgesamt eine funktionale Ortsmitte bildet.

Aus gutachterlicher Sicht stellt der Standortbereich das faktische Versorgungszentrum von Oberkrämer-Schwante dar. Die siedlungsräumlich integrierte Lage, die Funktionsbündelung und die Versorgungsbedeutung sprechen unter Berücksichtigung der ländlich geprägten Strukturen dafür, dass hier der **faktische zentrale Versorgungsbereich** des Ortsteils besteht.

Das Integrationsgebot gemäß LEP HR 2019 wird nach fachlicher Einschätzung 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, Bevölkerung und Kaufkraft

Der **Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes** für den erweiterten Netto-Lebensmitteldiscounter 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 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 dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung an den Projektstandort auszugehen. Durch die Zonierung des Einzugsgebiets wird diesem Umstand Rechnung getragen (vgl. Karte 2).

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

- /// wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- /// verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes auf Basis von Fahrzeitisochronen
- /// Betreiber, Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- /// Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen in Oberkrämer-Schwante und den umliegenden Städten und Gemeinden
- /// Filialnetz des Anbieters Netto
- /// Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in der Region

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für das Planvorhaben ein **Gesamteinzugsgebiet** abgrenzen (vgl. Karte 2), welches insgesamt **rd. 37.260 Einwohner** umfasst.¹³ Es erstreckt sich über das Gemeindegebiet von Oberkrämer exkl. des südlich gelegenen Ortsteils Bötzwow, die Siedlungsbereiche der Stadt Kremmen sowie die Gemeinde Leegebruch, einen Großteil der Stadt Velten sowie den westlichen Oranienburger Ortsteil Germendorf.

¹³ Quelle: panadress marketing intelligence GmbH, Stand: 2024.

Das Einzugsgebiet des projektierten Vorhabens wird zusätzlich aufgrund von siedlungsstrukturellen Gegebenheiten, der Entfernung zum Planstandort und der Wettbewerbssituation in zwei Zonen eingeteilt (vgl. Karte 2). Das **Kerneinzugsgebiet (Zone I)** umfasst dabei die im Gesamteinzugsgebiet befindlichen Teile der Gemeinde Oberkrämer exkl. des Ortsteils Marwitz im südlichen Bereich sowie den Hauptort der Stadt Kremmen. Dieses Gebiet umfasst etwa **9.790 Einwohner**. Rund **27.470 Einwohner** leben im übrigen Teil des Gesamteinzugsgebietes, welches **Zone II** darstellt. Eine weitere Ausdehnung des Einzugsgebietes ist aufgrund der Entfernung zum Planstandort und der vorherrschenden Wettbewerbssituation nicht gegeben (vgl. Karte 2).

Aufgrund der verkehrsgünstigen Lage des Standortes ist in gewissem Umfang mit Umsätzen von Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes zu rechnen (z. B. durch Pendlerverflechtungen). Diese werden in den nachfolgenden Berechnungen als sog. **Streuumsätze** berücksichtigt.

2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

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

ca. 6.864 €.¹⁴

Bezogen auf das konkrete Vorhaben, dessen Schwerpunkt im Nahrungs- und Genussmittelbereich liegt, betragen die Pro-Kopf-Ausgaben

ca. 2.930 €.¹⁵

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist zur Berechnung der Kaufkraft das lokale Kaufkraftniveau¹⁶ zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau im PLZ-Gebiet 16727, wozu die Gemeinde Oberkrämer und die Stadt Velten zählen, bei 99,3. Für die Stadt Kremmen liegt dieser Wert bei 98,1, für die Gemeinde Leegebruch bei 95,9 und für Oranienburg-Germendorf bei 96,7. Alle Gebiete liegen damit leicht unter dem Bundesdurchschnitt von 100,0.

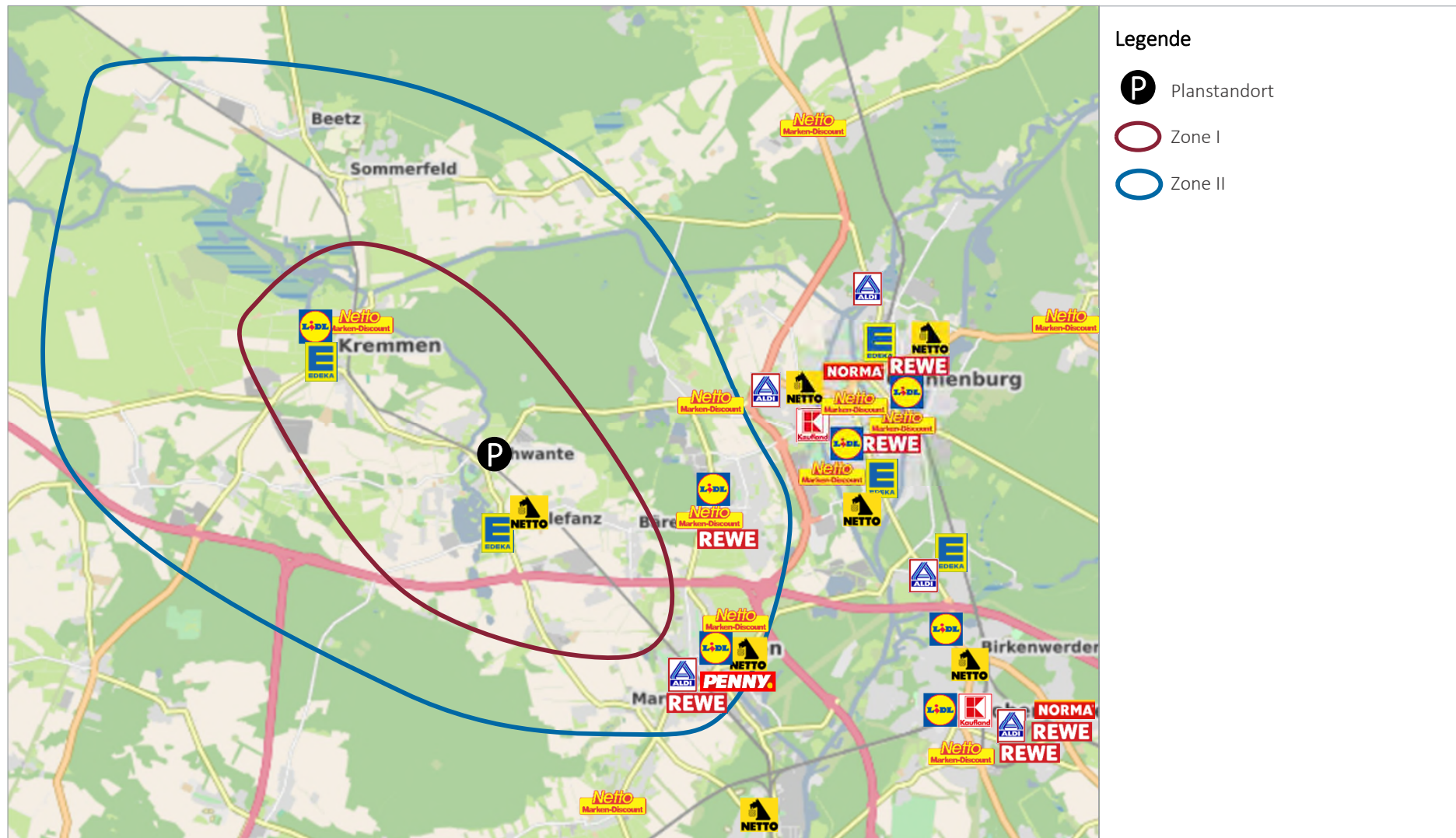
Für das abgegrenzte Gesamteinzugsgebiet (vgl. Karte 2) ergibt sich somit ein **Kaufkraftpotenzial im Nahrungs- und Genussmittelbereich von insgesamt ca. 107,1 Mio. €**. Davon entfallen etwa 28,3 Mio. € auf das Kerneinzugsgebiet Zone I und rd. 78,8 Mio. € auf Zone II.

¹⁴ Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

¹⁵ Ohne Randsortimente (Nonfood I und II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung.

¹⁶ Quelle: MB Research 2024. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

Karte 2: Einzugsgebiet und Hauptwettbewerber des Vorhabens



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2026

3. Umsatzprognose für den erweiterten Netto-Markt

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des Vorhabens wird das Marktanteilkonzept verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden im Einzugsgebiet. Das Modell beschreibt, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, Teile des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich zu binden.

Neben der Berechnung der zu erwartenden Gesamtumsatzleistung eines Vorhabens lässt sich anhand des Marktanteilkonzepts ebenfalls die perspektivische Umsatzherkunft des Vorhabens ableiten. Das Marktanteilkonzept lässt jedoch keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen zu. So gibt das Marktanteilkonzept keine Auskunft darüber, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und wie sich diese nach der Ansiedlung des Marktes neu verteilen werden.

Folgende **Umsatzprognose** lässt sich für den erweiterten Netto-Lebensmitteldiscounter mit rd. 1.050 m² VK anhand des Marktanteilkonzepts ermitteln:

Tabelle 1: Umsatzprognose Netto-Markt (1.050 m² VK)

Einzugsgebiet	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	28,3	7 - 8	2,0	0,3	2,3	40
Zone II	78,8	3 - 4	2,5	0,4	2,9	50
Einzugsgebiet	107,1	4 - 5	4,5	0,7	5,2	90
Streuumsätze			0,5	0,1	0,6	10
Insgesamt			5,0	0,8	5,8	100

* Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich (Nonfood I und II) beträgt beim Anbieter Netto ca. 13 %.

GMA-Berechnungen 2026 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Somit lässt sich für den erweiterten Netto-Markt mit ca. 1.050 m² VK eine **Gesamtumsatzleistung von ca. 5,8 Mio. €** ermitteln. Hiervon entfallen ca. 5,0 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,8 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.

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 Hahn Retail Real Estate Report 2025 / 2026 liegt die durchschnittliche Filialleistung von Netto bei ca. 4,4 Mio. €. ¹⁷ Damit läge der Netto-Markt in Oberkrämer-Schwante nach seiner Erweiterung auf einem deutlich überdurchschnittlichen Niveau. Allerdings ist anzumerken, dass der Standort mit ca. 1.050 m² Verkaufsfläche auch deutlich über dem Verkaufsflächendurchschnitt von Netto-Märkten liegen wird. Mit einer **Flächenleistung von ca. 5.500 € je m² Verkaufsfläche** wird eine leicht überdurchschnittliche Verkaufsflächenproduktivität

¹⁷ Die durchschnittliche Verkaufsflächengröße von Netto-Märkten wird mit ca. 821 m² und die durchschnittliche Flächenleistung mit ca. 5.360 € je m² Verkaufsfläche angegeben. Daraus lässt sich ein durchschnittlicher Filialumsatz von 4,4 Mio. € ableiten.

erreicht. Vor diesem Hintergrund wird mit der Umsatzprognose von ca. 5,8 Mio. € ein Maximalwert im Sinne möglicher Auswirkungen (worst-case) abgebildet.

Die Betrachtung der **Umsatzherkunft** zeigt, dass rd. 40 % des Umsatzes mit Kunden aus dem Kerneinzugsgebiet (Zone I) generiert wird. 50 %, also genau die Hälfte, entfallen auf das erweiterte Einzugsgebiet (Zone II). Lediglich 10 % des Umsatzes werden über Streuumsätze aus dem Umland erzielt.

4. Bewertung des Kongruenzgebotes

Das Kongruenzgebot laut LEP HR 2019 ist als Grundsatz (G 2.8) der Raumordnung ausgeführt und dient dem Schutz der zentralörtlich gegliederten Versorgungsstruktur sowie der verbrauchernahen Versorgung. Großflächige Einzelhandelseinrichtungen in den Zentralen Orten sollen demnach der zentralörtlichen Funktion entsprechen. Weiterhin soll durch ein Vorhaben max. 25 % der sortimentsspezifischen Kaufkraft im einschlägigen Bezugsraum gebunden werden (G 2.11).

Basierend auf der Umsatzprognose bzw. der daraus ableitbaren Umsatzherkunft lässt sich das **Kongruenzgebot** wie folgt bewerten:

- Für das Vorhaben von Netto sind dabei die spezifischen Standortrahmenbedingungen (ländlich geprägte Strukturen), die Distanz zu den nächstgelegenen größeren Einkaufsorten sowie die faktische Versorgungsfunktion des Netto-Marktes in Oberkrämer-Schwante auch für die umliegenden Ortsteile zu berücksichtigen.
- In Hinblick auf die Erweiterung des Netto-Marktes ist – basierend auf der Umsatzprognose bzw. der Umsatzherkunft – festzustellen, dass ca. 40 % des perspektivischen Umsatzes aus dem Kerneinzugsgebiet stammt. Weitere 50 % werden aus Zone II des Einzugsgebietes generiert. Ein Umsatzanteil von lediglich 10 % entfällt auf Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes. Dabei handelt es sich v. a. um Bewohner aus den umliegenden Kommunen sowie Pendler und Zufallskunden.
- Darüber hinaus dient das Vorhaben aus dem Grund überwiegend der Nahversorgung, dass mehr als 75 % der Verkaufsfläche dem nahversorgungsrelevanten Sortiment zugeschrieben werden kann.
- Hinsichtlich der Kaufkraftbindungsquote kann als Bezugsraum mindestens die Zone I des Einzugsgebietes herangezogen werden. Von der Lebensmittelkaufkraft in diesem Einzugsgebiet von ca. 28,3 Mio. € bindet der Netto-Markt bei seinem prognostizierten Umsatz für Nahrungs- und Genussmittel von ca. 2,0 Mio. € rd. 7 %. Somit wird der Wert von 25 % gemäß Grundsatz G 2.11 nicht überschritten.

Die Vorgaben des Kongruenzgebotes werden durch das Vorhaben eingehalten.

V. Beeinträchtigungsverbot

Zur Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes ist zunächst die Angebots- und Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet darzustellen (vgl. Karte 2) und zu bewerten. Ausgehend davon lassen sich die durch das Vorhaben zu erwartenden prüfungsrelevanten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen ermitteln.

1. Projektrelevante Wettbewerbssituation

Die Einzelhandelssituation wurde von der GMA im Januar 2026 durch eine Erhebung der projektrelevanten Betriebe untersucht. Als Wettbewerber für das Projektvorhaben gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die in einem Lebensmittelmarkt geführt werden. Allerdings ist aufgrund der Flächengröße bzw. des Betriebstyps und des spezifischen Einkaufsverhaltens der Bevölkerung davon auszugehen, dass insbesondere betriebstypengleiche oder -ähnliche Betriebe (Lebensmitteldiscounter, Supermärkte, SB-Warenhäuser) als Hauptwettbewerber zu identifizieren sind.

Tabelle 2: Hauptwettbewerber des Planvorhabens

Betrieb	Lagekategorie ¹⁸	VK-Größenklasse in m ²
EZG Zone I		
Edeka (Lindenallee; Oberkrämer-Vehlefanzen)	Grundfunktionaler Schwerpunkt	800 – 1.200
Netto (dansk) (Lindenallee; Oberkrämer-Vehlefanzen)	Grundfunktionaler Schwerpunkt	400 – 800
Edeka (Schloßdamm; Kremmen)	Grundfunktionaler Schwerpunkt	1.200 – 1.600
Lidl (Sittelskanal; Kremmen)	Grundfunktionaler Schwerpunkt	800 – 1.200
Netto (Ruppiner Chaussee; Kremmen)	Grundfunktionaler Schwerpunkt	400 – 800
EZG Zone II		
Rewe (Eichenallee; Leegebruch)	Grundfunktionaler Schwerpunkt	1.600 – 2.000
Lidl (Eichenallee; Leegebruch)	Grundfunktionaler Schwerpunkt	800 – 1.200
Netto (Fohlenweide; Leegebruch)	Grundfunktionaler Schwerpunkt	800 – 1.200
Netto (Straße am Globus; Oranienburg-Germendorf)	Ergänzungsstandort Germendorf	800 – 1.200

Fortsetzung nächste Seite

¹⁸ Lagekategorien gemäß Regionalplan Prignitz-Oberhavel, Sachlicher Teilplan „Grundfunktionale Schwerpunkte“ 2020, Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Velten 2010 und Einzelhandelskonzept für die Stadt Oranienburg 2016.

Betrieb	Lagekategorie ¹⁹	VK-Größenklasse in m ²
Rewe (Rosa-Luxemburg-Straße; Velten)	Nahversorgungszentrum Am Kuschelhain	800 – 1.200
Aldi (Rosa-Luxemburg-Straße; Velten)	Nahversorgungszentrum Am Kuschelhain	800 – 1.200
Penny (Rosa-Luxemburg- Straße; Velten)	Grundfunktionaler Schwerpunkt	800 – 1.200
Netto (dansk) (Lindenstraße; Velten)	Grundfunktionaler Schwerpunkt	400 – 800
Lidl (Poststraße; Velten)	Grundfunktionaler Schwerpunkt	800 – 1.200
Netto (Breite Straße; Velten)	Grundfunktionaler Schwerpunkt	400 – 800

GMA-Erhebung 2026

Hinsichtlich des Edeka-Marktes in Oberkrämer-Vehlefanz ist anzumerken, dass hier bereits Planungen für eine Erweiterung bestehen, in Zuge dessen das Bestandsgebäude abgerissen und durch einen Neubau ersetzt werden soll. Der zugehörige Bebauungsplan 69/2019 ließe dabei eine Gesamtverkaufsfläche von maximal 1.780 m² zu.

Insgesamt umfassen die relevanten Anbieter im **Einzugsgebiet** eine **Gesamtverkaufsfläche von knapp. 14.100 m²** mit einem **Nahrungs- und Genussmittelumsatz von rd. 82 – 83 Mio. €**. Die Wettbewerber innerhalb von **Zone I des Einzugsgebietes** machen auf einer Gesamtverkaufsfläche von **rd. 4.740 m²** mit Nahrungs- und Genussmitteln einen Umsatz von **etwa 28 – 29 Mio. €**, während solche in **Zone II** in diesem Bereich einen Umsatz von **rd. 54 – 55 Mio. €** auf einer Gesamtverkaufsfläche von **rd. 9.360 m²** erwirtschaften.

2. Prognose und Bewertung der Umsatzumverteilung

2.1 Methodik

Mit der Entwicklung von Einzelhandelsobjekten werden i. d. R. Umsatzumverteilungsprozesse im bestehenden Einzelhandel ausgelöst. Das Umsatzumverteilungsmodell stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen, städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Folgewirkungen eines zu untersuchenden Vorhabens dar. Die im vorangegangenen Untersuchungsabschnitt ermittelten Marktanteile stellen dabei die kaufkraftbezogene Ermittlung der Umsatzherkunft dar. Entscheidend für die Bewertung der möglichen städtebaulichen bzw. versorgungsstrukturellen Auswirkungen ist jedoch die umsatzbezogene Betrachtung der Auswirkungen.

¹⁹ Lagekategorien gemäß Regionalplan Prignitz-Oberhavel, Sachlicher Teilplan „Grundfunktionale Schwerpunkte“ 2020, Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Velten 2010 und Einzelhandelskonzept für die Stadt Oranienburg 2016.

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzzumlenkungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein **Rechenmodell** zum Einsatz, welches auf dem Prinzip des Huff'schen Gravitationsmodells²⁰ 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 Verkaufsflächengröße bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und
- /// der Distanzwiderstand, der sich aus der Entfernung (Distanz) zwischen den einzelnen Standorten ergibt.

2.2 Umsatzzumverteilungen

Das **Umsatzzumverteilungsmodell** stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen und städtebaulichen Folgewirkungen des zu untersuchenden Planvorhabens dar. Entscheidend für die Bewertung der möglichen städtebaulichen bzw. versorgungsstrukturellen Auswirkungen (d. h. Umsatzzumverteilungen) ist die umsatzbezogene Betrachtung der Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel.

Für die nachfolgende Betrachtung der Auswirkungen der geplanten Erweiterung ist **nur der zu erwartende Zusatzumsatz von Relevanz**, sodass dem prognostizierten Gesamtumsatz des erweiterten Lebensmitteldiscounters der Bestandsumsatz abgezogen wird. Dieses Vorgehen ist allgemein üblich, da die Wettbewerbswirkungen der Bestandsflächen bereits eingetreten sind. Das Bundesverwaltungsgericht hat dazu u. a. in einem Urteil vom 12.02.2009 ausgeführt, dass

„von der gegebenen städtebaulichen Situation auszugehen [ist]. Diese wird nicht nur von den anderen vorhandenen Einzelhandelsbetrieben, sondern auch durch den Betrieb dessen Erweiterung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt.“²¹

Die geplante Erweiterung des Netto-Lebensmitteldiscounters ist wie folgt zu beurteilen:

- /// Etwa 4,5 Mio. € Gesamtumsatz (davon ca. 3,9 Mio. € im Bereich Food sowie ca. 0,6 Mio. € mit Nonfood-Artikeln) werden von dem Bestandsmarkt schon heute erzielt und bleiben damit ohne Auswirkungen auf den Wettbewerb. Diese Umsätze werden bereits heute am Standort Dorfstraße gebunden, da sich an den generellen Standortrahmenbedingungen und dem Kundeneinzugsgebiet keine nennenswerten Veränderungen ergeben werden.
- /// Der erweiterte Netto-Markt wird an seinem Standort auf einer geplanten Verkaufsfläche von insgesamt ca. 1.050 m² eine Umsatzleistung von ca. 5,8 Mio. € erzielen. Davon entfallen ca. 5,0 Mio. € auf den Lebensmittel- und ca. 0,8 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.

²⁰ Vgl. Huff, David: Defining and estimating a trading area: Journal of Marketing; Vol. 28, 1964 oder Heinritz, G.: Die Analyse von Standorten und Einzugsbereichen, 1999.

²¹ vgl. Bundesverwaltungsgericht 4 B 3.09 vom 12.02.2009, RN 6.

- Mit der geplanten Verkaufsflächenerweiterung von ca. 280 m² wird es zu einer Umsatzsteigerung von ca. 1,3 Mio. € kommen, davon ca. 1,1 Mio. € im Bereich Nahrungs- und Genussmittel und ca. 0,2 Mio. € im Nichtlebensmittelbereich.

Im Detail sind im Untersuchungsraum folgende Umsatzumverteilungen bei Nahrungs- und Genussmitteln durch das Vorhaben zu erwarten:

Tabelle 3: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben im Bereich Nahrungs- und Genussmittel

Standortlagen	Umsatz Bestand in Mio. €	Umsatzumverteilung	
		in Mio. €	in %
Einzugsgebiet Zone I	28,6	0,6	2
davon Grundfunktionaler Schwerpunkt Oberkrämer-Vehlefanzen	10,5	0,3	2 - 3
davon Grundfunktionaler Schwerpunkt Kremmen	18,1	0,3	1 - 2
Einzugsgebiet Zone II	54,2	0,4	< 1
davon Grundfunktionaler Schwerpunkt Leegebruch	18,6	0,1	< 1
davon Ergänzungsstandort Germendorf	3,8	< 0,1	1 - 2
davon Nahversorgungszentrum Am Kuschelhain	11,6	0,1	1
davon Grundfunktionaler Schwerpunkt Velten	20,2	0,1	< 1
Außerhalb des Einzugsgebietes	n. a.	0,1	--
Summe insgesamt	82,8	1,1	1 - 2

GMA-Berechnungen 2026 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen; n. a.: nicht ausweisbar).

2.3 Wettbewerbliche und städtebauliche Wirkungen

Auf Basis der zuvor getätigten Annahmen zu möglichen Umsatzumverteilungen, sind folgende **wettbewerbliche Auswirkungen** durch das Erweiterungsvorhaben von Netto zu erwarten:

- Durch die geplante Verkaufsflächenerweiterung des Anbieters Netto am Standort Dorfstraße in Oberkrämer-Schwante werden nach gutachterlicher Einschätzung bei einem derzeitigen Bestandsumsatz der **betroffenen Wettbewerber im Einzugsgebiet** in Höhe von ca. 82,8 Mio. €²² ca. 1,1 Mio. € bei Nahrungs- und Genussmitteln umverteilt. Dies entspricht rechnerisch einer **Umsatzumverteilungsquote von ca. 1 - 2 %**.
- **Innerhalb von Zone I Einzugsgebietes** werden gegenüber den ansässigen Lebensmittelanbietern Umsatzumverteilungseffekte in Höhe von ca. 0,6 Mio. € ausgelöst. Dies entspricht einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 2 %. Am stärksten sind die zum Planstandort nächstgelegenen Anbieter Edeka und Netto (dansk) im **Grundfunktionalen Schwerpunkt Oberkrämer-Vehlefanzen** mit Umverteilungswirkungen von rd. 0,3 Mio. € bzw. rd. 2 – 3 % betroffen. Diese Werte bewegen sich dennoch in einem unkritischen Rahmen, weshalb hieraus keine schädlichen städtebaulichen Auswirkungen abzuleiten sind. Darüber hinaus wird der Standort durch den geplanten Neubau des ansässigen Edeka-Marktes zukünftig weiter gestärkt werden. Im **Grundfunktionalen Schwerpunkt Kremmen** sind die Wettbewerber Lidl, Edeka und Netto ansässig, welche mit Wettbewerbseffekten in Höhe von rd. 0,3 Mio. € bzw. rd. 1 – 2 % rechnen müssen. Da die Wettbewerbseffekte somit aber

²²

Nur Umsatz mit Nahrungs- und Genussmitteln, ohne Bestandsumsatz Netto, Dorfstraße.

gering ausfallen und sich die Anbieter in einer stabilen Marktposition befinden, sind für diese keine nachhaltigen Betriebsschädigungen zu erwarten.

- **In Zone II des Einzugsgebietes** werden gegenüber den dortigen Wettbewerbsstandorten insgesamt ca. 0,4 Mio. € umverteilt, was einem Rückgang von insgesamt weniger als 1 % entspricht. Die Umsatzumverteilungswirkungen für die Standortlagen **Grundfunktionaler Schwerpunkt Leegebruch** (Rewe, Lidl, Netto), **Nahversorgungszentrum Am Kuschelhain** (Rewe, Aldi) und **Grundfunktionaler Schwerpunkt Velten** (Lidl, Penny, Netto, Netto (dansk)) fallen mit Umverteilungswerten von ca. 0,1 Mio. € bzw. $\leq 1\%$ so gering aus, dass nachhaltige versorgungsstrukturelle bzw. betriebsschädigende Auswirkungen mit Sicherheit ausgeschlossen werden können. Gleiches gilt für den **im Ergänzungsstandort Gernsdorf** ansässigen Netto-Markt, welcher mit ca. 1 – 2 % prozentual etwas stärker betroffen ist.
- **Außerhalb des Einzugsgebietes** werden rd. 0,1 Mio. € umverteilungswirksam. Da sich diese geringen Effekte auf eine Vielzahl von Anbietern verteilen, können negative wettbewerbliche Wirkungen in jedem Fall ausgeschlossen werden.
- In den **Nichtlebensmittelsortimenten** werden rd. 0,2 Mio. € umsatzumverteilungswirksam, die sich auf mehrere Sortimente (u. a. Drogeriewaren, Tiernahrung, Blumen, Haushaltsartikel) und damit auf eine Vielzahl von Anbietern verteilen, welche die Nichtlebensmittelsortimente sowohl als Hauptsortimente (u. a. Drogeriemärkte, Zoofachmärkte, Blumenengeschäfte, Kioske, Haushaltswarenmärkte u.v.m.) als auch als Randsortimente (u.a. Lebensmittelmärkte, Drogeriemärkte, Nonfood-Discounter u.v.m.) führen. Diese Anbieter verteilen sich zudem auf mehrere Standortlagen, sodass für einzelne Anbieter und Lagen städtebauliche Auswirkungen auszuschließen sind.

Zusammenfassend ist zu konstatieren, dass die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungswirkungen als rein wettbewerbliche Effekte einzustufen sind. Betriebsschließungen in der direkten Folge des Vorhabens können damit ausgeschlossen werden. Schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die verbrauchernahe Versorgung innerhalb oder außerhalb des Einzugsgebietes i. S. d. § 11 Abs. 3 BauNVO können ausgeschlossen werden.

2.4 Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes

Während es beim kommunalen Beeinträchtigungsverbot i. S. d. Baugesetzbuches u. a. um nachhaltig schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Standortkommune bzw. in umliegenden Gemeinden geht, zielt die Einhaltung des **raumordnerischen Beeinträchtigungsverbotes gem. LEP HR Z 2.7** vor allem auf die „Wahrung der raumstrukturellen und funktionalen Bedeutung Zentraler Orte in ihrer Funktion als Handelsstandorte“ ab. Der LEP HR 2019 stellt dabei in Hinsicht auf den Schutz der Entwicklung und Funktion Zentraler Orte besonders die bestehenden oder geplanten zentralen Versorgungsbereiche heraus. Basierend auf der wettbewerblichen Situation im Untersuchungsraum und den dargestellten Umsatzumverteilungseffekten lässt sich das Vorhaben wie folgt bewerten:

Wie im vorangegangenen Kapitel dargelegt, resultieren aus dem Erweiterungsvorhaben innerhalb des Einzugsgebietes mit einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 1 – 2 % nur marginale Wettbewerbseffekte auf die ansässigen Anbieter. Entsprechend treten keine Schädigungen im Hinblick auf die verbrauchernahe Versorgung oder auf die Funktion und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche ein. Das zentralörtliche Versorgungssystem wird nicht negativ beeinträchtigt.

Das Beeinträchtigungsverbot wird damit nicht verletzt.

VI. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens

Grundlagen

Planvorhaben / Planstandort	- Verkaufsflächenerweiterung Netto-Lebensmitteldiscounter von ca. 770 m² auf 1.050 m² VK - Lage des Planstandortes in zentraler Lage des Ortsteils Oberkrämer-Schwante; Teil eines faktischen zentralen Versorgungsbereiches - keine zentralörtliche Funktion
Rechtsrahmen und Untersuchung	Städtebauliche und raumordnerische Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO
Standortrahmenbedingungen	- Makrostandort Oberkrämer-Schwante ca. 2.310 Einwohner - Einzelhandelsstrukturen im Lebensmittelbereich konzentrieren sich auf den faktischen zentralen Versorgungsbereich
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	- Zone I: Gemeinde Oberkrämer exkl. südliche Ortsteile Marwitz und Bötzwow sowie Kernstadt Kremmen - Zone II: Oberkrämer-Marwitz, Siedlungsbereiche Kremmen exkl. Kernstadt, Oranienburg-Germendorf, Leegebruch, Großteil der Stadt Velten - Einwohnerpotenzial im Gesamteinzugsgebiet ca. 37.260 Personen; Zone I ca. 9.790 Einwohner und Zone II ca. 27.470 Einwohner - Kaufkraftpotenzial im Lebensmittelbereich im Gesamteinzugsgebiet ca. 107,1 Mio. €; davon in Zone I rd. 28,3 Mio. € und Zone II ca. 78,8 Mio. €
Umsatzerwartung	- Die perspektivische Gesamtumsatzleistung des erweiterten Netto-Marktes beträgt bei ca. 1.050 m² VK etwa 5,8 Mio. €; davon entfallen rd. 5,0 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,8 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. - Umsatzrelevant infolge der Erweiterung ist nur der zusätzliche Umsatz des Netto-Marktes: ca. 1,3 Mio. €; davon rd. 1,1 Mio. € bei Nahrungs- und Genussmitteln und ca. 0,2 Mio. € bei Nichtlebensmitteln.
Umsatzumverteilungseffekte in %	- Zone I des Einzugsgebietes: ca. 2 % - Zone II des Einzugsgebietes: < 1 % - Gesamteinzugsgebiet: ca. 1 – 2 %
Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen	- Die durch das Erweiterungsvorhaben von Netto ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte gegenüber Lebensmittelanbietern innerhalb des Einzugsgebietes werden zu keiner direkten vorhabeninduzierten Aufgabe eines Nahversorgungsbetriebes und damit zu keiner Schwächung der wohnortnahen Versorgung führen. - Nachhaltig schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sind ferner auszuschließen. Insgesamt sind schädliche städtebauliche Auswirkungen i. S. d. § 11 Abs. 3 BauNVO durch das Planvorhaben nicht zu erwarten.
Raumordnerische Bewertung	Das Vorhaben von Netto am Standort Dorfstraße in Oberkrämer-Schwante ist vollständig kompatibel mit den Vorgaben des LEP HR 2019.

GMA-Zusammenstellung 2026

Verzeichnisse**Seite****Kartenverzeichnis**

Karte 1:	Mikrostandort Dorfstraße	16
Karte 2:	Einzugsgebiet und Hauptwettbewerber des Vorhabens	20

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Umsatzprognose Netto-Markt (1.050 m ² VK)	21
Tabelle 2:	Hauptwettbewerber des Planvorhabens	23
Tabelle 3:	Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben im Bereich Nahrungs- und Genussmittel	26

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Entwicklung der Umsatzanteile im Lebensmittelhandel	11
--------------	---	----