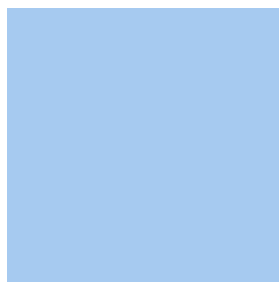
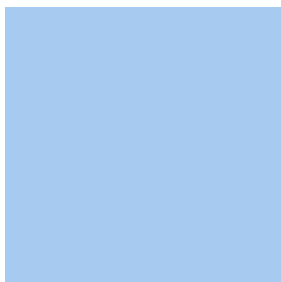




Stadt Brandenburg an der Havel Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts





Stadt Brandenburg an der Havel Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts

Angelina Sobotta, Dipl.-Volksw.

Timo Grebe, Dipl.-Geogr.

Geschäftsführende Gesellschafter:

Dipl.-Geogr. Ursula Mölders
Stadt- und Regionalplanerin SRL

Dipl.-Ing. Dominik Geyer
Stadtplaner AK NW, Bauassessor
Stadt- und Regionalplaner SRL

Gesellschafter/Seniorpartner:

Dr. Paul G. Jansen

HRB Köln 62236

Neumarkt 49
50667 Köln

Fon 02 21.940 72-0

Fax 02 21.940 72-18

info@stadtplanung-dr-jansen.de

www.stadtplanung-dr-jansen.de



1	BEARBEITUNGSANSATZ UND RAHMENBEDINGUNGEN	1
1.1	Bearbeitungsansatz	1
1.1.1	Ausgangssituation und Ziele	1
1.1.2	Methodische Vorgehensweise	3
1.2	Untersuchungsrelevante Rahmenbedingungen am Standort Brandenburg an der Havel	5
1.2.1	Lage im Raum und landesplanerische Einstufung	5
1.2.2	Perspektiven der Bevölkerungs- und Siedlungsentwicklung	7
1.2.3	Wirtschaftsstruktur und Arbeitsplätze	11
1.3	Allgemeine Entwicklungstendenzen im Einzelhandel	16
1.3.1	Entwicklungen auf der Nachfrageseite	19
1.3.2	Auswirkungen auf die Stadtentwicklung	21
2	EINZELHANDELSSTANDORT BRANDENBURG AN DER HAVEL	23
2.1	Rechtsrahmen auf Landes- und Regionalplanungsebene	23
2.2	Einzelhandelsausstattung und Leistungsfähigkeit	24
2.2.1	Einzelhandel nach Angebotsschwerpunkt	24
2.2.2	Bereinigte Einzelhandelsausstattung der Stadt Brandenburg an der Havel	29
2.2.3	Struktur und Verteilung großflächiger Einzelhandelsbetriebe	30
2.3	Einzugsbereich, Kaufkraft und Zentralität	31
2.3.1	Einzugsbereich des Einzelhandels in Brandenburg an der Havel	31
2.3.2	Kaufkraftpotenzial	33
2.3.3	Zentralität des Brandenburger Einzelhandels	34
2.3.4	Kaufkraftbewegungen in Brandenburg an der Havel	36
2.4	Entwicklung des Brandenburger Einzelhandels im Zeitraum 2007 bis 2013	40
2.4.1	Einzelhandelsausstattung und betriebliche Leistungsfähigkeit	40
2.4.2	Einzugsgebiet und Kaufkraftbewegungen	43
2.5	Entwicklungsperspektiven des Brandenburger Einzelhandels bis zum Jahr 2030	44
2.5.1	Allgemeine Entwicklungen	44
2.5.2	Umsatzprognose bis zum Jahre 2030	45
2.5.3	Verkaufsflächenentwicklung bis zum Jahre 2030	46
2.5.4	Aktuelle Einzelhandelsplanungen bzw. Bestandsentwicklungen	49
3	ZENTRENKONZEPT FÜR DIE STADT BRANDENBURG AN DER HAVEL	50
3.1	Grundsätzliche Anmerkungen	50
3.1.1	Einzelhandelskonzept als räumliches Steuerungsinstrument	50
3.1.2	Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche	53
3.1.3	Schutz von zentralen Versorgungsbereichen	55
3.2	Zentrenhierarchie	56
3.3	Zentrale Versorgungsbereiche	61
3.3.1	Hauptzentrum Innenstadt	61
3.3.2	Nahversorgungszentrum Am Neuendorfer Sand	69



3.3.3	Nahversorgungszentrum Neuendorfer Straße	74
3.3.4	Nahversorgungszentrum Altstadt	79
3.3.5	Nahversorgungszentrum Wilhelmsdorfer Straße	84
3.3.6	Nahversorgungszentrum Ziesarer Landstraße	89
3.3.7	Nahversorgungszentrum „Einkaufszentrum Gölden“	93
3.3.8	Nahversorgungszentrum Wiener Straße	97
3.3.9	Nahversorgungszentrum Tschirchdamm	102
3.3.10	Nahversorgungszentrum Werner-Seelenbinder-Straße	106
3.3.11	Nahversorgungszentrum Genthiner Straße	111
3.3.12	Nahversorgungszentrum Wusterwitzer Straße	116
3.4	Definition der „Brandenburger Liste“	121
3.5	Nahversorgungssituation	124
3.5.1	Bedeutung der Nahversorgung	124
3.5.2	Zentrale Versorgungsbereiche und ergänzende wohnungsnahe Standorte	125
3.5.3	Exkurs: Standortentscheidungen und Tragfähigkeit von frequenzstarken Nahversorgungsbetrieben	129
3.6	Agglomerationsstandorte des großflächigen Einzelhandels	130
3.6.1	Agglomerationsstandort Brandenburger Einkaufszentrum Wust	131
3.6.2	Agglomerationsstandort Potsdamer Straße/ Alte Potsdamer Straße	132
3.6.3	Agglomerationsstandort Upstallstraße	133
3.6.4	Agglomerationsstandort Beetzsee-Center	133
4	ZIELE DER EINZELHANDESENTWICKLUNG IN BRANDENBURG AN DER HAVEL	134
5	EMPFEHLUNGEN ZUR EINZELHANDELSSTEUERUNG IN DER STADT BRANDENBURG AN DER HAVEL	136
5.1	Ansiedlungsleitlinien	138
6	ZUSAMMENFASSUNG DER UNTERSUCHUNG	140
7	ANHANG	143

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Bausteine des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts	3
Abbildung 2	Lage der Stadt Brandenburg an der Havel im Raum und zentralörtliche Gliederung	6
Abbildung 3	Bevölkerungsentwicklung in Brandenburg an der Havel seit 2000 im Vergleich	10
Abbildung 4	Bevölkerungsentwicklung differenziert nach Stadtteilen zwischen 1999 und 2012	11
Abbildung 5	Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort im Vergleich von 2000 bis 2011 (2000 = 100%)	12
Abbildung 6	Beschäftigtenstruktur im Vergleich	13



Abbildung 7	Pendlerverflechtungen 2010 im engeren wirtschaftlichen Verflechtungsraum der Stadt Brandenburg an der Havel in Prozent	15
Abbildung 8	Verkaufsflächenentwicklung im Einzelhandel 1980 - 2012 (in Mio. qm)	17
Abbildung 9	Entwicklung der Umsatzanteile im Lebensmittel- einzelhandel (in %)	18
Abbildung 10	Einzelhandelsausstattung der Stadt Brandenburg an der Havel nach Angebotsschwerpunkt (in %)	26
Abbildung 11	Einzugsgebiet des Einzelhandels in Brandenburg an der Havel	32
Abbildung 12	Kaufkraftbewegungen in Brandenburg an der Havel im Überblick	37
Abbildung 13	Kaufkraftbewegungen nach Warengruppen (in Mio. EUR)	38
Abbildung 14	Veränderung der Einzelhandelsausstattung der Stadt Brandenburg an der Havel seit 2007*	41
Abbildung 15	Zentrenhierarchie	52
Abbildung 16	Übersicht der zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Brandenburg an der Havel	60
Abbildung 17	Räumliche Festlegung des Hauptzentrums Innenstadt	68
Abbildung 18	Räumliche Festlegung des Nahversorgungszentrums Am Neuendorfer Sand	71
Abbildung 19	Räumliche Festlegung des Nahversorgungszentrums Neuendorfer Straße	76
Abbildung 20	Räumliche Festlegung des potenziellen Nahversorgungszentrums Altstadt	80
Abbildung 21	Räumliche Festlegung des Nahversorgungszentrums Wilhelmsdorfer Straße	85
Abbildung 22	Räumliche Festlegung des Nahversorgungszentrums Ziesarer Landstraße	90
Abbildung 23	Räumliche Festlegung des Nahversorgungszentrums „Einkaufszentrum Görden“	94
Abbildung 24	Räumliche Festlegung des Nahversorgungszentrums Wiener Straße	99
Abbildung 25	Räumliche Festlegung des Nahversorgungszentrums Tschirchdamm	103
Abbildung 26	Räumliche Festlegung des Nahversorgungszentrums Werner-Seelenbinder-Straße	108



Abbildung 27	Räumliche Festlegung des Nahversorgungszentrums Genthiner Straße	113
Abbildung 28	Räumliche Festlegung des Nahversorgungszentrums Wusterwitzer Straße	117
Abbildung 29	Strukturprägende Lebensmittel-SB-Betriebe in der Stadt Brandenburg an der Havel	128

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Einwohner in Brandenburg an der Havel nach Stadtteilen	8
Tabelle 2	Einwohnerentwicklung der Stadt Brandenburg an der Havel 1999 - 2012	9
Tabelle 3	Top Ten des Textileinzelhandels im Jahr 2012	19
Tabelle 4	Einzelhandelsausstattung der Stadt Brandenburg an der Havel nach Angebotsschwerpunkt	26
Tabelle 5	Bereinigte Einzelhandelsausstattung der Stadt Brandenburg an der Havel	29
Tabelle 6	Einzugsbereich des Brandenburger Einzelhandels	31
Tabelle 7	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Warengruppen in der Stadt Brandenburg an der Havel im Jahr 2012	34
Tabelle 8	Zentralitätskennziffern nach Warengruppen in Brandenburg an der Havel im Jahr 2013	35
Tabelle 9	Kaufkraftbewegungen nach Warengruppen	39
Tabelle 10	Umsatzprognose für die Stadt Brandenburg an der Havel bis 2030	45
Tabelle 11	Prognostizierter Verkaufsflächenüberhang in der Stadt Brandenburg an der Havel bis zum Jahr 2030 nach Warengruppen	47
Tabelle 12	Angebotsstruktur eines Nahversorgungszentrums	54
Tabelle 13	Zentrale Versorgungsbereiche – Angebotsstruktur und Verflechtungsbereiche der Lebensmittelmagnetbetriebe	59
Tabelle 14	Einzelhandelssituation im Hauptzentrum Innenstadt	63
Tabelle 15	Komplementärnutzungen im Hauptzentrum Innenstadt	63
Tabelle 16	Nutzungsstruktur im Hauptzentrum Innenstadt	64



Tabelle 17	Einzelhandelssituation im Nahversorgungszentrum Am Neuendorfer Sand	71
Tabelle 18	Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Am Neuendorfer Sand	72
Tabelle 19	Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum Am Neuendorfer Sand	72
Tabelle 20	Prognostische Einzelhandelsausstattung im Nahversorgungszentrum Neuendorfer Straße	75
Tabelle 21	Einzelhandelssituation im Nahversorgungszentrum Neuendorfer Straße	76
Tabelle 22	Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Neuendorfer Straße	77
Tabelle 23	Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum Neuendorfer Straße	77
Tabelle 24	Einzelhandelssituation im Nahversorgungszentrum Altstadt	81
Tabelle 25	Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum Altstadt	82
Tabelle 26	Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Altstadt	82
Tabelle 27	Einzelhandelssituation im Nahversorgungszentrum Wilhelmsdorfer Straße	85
Tabelle 28	Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Wilhelmsdorfer Straße	86
Tabelle 29	Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum Wilhelmsdorfer Straße	86
Tabelle 30	Einzelhandelssituation im Nahversorgungszentrum Ziesarer Landstraße	90
Tabelle 31	Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Ziesarer Landstraße	91
Tabelle 32	Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum Ziesarer Landstraße	91
Tabelle 33	Einzelhandelssituation im Nahversorgungszentrum „Einkaufszentrum Görden“	95
Tabelle 34	Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum „Einkaufszentrum Görden“	95
Tabelle 35	Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum „Einkaufszentrum Görden“	96
Tabelle 36	Einzelhandelssituation im Nahversorgungszentrum Wiener Straße	98
Tabelle 37	Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Wiener Straße	100

Tabelle 38	Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum Wiener Straße	100
Tabelle 39	Einzelhandelssituation im Nahversorgungszentrum Tschirchdamm	104
Tabelle 40	Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Tschirchdamm	104
Tabelle 41	Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum Tschirchdamm	105
Tabelle 42	Einzelhandelssituation im Nahversorgungszentrum Werner-Seelenbinder-Straße	109
Tabelle 43	Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Werner-Seelenbinder-Straße	109
Tabelle 44	Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum Werner-Seelenbinder-Straße	110
Tabelle 45	Einzelhandelssituation im Nahversorgungszentrum Genthiner Straße	114
Tabelle 46	Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Genthiner Straße	114
Tabelle 47	Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum Genthiner Straße	115
Tabelle 48	Einzelhandelssituation im Nahversorgungszentrum Wusterwitzer Straße	117
Tabelle 49	Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Wusterwitzer Straße	118
Tabelle 50	Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum Wusterwitzer Straße	118
Tabelle 51	Brandenburger Liste 2014	123
Tabelle 52	Lebensmittel-SB-Betriebe in der Stadt Brandenburg an der Havel – Beitrag zur Nahversorgung	127

In dem nachfolgenden Text verwenden wir eine geschlechtsneutrale Sprache. Bei der konkreten Ansprache von Personen werden sowohl die weiblichen als auch die männlichen Personen genannt, z. B. „Bewohnerinnen und Bewohner“. Sollte aus Versehen oder aus Gründen der besseren Lesbarkeit an einigen Stellen nur die männliche Form, z. B. „Akteure“ gewählt sein, meinen wir aber immer auch die weiblichen Personen, nämlich die Akteurinnen. Selbstverständlich sind für uns immer Männer und Frauen gleichzeitig, gleichgestellt und chancengleich angesprochen.

Dieses Gutachten unterliegt dem Urheberrecht. Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung des Gutachtens in Teilen oder als Ganzes sind nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt, soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart ist.

1 Bearbeitungsansatz und Rahmenbedingungen

1.1 Bearbeitungsansatz

1.1.1 Ausgangssituation und Ziele

Die kreisfreie Stadt Brandenburg an der Havel liegt im Westen des Bundeslandes Brandenburg. Die rund 71.235 Einwohner zählende Stadt ist landesplanerisch als Oberzentrum eingestuft und steht insbesondere in Wettbewerb zu den benachbarten Oberzentren Berlin und Potsdam sowie der Stadt Magdeburg im angrenzenden Bundesland Sachsen-Anhalt.

Lage und Wettbewerbssituation der Stadt Brandenburg an der Havel

Seit 2007 liegt für die Stadt Brandenburg an der Havel ein durch den Rat der Stadt beschlossenes Einzelhandels- und Zentrenkonzept vor, das durch die GMA Gesellschaft für Absatzforschung mbH¹ (im Folgenden: GMA) erstellt wurde.

Einzelhandelskonzept für die Stadt Brandenburg an der Havel 2007

Aufgrund der intensiven Wettbewerbsentwicklung im Einzelhandel in der Stadt Brandenburg an der Havel (z. B. Ansiedlung der St.-Annen-Galerie) wurde Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH im Jahr 2011 zur Fortschreibung des Konzepts beauftragt. Seit Juli 2011 liegt das fortgeschriebene Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadtverwaltung vor und ist ebenfalls im Internet für Jedermann abrufbar. Aus unterschiedlichen Gründen ist das Konzept jedoch nicht durch den Rat der Stadt Brandenburg an der Havel förmlich als Stadtentwicklungskonzept beschlossen worden.

Fortschreibung des Konzepts im Jahr 2011

Dennoch kann das Konzept aus dem Jahr 2011 als Arbeitsgrund- und -vorlage des nun vorliegenden Konzeptes dienen, sodass sowohl Bezug auf die beschlossenen Inhalte des GMA-Konzepts als auch auf die Darstellungen des Konzepts aus dem Jahr 2011 genommen werden kann. Damit besteht die Möglichkeit eine Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Brandenburg an der Havel seit 2007, über 2011, bis heute nachzuzeichnen.

Schon zwischen den Jahren 2007 und 2011 sind gravierende Veränderungen am Einzelhandelsstandort Brandenburg an der Havel eingetreten. Hierzu zählten insbesondere die Ansiedlungen der St.-Annen-Galerie in der Brandenburger Innenstadt sowie großflächiger Lebensmittel-SB-Betriebe und Fachmärkte an der Potsdamer Straße.

Veränderungen am Einzelhandelsstandort zwischen 2007 und 2011

Insbesondere durch die Marktberaumungsprozesse im Lebensmittel Einzelhandel geprägt, sind auch seit 2011 Einzelhandelsentwicklungen in der Stadt eingetreten oder werden derzeit geplant bzw. durch Investoren intendiert, die die Verwaltung der Stadt Brandenburg an der Havel nun zur Beauftragung der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts veranlassen. Hier sind insbesondere die Ansiedlungen und weiteren Planungen in der Neuen-dorfer Straße und Umstrukturierungen an den Standorten Am

¹ GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung: Einzelhandelskonzept für die Stadt Brandenburg an der Havel, Köln im Juni 2007

Tschirchdamm, Gördenallee, Havelpassage und Upstallstraße zu nennen.

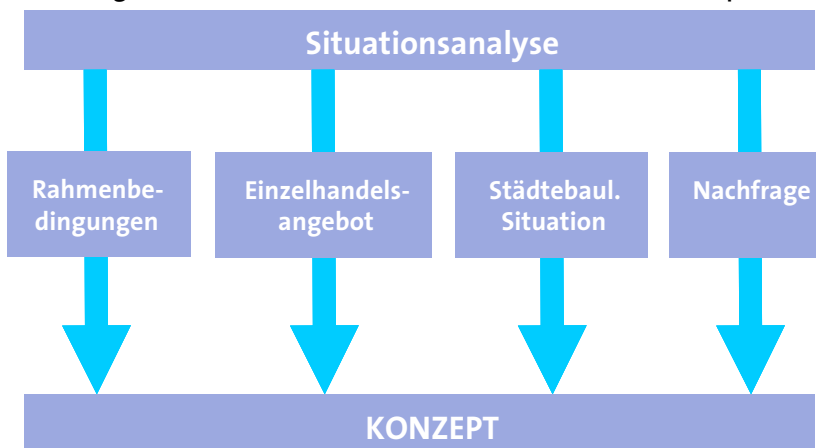
Aus diesem Grund soll eine neue Positionsbestimmung des Einzelhandelsstandorts Brandenburg an der Havel erfolgen, verbunden mit einem Ausblick und konkreten Empfehlungen für die künftige Entwicklung. Dabei werden Bestandsdaten aktualisiert, Umsatz- und Zentralitätsberechnungen angepasst und das Zentren- und Nahversorgungskonzept entsprechend der handelswirtschaftlichen und städtebaulichen Entwicklung fortgeschrieben. Textbausteine dagegen, die der theoretischen Herleitung (z. B. von Arbeitsschritten, Berechnungen oder rechtlichen Rahmenbedingungen) dienen, werden dagegen teilweise unverändert aus dem Konzept des Jahres 2011 übernommen.

In der vorliegenden Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Stadt Brandenburg an der Havel werden daher Daten und Empfehlungen zusammengestellt, die aufbauend auf einer Betrachtung der aktuellen Situation eine Umsetzungsstrategie aufzeigen, die genutzt werden kann, alle zukünftig erforderlichen handelsbezogenen und bauleitplanerischen Entscheidungen treffen zu können. Dabei sind Aussagen über das künftig zu erwartende Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten, die anzustrebende Ausstattung mit Einzelhandelsflächen und sinnvolle Veränderungen bzw. Ergänzungen der Sortimente sowie der Standorte anzustellen. In diesem Rahmen ist insbesondere den aktuellen Vorgaben des Baugesetzbuchs der Landesplanung Berlin-Brandenburg und des Einzelhandelserlasses Brandenburg Rechnung zu tragen. Das Konzept kann damit sowohl der Stadt Brandenburg an der Havel als auch Investoren und Betreibern eine aktuelle Positionsbestimmung des Brandenburger Einzelhandels aufzeigen und gibt insbesondere der Stadt Brandenburg an der Havel Handlungsempfehlungen für eine städtebaulich ausgerichtete Standortpolitik.

Grundlage für zielgerichtete Entscheidungen

Auf der Grundlage der Erhebung und der Bewertung der aktuellen einzelhandelsrelevanten Angebots- und Nachfragesituation wurden alle für die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung notwendigen planungsrechtlichen Voraussetzungen erarbeitet. Dabei finden die zukünftigen ökonomischen Rahmenbedingungen der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung ebenso Berücksichtigung wie die städtebauliche Situation in Brandenburg an der Havel und die übergeordneten rechtlichen Vorgaben.

Abbildung 1 Bausteine des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts



Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

1.1.2 Methodische Vorgehensweise

Im August 2013 wurde der gesamte Ladeneinzelhandel der Stadt Brandenburg an der Havel durch Vor-Ort-Begehungen erfasst, da die aktuelle Bestandsstruktur eine wesentliche Entscheidungsgrundlage für die Konzeption der Zentrenstruktur und die Zentrenabgrenzungen darstellt.

Einzelhandelsbestandserhebung

Von allen Einzelhandelsbetrieben wurden Name, Adresse, Standort und Verkaufsfläche erhoben. Die Verkaufsfläche wurde mit elektronischen Messgeräten erfasst, wobei eine detaillierte Aufgliederung nach neun Branchengruppen und 37 Sortimentsgruppen erfolgte. Die fortschreibungsfähige Datei wird der Stadt Brandenburg an der Havel übergeben. Da sich im Zuge der Einzelhandelserfassung für das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Brandenburg an der Havel im Jahr 2011 Abweichungen zu einer landesweiten Einzelhandelsbestandserhebung² ergeben hatten, wurden die Ergebnisse der nun vorgenommenen Bestandsaktualisierung bereits während der Bearbeitung mit den verantwortlichen Mitarbeitern der Gemeinsamen Landesplanung Berlin-Brandenburg abgestimmt, um eine Akzeptanz des Datenbestands zu gewährleisten.

Unter zusätzlicher Verwendung sekundärstatistischer Materialien, z. B. Flächenproduktivitäten nach Branchen, erfolgte im Anschluss unter Berücksichtigung der betriebs- und standortbezogenen Attraktivität sowie der Befragungsergebnisse aus dem Jahr 2011³ die Berechnung der Umsätze für das Jahr 2013.

Berechnung der Umsätze für das Jahr 2013

² Einzelhandelserfassung Brandenburg 2010/2011, Auftragnehmer: Stadt + Handel Dipl.-Ing.e Beckmann und Föhrer GbR

³ Für die Erstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts der Stadt Brandenburg an der Havel im Jahr 2011 wurde eine Händlerbefragung durchgeführt, die Rückschlüsse auf die Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit des örtlichen Einzelhandels ermöglicht.

Bei der textlichen, tabellarischen und kartografischen Darstellung des Einzelhandelsbestands werden im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts die einzelnen Sortimente in neun Gruppen zusammengefasst, sodass sich der gesamte Bestand in folgende Branchen untergliedert:

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, Zoobedarf
- Bücher, Schreibwaren, Büro
- Bekleidung, Schuhe, Schmuck
- Sport, Freizeit, Spiel
- Elektrowaren
- Möbel, Einrichtung
- Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör

Da neben den Betrieben des Einzelhandels und Ladenhandwerks auch publikumsorientierte Dienstleistungen, kulturelle Einrichtungen und eine Reihe weiterer Nutzungen die Attraktivität eines Standorts und dessen Zentralität wesentlich mitbestimmen sowie bei der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche von Bedeutung sind, wurden auch diese im Rahmen der Bestandsaufnahme innerhalb der wesentlichen siedlungsstrukturell integrierten Einzelhandelslagen aufgenommen, jedoch nicht weitergehend analysiert und damit ausschließlich im Hinblick auf die Erfüllung ihrer Komplementärfunktionen zum Einzelhandel bewertet. Ebenfalls aufgenommen wurden die leerstehenden Ladenlokale in den Erdgeschossen der wesentlichen integrierten Einzelhandelslagen.

Publikumsorientierte Dienstleistungen zeichnen sich dadurch aus, dass ihre Existenz von einer hohen Besucherfrequenz einer breiten Zielgruppe abhängig ist. Sie belegen häufig Standorte in Zentren, um von der durch die umliegenden Nutzungen erzeugten Passantenfrequenz zu profitieren, ermöglichen umgekehrt aber auch den umgebenden Nutzungen, an der durch sie erzeugten Frequenz zu partizipieren. Damit kommt auch publikumsorientierten Dienstleistungen eine zentrenprägende Funktion zu. Insbesondere gastronomische und öffentliche Einrichtungen verstärken die Belebung eines Zentrums und tragen dazu bei, sogenannte Synergieeffekte auszulösen.

Neben den auf die Frequenz eines Geschäftsquartiers eher kontraproduktiv wirkenden Leerständen wurden daher folgende Nutzungen (ohne Flächenangaben) in der Innenstadt und in ihrem unmittelbaren Umfeld erhoben:

- Restaurants, Cafés, Eisdielen, Gaststätten etc.
- Arzt- und Anwaltspraxen sowie Notare
- Bank- bzw. Sparkassenfilialen
- Massagepraxen und Physiotherapeuten
- Chemische Reinigungen, Waschsalons

Gruppierung der Sortimente

*Komplementärnutzungen
und Leerstände*

*publikumsorientierte
Dienstleistungen*

- Friseure
- Lotto/Toto, Copy-Shops
- CD-/Video-Verleih
- Reisebüros
- Saunas und Bräunungsstudios
- Schuh- und Schlüsselservices
- Versicherungs- und Maklerbüros
- Kinos, Theater, Galerien und sonstige kulturelle Einrichtungen
- Internetcafés
- Postdienstleistungen

Für diese Komplementärnutzungen wurden Name, Adresse und Standort vermerkt, wobei eine Zuordnung zu folgenden vier Obergruppen erfolgte:

Obergruppen der Komplementärnutzungen

- Gastronomie und Hotellerie
- Dienstleistungen
- Kultur und Freizeit
- Bildung und Gesundheit

Im Rahmen der Vor-Ort-Recherchen wurden auch in den ausgewählten Räumen die Vergnügungsstätten aufgenommen. Diese sind in der BauNVO nicht vom Ordnungsgeber definiert, können jedoch als gewerbliche Nutzungsarten verstanden werden, „die sich in unterschiedlicher Ausprägung (wie Amüsierbetriebe, Diskotheken, Spielhallen) unter Ansprache (oder Ausnutzung) des Sexual-, Spiel und/oder Geselligkeitsbetriebs einer bestimmten gewinnbringenden Freizeit-Unterhaltung widmen“⁴.

Vergnügungsstätten

1.2 Untersuchungsrelevante Rahmenbedingungen am Standort Brandenburg an der Havel

1.2.1 Lage im Raum und landesplanerische Einstufung

Die kreisfreie Stadt Brandenburg an der Havel befindet sich im Westen des Bundeslandes Brandenburg. Sie ist gemessen an der Fläche die größte Stadt und gemessen an der Einwohnerzahl die drittgrößte Stadt des Bundeslandes. Brandenburg an der Havel wird fast komplett vom brandenburgischen Landkreis Potsdam-Mittelmark umschlossen und grenzt nur im äußersten Nordwesten an den Landkreis Havelland. In der landesplanerischen Hierarchie wird Brandenburg an der Havel als eines von vier Oberzentren in Brandenburg eingestuft.

Lage und Wettbewerbssituation

Die Stadt befindet sich gem. Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg (LEP B-B) im weiteren Metropolraum außerhalb des Berliner Umlandes. Durch ihre Funktion als Oberzentrum übernimmt die Stadt Brandenburg an der Havel eine Versorgungsaufga-

oberzentrale Versorgungsfunktion

⁴ Quelle: Fickert/Fieseler, Baunutzungsverordnung-Kommentar, 11. Auflage 2008

be für einen über das Stadtgebiet hinausreichenden Verflechtungsbereich, welcher Teile der Landkreise Potsdam-Mittelmark und Havelland sowie Grenzregionen Sachsen-Anhalts umfasst. Der Einkaufsstandort Brandenburg an der Havel steht in Wettbewerb mit den Oberzentren Potsdam, Berlin und Magdeburg sowie den nächstgelegenen Mittelzentren Rathenow (im Norden), Nauen (im Nordosten) und Belzig (im Süden).

Abbildung 2 Lage der Stadt Brandenburg an der Havel im Raum und zentralörtliche Gliederung



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013, nach Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg 2009 und Landesentwicklungsplan für das Land Sachsen Anhalt 2010.

Neben der Wettbewerbssituation wird die Entwicklung des Einzelhandels in Brandenburg an der Havel u. a. durch die Verkehrsanbindung beeinflusst.

Die nächstgelegene Verbindung zu einer Autobahn besteht zur Bundesautobahn A 2 in etwa 10 km Entfernung vom Stadtzentrum über die gleichnamige Anschlussstelle Brandenburg. Die A 2 ist in östlicher Richtung an die Bundesautobahn A 10, den sog. Berliner Ring, angebunden. In westlicher Richtung führt sie über Magdeburg bis nach Hannover. Von regionaler Verkehrsfunktion sind zudem die Bundesstraßen 1 (Ost-West-Verbindung) und 102 (Nord-Süd-Verbindung), an deren Schnittpunkt Brandenburg an der Havel liegt.

regionale PKW-Anbindung

Über den Regionalexpress 1 des Verkehrsverbunds Berlin-Brandenburg besitzt Brandenburg an der Havel einen direkten Anschluss an die Schienenverbindung zwischen Magdeburg, Potsdam, Berlin, Frankfurt an der Oder und Eisenhüttenstadt. Die RB 51 verbindet einmal pro Stunde den Brandenburger Hauptbahnhof mit Rathenow. Zudem wird der Bahnhof Brandenburg an der Havel einmal täglich vom Intercity 56 der Deutschen Bahn zwischen Magdeburg und Cottbus angefahren.

regionale Schienenverkehrs-anbindung

Der innerstädtische Betrieb des ÖPNV wird durch die Verkehrsbetriebe Brandenburg an der Havel übernommen. Zurzeit werden vier Straßenbahnlinien angeboten:

- Linie 1: Zwischen der Anton-Saefkow-Allee im Nordosten der Stadt durch die Innenstadt zum Hauptbahnhof
- Linie 2: Von der Quenzbrücke im Westen der Stadt durch die Innenstadt zum Hauptbahnhof
- Linie 12: Zwischen Anton-Saefkow-Allee und Quenzbrücke (ersetzt sonn- und feiertags die Linien 1 und 2)
- Linie 6: Von Hohenstücken-Nord durch die Innenstadt zum Hauptbahnhof

Zudem werden neun Omnibuslinien betrieben und drei Nachtbusse, die besonders in den von der Straßenbahn nicht befahrenen Stadtgebieten für eine flächendeckende Mobilität der Bevölkerung mittels des ÖPNV in Brandenburg an der Havel sorgen.

Die Anbindung an die Wasserstraßen übernimmt für die Stadt Brandenburg an der Havel außerdem eine wichtige Transportfunktion. Die Stadt liegt unmittelbar am Hauptschiffahrtweg Untere-Havel-Wasserstraße und ist darüber direkt in das innerdeutsche Kanalsystem angebunden, welches eine Verbindung zu Rhein, Weser, Elbe und Oder ermöglicht. Die Güterverschiffung erfolgt über den öffentlichen Stadthafen der Stadt Brandenburg an der Havel, der auf einem Areal von 36.000 m² sechs Liegeplätze für Gütermotorschiffe vorhält.

*öffentlicher Personennahverkehr in
Brandenburg an der Havel*

Wasserstraßen

1.2.2 Perspektiven der Bevölkerungs- und Siedlungsentwicklung

Für die aktuelle Einzelhandelssituation, aber auch die Entwicklungspotenziale des Einzelhandels in Brandenburg an der Havel, sind auch die Bevölkerungsverteilung und die Bevölkerungsstruktur wichtig.

Die Stadt Brandenburg an der Havel weist zum 31. Dezember 2012 eine Einwohnerzahl von ca. 71.149 Einwohnern auf, die sich nach der statistischen Stadtteilgliederung auf die acht Stadtteile Dom, Altstadt, Neustadt, Görden, Hohenstücken, Nord, Kirchmöser und Plaue verteilen.

*Einwohnerzahl und
Stadtgliederung*

Tabelle 1 Einwohner in Brandenburg an der Havel nach Stadtteilen*Einwohner nach Stadtteilen*

Stadtteil	Einwohner
Dom	3.394
Altstadt	13.198
Neustadt	20.303
Görden	9.905
Hohenstücken	8.211
Nord	9.662
Kirchmöser	3.965
Plaue	2.597
Gesamtstadt	71.235

Quelle: Daten: Stadt Brandenburg an der Havel, Stand 31.12.2012,
Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013

Anm: Die Einwohnerzahlen in den Tabellen 1 und 2 (Einwohnerentwicklung und Einwohner nach Stadtteilen) weichen in der Summe leicht von der tatsächlichen Zahl der zum 31.12.2012 in der Stadt Brandenburg an der Havel lebenden Bevölkerung ab. Zur Berechnung des Nachfragepotenzials wurde eine Einwohnerzahl von 71.149 berücksichtigt.

Die Aufteilung der Bevölkerung auf die Stadtteile zeigt eine deutliche Konzentration auf die zentral gelegenen Stadtteile Neustadt, Altstadt und Görden sowie Nord. Besonders die flächenmäßig ausgedehnten Stadtteile Plaue und Kirchmöser weisen eine deutlich geringere Bevölkerungsdichte auf.

Seit der gesamtdeutschen Wiedervereinigung im Jahr 1990 hat die Stadt Brandenburg an der Havel einen Bevölkerungsrückgang um ca. 19.000 Einwohner zu verzeichnen. Damit betrug der Bevölkerungsrückgang in diesem Zeitraum etwa 20 %. In den letzten zwölf Jahren ist eine geringere Dynamik des Bevölkerungsrückgangs zu verzeichnen. Von 77.516 Einwohnern im Jahr 2000 sank die Bevölkerungszahl auf 71.235 Einwohner Ende 2012. Das entspricht einem Verlust von ca. 9 %. Bezüglich der einzelnen Komponenten des Bevölkerungsrückganges ist anzumerken, dass seit 2008 der negative Saldo der natürlichen Bevölkerungsentwicklung den negativen Wanderungssaldo übersteigt. Diese Entwicklung der rückläufigen Wanderungsverluste und der zunehmenden Anzahl der natürlich bedingten Verluste wird im Rahmen des Stadtumbaukonzeptes auch für die Zukunft angenommen.⁵

*Einwohnerentwicklung
1990 bis 2012*

⁵ Stadt Brandenburg an der Havel & Ernst Basler + Partner GmbH (2006):
Masterplan Stadt Brandenburg an der Havel

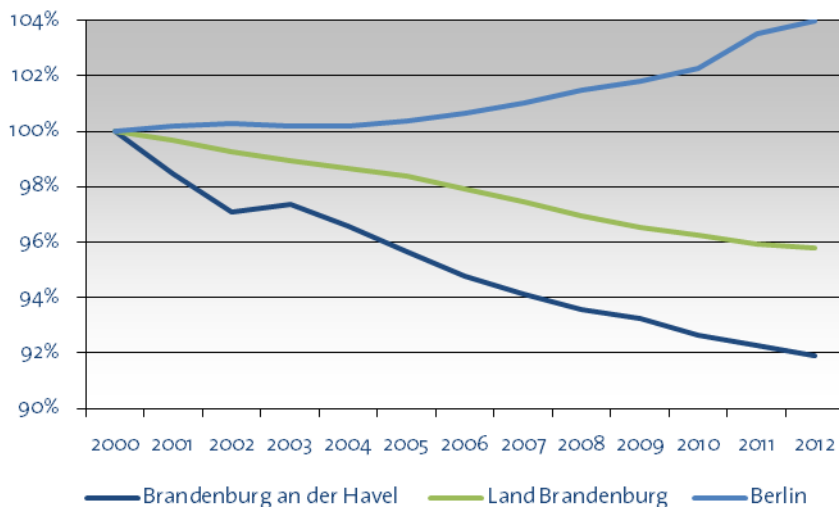
Tabelle 2 **Einwohnerentwicklung der Stadt Brandenburg an der Havel
1999 - 2012**

Jahr	Einwohner	
	absolut	1999=100
2000	77.516	100,0 %
2001	76.351	98,5 %
2002	75.276	97,1 %
2003	75.485	97,3 %
2004	74.875	96,5 %
2005	74.129	95,6 %
2006	73.475	94,7 %
2007	72.954	94,1 %
2008	72.516	93,5 %
2009	72.264	93,2 %
2010	71.778	92,6 %
2011	71.534	92,3 %
2012	71.235	91,9 %

Quelle: Daten: Stadt Brandenburg an der Havel, Darstellung:
Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013

Der Vergleich mit dem Land Brandenburg belegt eine überdurchschnittlich rückläufige Bevölkerungsentwicklung; zwischen den Jahren 2000 und 2010 lag dort der Bevölkerungsrückgang bei ca. 4 %. Die Metropole Berlin kann dagegen einen stetigen Zuwachs der Bevölkerung verzeichnen (seit dem Jahr 2000 um ca. 2 %).

Abbildung 3 Bevölkerungsentwicklung in Brandenburg an der Havel seit 2000 im Vergleich



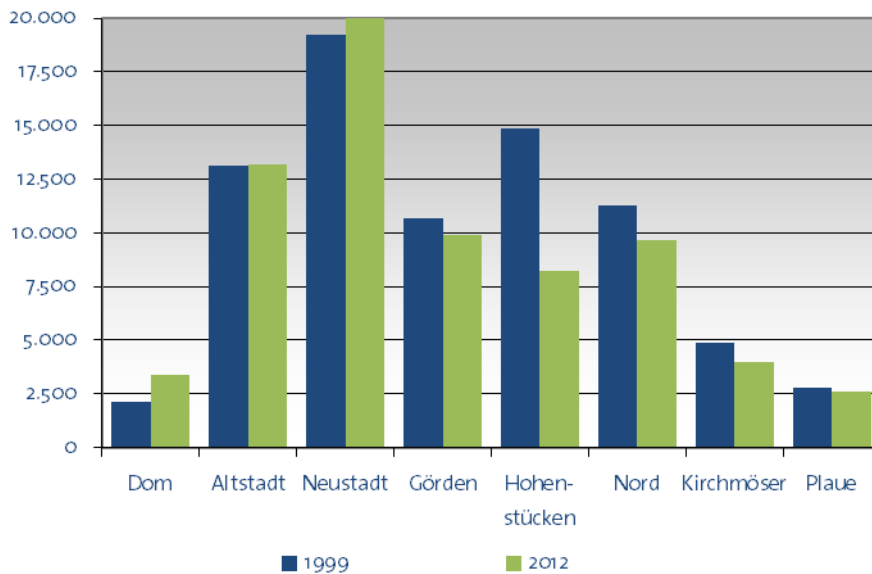
*Anm.: Land Brandenburg und Berlin: Stand: Juni 2012

Quelle: Daten: Stadt Brandenburg an der Havel und Statistik Berlin-Brandenburg, Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013

Differenziert nach Stadtteilen ist Hohenstücken als „Schrumpfkern“ zu bezeichnen. Innerhalb der letzten zwölf Jahre war in diesem Stadtteil ein Bevölkerungsrückgang von ca. 48 % zu verzeichnen. Ebenfalls ein starker Rückgang der Bevölkerungszahl ist für die Stadtteile Kirchmöser (ca. 19 %) und Nord (ca. 14 %) zu konstatieren. Einem Rückgang von rund 7 % in Plaue und Görden steht eine nahezu stagnierende Bevölkerungsentwicklung im südöstlich angrenzenden Stadtteil von Görden, der Altstadt, gegenüber. Der bevölkerungsreichste Stadtteil Neustadt hingegen verzeichnete im Betrachtungszeitraum ein Bevölkerungswachstum von ca. 6 %. Die ansteigende Bevölkerungszahl für den Stadtteil Dom von ca. 60 % resultiert überwiegend aus der Eingliederung der ehemals selbstständigen Gemeinden Wust und Gollwitz.

Einwohnerentwicklung in den Stadtteilen

Abbildung 4 Bevölkerungsentwicklung differenziert nach Stadtteilen zwischen 1999 und 2012



Quelle: Daten: Stadt Brandenburg an der Havel und Statistik Berlin-Brandenburg, Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013

Um Aussagen zu der zukünftigen Bevölkerungsentwicklung der Stadt Brandenburg an der Havel treffen zu können, kann auf die im Oktober 2012 aktualisierte Bevölkerungs- und Wohnungsmarktprognose der Stadt Brandenburg an der Havel zurückgegriffen werden⁶. Differenziert nach dem Leitbild- und dem Stagnationsszenario wird für das Jahr 2030 eine Bevölkerungszahl zwischen 58.500 und 62.000 Einwohnern prognostiziert. Gegenüber der heutigen Einwohnerzahl von ca. 71.149 Einwohnern würde dieses einen Bevölkerungsrückgang zwischen ca. 12,9 % und ca. 18,5 % bedeuten. Die im Rahmen dieser Untersuchung anzusetzende Kaufkraft- und Umsatzprognose des Einzelhandels für das Jahr 2030 berücksichtigt beide Szenarien der Bevölkerungsentwicklung.

Bevölkerungsprognose

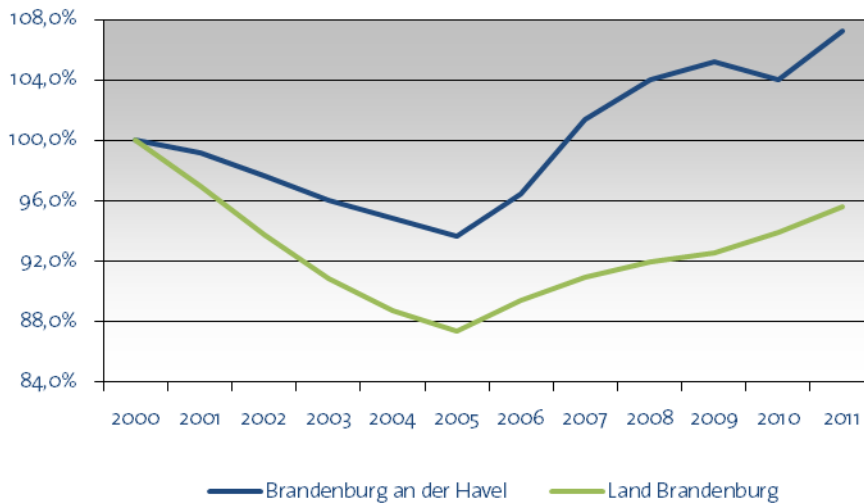
1.2.3 Wirtschaftsstruktur und Arbeitsplätze

Als historisch gewachsener Wirtschaftsstandort besaß die Stadt Brandenburg an der Havel lange Zeit traditionelle Stärken in der Industrie. Die Stahlerzeugung, die Fahrrad- und Spielzeugproduktion sowie der Eisenbahnstandort Kirchmöser prägten die Wirtschaft in besonderem Maße. Der wirtschaftliche Strukturwandel Anfang der 1990er Jahre bedeutete für die städtische Wirtschaft eine große Herausforderung. Die Stadt Brandenburg an der Havel musste die Entwicklung von einer Industriestadt zu einem modernen Dienstleistungs- und Technologiestandort vollziehen.

Bedeutung von Gewerbe und Industrie

⁶ Quelle: Masterplan Brandenburg an der Havel – Fortschreibung 2011

Abbildung 5 Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort im Vergleich von 2000 bis 2011 (2000 = 100%)



Quelle: Daten: Stadt Brandenburg an der Havel und Amt für Statistik Berlin Brandenburg, Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013

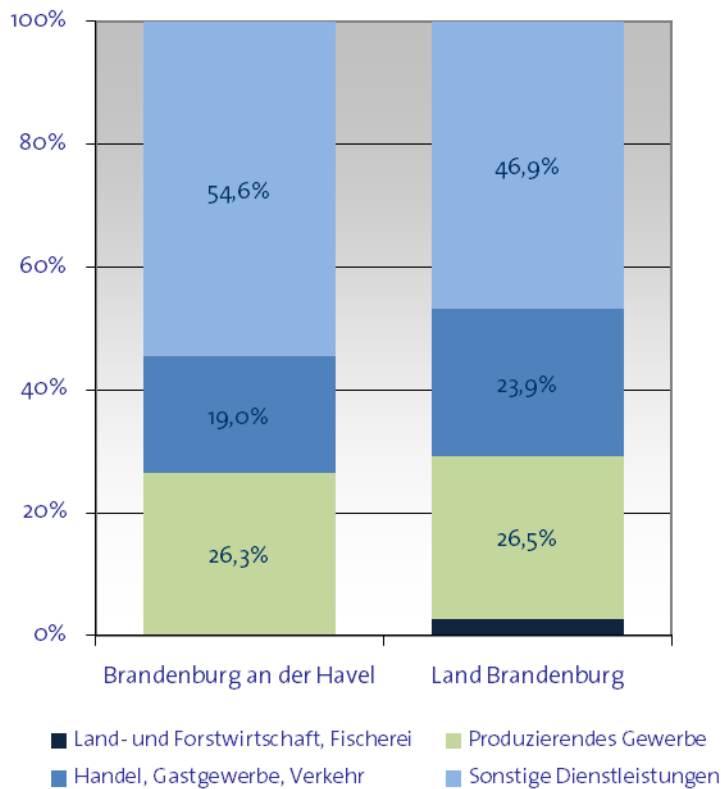
Im Jahr 2011 wurden in Brandenburg an der Havel 27.226 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte registriert. Das ist trotz der abnehmenden Bevölkerungszahl der höchste Wert im Betrachtungszeitraum und bedeutet einen Anstieg von ca. 7,2 % seit dem Jahr 2000. Im Bundesland Brandenburg wurden im selben Jahr 765.076 Beschäftigte ermittelt. Im Vergleich der Entwicklung der Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten seit dem Jahr 2000 zeigt sich ein ähnlicher Verlauf: Zwischen 2000 und 2005 ist die Zahl in beiden Betrachtungsräumen gesunken. Seit 2005 wuchs die Zahl der Beschäftigten dann wieder, wobei die Kurve in der Stadt Brandenburg an der Havel gegenüber der des Landes Brandenburg überproportional angestiegen ist.

Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Vergleich

Betrachtet man die Aufteilung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten auf die Wirtschaftsbereiche, so wird erkennbar, dass der Wandel vom Industriestandort weitgehend vollzogen wurde. Ende des Jahres 2011 waren ca. 54,6 % der insgesamt 27.226 in Brandenburg an der Havel sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Bereich der sonstigen Dienstleistungen tätig. Dies bedeutet gegenüber dem Landesdurchschnitt ein Plus von ca. 7,7 %.

Beschäftigte nach Wirtschaftsbereichen

Abbildung 6 Beschäftigtenstruktur im Vergleich



Quelle: Daten: Stadt Brandenburg an der Havel und Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, in % der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, Stand: 30.09.2011
Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013

Trotz des gegenüber dem Landesdurchschnitt leicht unterdurchschnittlichen Anteils stellt der Bereich Handel, Gastgewerbe und Verkehr einen wichtigen Wirtschaftszweig in Brandenburg an der Havel dar. Das touristische Potenzial der Stadt generiert sich vor allem aus der mittelalterlichen Stadtstruktur und der aus dieser Zeit stammenden Befestigungsanlage (Plauer Turm, Rathenower Turm, Mühlentorturm, Steintorturm, Stadtmauer) sowie dem altstädtischen Rathaus mit dem Brandenburger Roland. Zudem finden sich in der Stadt historische Sakralbauten, deren Bedeutung teilweise über die Region hinaus ausstrahlt. Hier sind vor allem der Dom St. Peter und Paul sowie die St. Gotthardtkirche und die St. Nicolaikirche zu nennen. Neben diesen die historische Entwicklung der Stadt dokumentierenden Sehenswürdigkeiten profitiert der Fremdenverkehr nicht zuletzt auch von der topografischen Lage der Stadt in einer ausgeprägten Seen- und Wasserstraßen-/Kanallandschaft.

touristische Bedeutung der Stadt Brandenburg an der Havel

2011 wurde das Übernachtungsangebot in Brandenburg an der Havel von 21 Beherbergungsstätten inklusive 14 Hotels geprägt, die über 1100 Gästebetten verfügten. Bezüglich der Gästeankünfte und der Übernachtungszahlen ist nach dem Aufschwung von 2005 seit 2009 nur ein geringer Anstieg zu verzeichnen. Die Zahl der Ankünfte

Übernachtungsangebote

stieg von 56.714 auf 59.102 (+ ca. 4,1 %) und die der Übernachtungen von 139.281 auf 151.844 (+ ca. 8,3 %). Die Aufenthaltsdauer bleibt mit 2,6 Tagen im Durchschnitt beständig.

Seit 2011 existieren sechs Campingplätze, zuvor waren es seit 1998 fünf Campingplätze. Die Camping-Gäste verbleiben durchschnittlich 3,8 Tage in der Stadt Brandenburg an der Havel.⁷

Für die Einschätzung der Wertschöpfung durch die Übernachtungsgäste ist nach einer durch das Ministerium für Wirtschaft und Technologie geförderten Untersuchung in Deutschland eine durchschnittliche Tagesausgabe von 109,5 Euro anzusetzen.⁸ Das bedeutet für die Übernachtungen im Stadtgebiet eine Gesamteinnahme von ca. 16,6 Mio. EUR p. a. Der auf den Einzelhandel entfallende Anteil der durchschnittlichen touristischen Tagesausgaben liegt im Mittel bei 18 Euro. Für das Jahr 2011 kann der Anteil des Einzelhandels an der gesamt touristischen Wertschöpfung somit mit rund ca. 2,7 Mio. Euro angesetzt werden.

Wertschöpfung durch den Tourismus

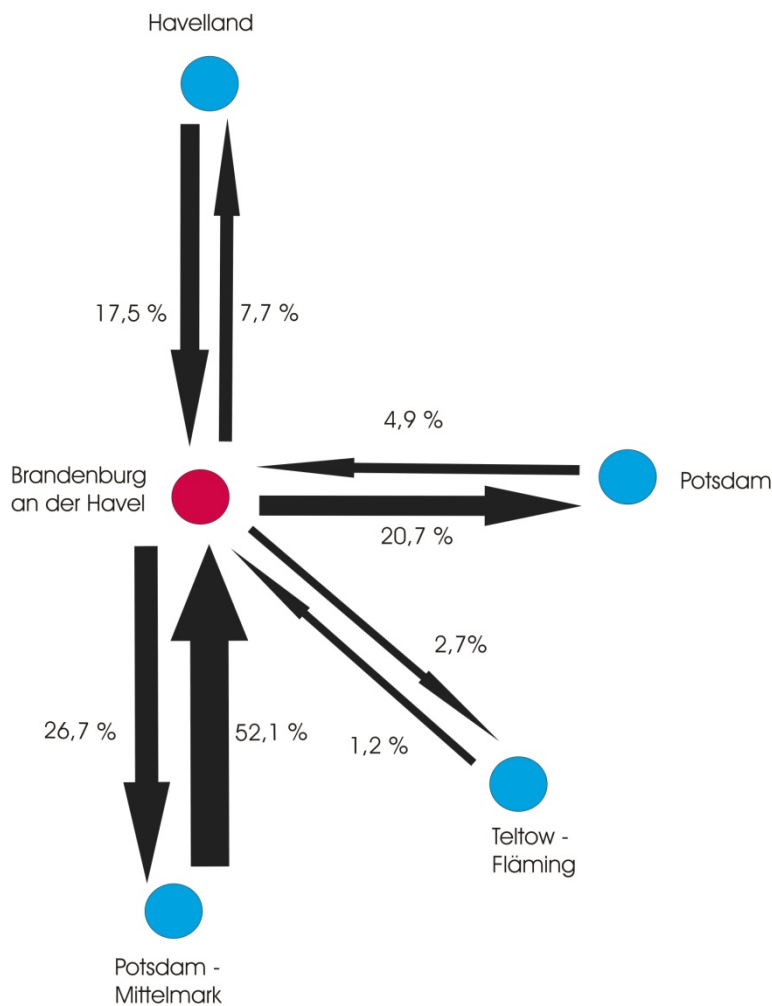
Mit der ansteigenden Beschäftigung in Brandenburg an der Havel steigt auch die Zahl der Einpendler und der Auspendler. Im Jahr 2010 wurden 10.747 Einpendler und 8.608 Auspendler gezählt. Das bedeutet ein positives Pendlersaldo von 2.139 Beschäftigten. Der Anteil der Einpendler an der gesamten Beschäftigtenzahl liegt mit 29,2 % deutlich unterhalb des Wertes aus dem Vorjahr.

Pendlerbewegungen in Brandenburg an der Havel

⁷ Quelle: Statistikstelle Brandenburg an der Havel: Statistischer Jahresbericht

⁸ Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2010: Deutschlandweite Gesamtjahresergebnisse 2009/2010

Abbildung 7 Pendlerverflechtungen 2010 im engeren wirtschaftlichen Verflechtungsraum der Stadt Brandenburg an der Havel in Prozent



Quelle: Daten: Stadt Brandenburg an der Havel;
Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013

Insgesamt bewegen sich ca. 81 % der Einpendler und 73 % der Auspendler zwischen der Stadt Brandenburg an der Havel und den direkt angrenzenden Kreisen Havelland, Teltow-Fläming und Potsdam-Mittelmark sowie der kreisfreien Stadt Potsdam. Innerhalb dieses Verflechtungsraumes kommt dem Landkreis Potsdam-Mittelmark sowohl als Quell- als auch als Zielregion der Pendlerströme eine besondere Bedeutung zu. Etwa 52,1 % aller Einpendler nach Brandenburg an der Havel aus diesem Verflechtungsraum kommen aus Potsdam-Mittelmark und ca. 26,7 % der Auspendler arbeiten in diesem Landkreis. Die Stadt Potsdam ist dagegen vor allem Ziel von Pendlerströmen aus Brandenburg an der Havel (20,7 %), während aus dem Landkreis Havelland vornehmlich Beschäftigte generiert werden (17,5 %). Der Landkreis Teltow-Fläming spielt nur eine untergeordnete Rolle in Bezug auf die für Branden-

Pendlerbewegungen im engeren Verflechtungsraum

burg an der Havel relevanten Pendlerbewegungen innerhalb des definierten Raums.⁹

Pendlerbewegungen sind deshalb für den Einzelhandel von so hohem Interesse, weil viele Beschäftigte ihren Einkauf (auch) am Arbeitsort tätigen oder die Fahrten zum Arbeitsort mit dem Einkauf verknüpfen.

1.3 Allgemeine Entwicklungstendenzen im Einzelhandel

Die Entwicklung des Einzelhandels und der Stadtstrukturen beeinflussen einander. Einzelhandel bewirkt in integrierten Lagen oftmals Baudichte, Passantenfrequenz sowie Nutzungsmischung und ist eine wichtige Voraussetzung für Urbanität und eine „vitale Stadt“. Umgekehrt verbessern attraktive städtebauliche Rahmenbedingungen die Anziehungskraft von Einzelhandelslagen. Mit der zunehmenden Ansiedlung von Einzelhandel an peripheren Standorten hat sich diese „stadtbildende“ Funktion des Einzelhandels in der Vergangenheit deutlich reduziert. Daher bedarf es heute der gezielten Steuerung des Einzelhandels im Rahmen einer nachhaltigen Stadtentwicklungspolitik, um die stadtbildende Funktion des Einzelhandels aufrecht zu erhalten. Die Zentren sind dabei auf Einzelhandelsnutzungen angewiesen, um Frequenzen zu sichern.

Beeinflusst wird die Entwicklung des Einzelhandels von Veränderungen in Angebot und Nachfrage. Es ist davon auszugehen, dass sich einige der nachfolgend skizzierten Entwicklungstendenzen unabhängig von öffentlichen Eingriffen fortsetzen, andere jedoch sind durch gezielte Stadtentwicklungspolitik beeinflussbar.

Angebot und Nachfrage

Eine Reihe handelsendogener Faktoren wird auch in Zukunft die Einzelhandelsentwicklung in der Gemeinde Brandenburg an der Havel beeinflussen.

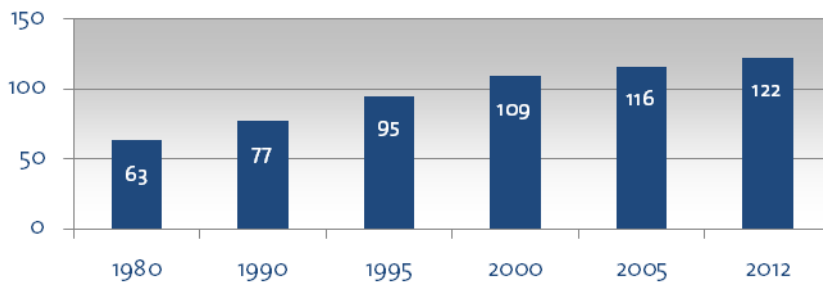
Seit 1970 hat sich die Verkaufsfläche des Ladenhandels in Deutschland auf aktuell ca. 122 Mio. qm nahezu verdoppelt.¹⁰ Allerdings ist in den letzten Jahren eine nachlassende Dynamik zu erkennen.

Verkaufsflächenwachstum und steigende Betriebsgrößen

⁹ Quelle: Stadt Brandenburg an der Havel, Wirtschaft & Arbeitsmarkt 2011

¹⁰ vgl. EHI Handel aktuell 2009/2011 S. 174, HDE 2013

Abbildung 8 Verkaufsflächenentwicklung im Einzelhandel 1980 - 2012
(in Mio. qm)



Quelle: Datengrundlage HDE 2013, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012

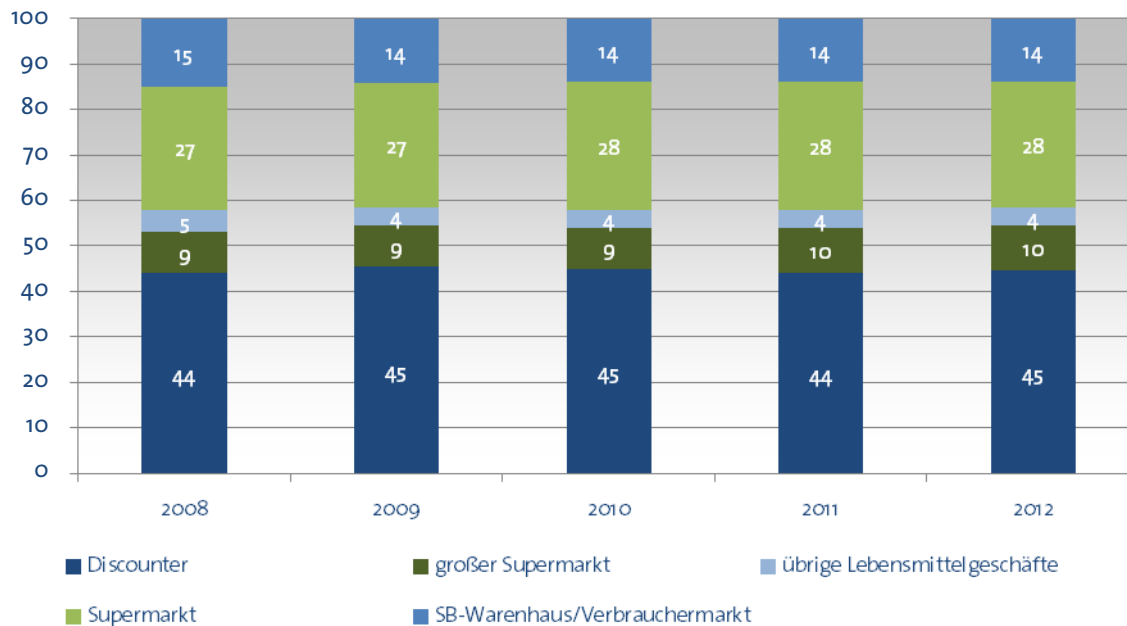
Das starke Verkaufsflächenwachstum führt bei einem begrenzten Marktvolumen zu einem Rückgang der Verkaufsflächenproduktivität. Die Folgen sind steigender Wettbewerb um Marktanteile, aber auch die Tendenz zur stärkeren Reduzierung der Betriebskosten (Lieferantenkonditionen, Personalkosten). Hieraus resultieren oftmals Reduzierungen von Serviceleistungen sowie die weitere Verdrängung kleinerer Betriebseinheiten, die aufgrund ungünstiger Einkaufskonditionen im Preiskampf nicht mehr mithalten können.

Verkaufsflächenproduktivität

Ein Wandel der Betriebsformen und -konzepte führt zu steigendem Wettbewerbsdruck v. a. bei inhabergeführten Geschäften. Im deutschen Lebensmitteleinzelhandel nehmen die Discounter eine nach wie vor dominierende Marktposition ein. Wie folgender Abbildung zu entnehmen ist, waren sie im Jahr 2011 für ca. 44,3 % des gesamten Umsatzes im Lebensmitteleinzelhandel verantwortlich. Durch die Supermärkte (1.800 qm bis 2.500 qm Verkaufsfläche) wird ein Anteil von 28,1 % bzw. durch die großen Supermärkte (2.500 qm bis 5.00 qm Verkaufsfläche) von 9,5 % erzielt.

Discount-Orientierung

Abbildung 9 Entwicklung der Umsatzanteile im Lebensmittel-einzelhandel (in %)



Quelle: EHI Retail Institute, Handelsdaten 2013, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013

Auch in anderen Branchen, z. B. Drogerie, Textilien, Schuhe oder Sportartikel verläuft die Entwicklung zugunsten von Fachmärkten und zulasten kleiner und mittelständischer Fachgeschäfte. Auf dem deutschen Elektronikmarkt werben die Filialketten Media Markt, Saturn und Pro-Markt massiv mit Niedrigpreisen und erwirtschaften mittlerweile einen Umsatzanteil von fast 40 % am Gesamtmarkt.¹¹

Im angespannten Wettbewerb um Umsatzanteile haben Preisnachlässe und Unternehmensübernahmen zu immer stärkeren Konzentrationsprozessen und einem immer höheren Filialisierungsgrad im Einzelhandel geführt.

Konzentration und Filialisierung

Die Vertriebsstrukturen im Einzelhandel verändern sich mit deutlichen Auswirkungen auf die bestehende Einzelhandelslandschaft und deren Entwicklung. Neue Standorte (Tankstellen, Bahnhöfe, Flughäfen) verschärfen den Wettbewerb des stationären Einzelhandels. Hersteller versuchen, die Bedeutung der Händler zu mindern und realisieren Shops in Eigenregie.

Veränderungen der Vertriebsstrukturen

Mit E-Commerce erobern virtuelle Einkaufsplätze die Gunst der Kunden. So stieg der Umsatz des Onlinehandels von ca. 1,0 Mrd. EUR im Jahre 2000 auf ca. 27,6 Mrd. EUR im Jahr 2012 und machte somit ca. 6,5 % des Gesamtumsatzes im deutschen Einzelhandel aus. Anfänglich waren es hauptsächlich Bücher und Unterhaltungselektronik/IT, die über E-Commerce nachgefragt wurden. Die größte Warengruppe im Onlinehandel bildet inzwischen jedoch Bekleidung

E-Commerce

¹¹ KPMG 2012: Trends im Handel 2020, S. 59

mit einem Umsatz von etwa 6,0 Mrd. EUR, gefolgt von Unterhaltungselektronik/Elektronikartikeln (ca. 3,5 Mrd. EUR) sowie Computern und Zubehör (ca. 2,1 Mrd. EUR).¹² Für die kommenden Jahre wird mit weiteren Zuwachsraten im Onlinehandel gerechnet.

Tabelle 3 Top Ten des Textileinzelhandels im Jahr 2012

Unternehmen	Textilumsatz 2011 in Mio. EUR	Textilumsatz 2010 in Mio. EUR	Veränderung in %
Otto Group, Hamburg	4.116*	4.158*	-1,0
H & M, Hamburg	3.290	3.211	+ 2,5
C & A, Düsseldorf	3.090	3.011	+ 2,6
Metro Group, Düsseldorf	2.263*	2.418*	- 6,4
Karstadt, Essen	1.894*	1.973*	- 4,0
Peek & Cloppenburg, Düsseldorf	1.359*	1.334	+ 1,9
Tengelmann, Mülheim Ruhr	1.206*	1.195*	+ 0,9
Lidl, Neckarsulm	1.023*	1.049*	- 2,5
Aldi Gruppe	1.000,*	1.034*	- 3,0
Tchibo, Hamburg	926*	945*	- 2,0

* Schätzwerte

Quelle: Datengrundlage Textil-Wirtschaft Dezember 2012 (www.lebensmittelzeitung.net), Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013

Die Trends im stationären Einzelhandel waren lange Zeit durch zwei Entwicklungen geprägt: Die „Aufweichung“ der bisherigen Betriebstypenstrukturen und die Vertikalisierung. Die Firma Tchibo etwa hatte sich zwischenzeitlich als Mehrbranchenanbieter positioniert, der Kaffee-Verkauf degradierte zur Nebeneinnahme. Die Lebensmitteldiscounter, insbesondere die Betreiber Aldi und Lidl, erreichen hohe Umsatzanteile und Marktbedeutung mit Aktionsware; beispielhaft hierfür ist die umsatzbezogene Betrachtung der Top Ten im Textileinzelhandel. Die Vertikalisierung steht für die Ausklammerung von Zwischenstufen des Handels (z. B. Großhandel) durch Realisierung eigener Shops oder engere Zusammenarbeit mit anderen Handelspartnern oder Herstellern (z. B. Esprit, H & M, Ikea, Aldi), vor allem, um sich gegenüber anderen Filialisten, dem Fachhandel und dem Versandhandel behaupten zu können.

*„Aufweichung“ der
Betriebstypenstruktur*

1.3.1 Entwicklungen auf der Nachfrageseite

Verantwortlich für die Entwicklungstendenzen im Einzelhandel sind auch die Verbraucher. So hat sich auf der Nachfrageseite in den letzten Jahrzehnten ein demografischer und gesellschaftlicher Wandel vollzogen, der sich in einer Veränderung der Altersstrukturen und

¹² Bundesverband des Versandhandels 2012

der Tendenz zu kleineren Haushalten sowie in einer gestiegenen Mobilität niederschlägt. Zudem ist zu berücksichtigen, dass die Bevölkerungszahl – mit erheblichen regionalen Unterschieden – in den kommenden Jahren in der Tendenz weiterhin sinken wird.

Die immer stärkere Preis- und Pkw-Orientierung der Kunden hat die Entwicklung der heutigen Strukturen im Einzelhandel unterstützt. Das sogenannte Smart Shopping¹³ hat die traditionelle Kundenbindung an ein Unternehmen abgelöst – mit der Folge, dass Preis- sowie Rabattierungsaktionen weiter zunehmen.

Preis- und Pkw-Orientierung der Kunden

In Verbindung mit wachsenden Ausgaben in anderen Bereichen (z. B. Energie) und zunehmender Preisorientierung der Verbraucher sinkt der Ausgabenanteil der Kunden für den Einzelhandel seit Jahren. Lag der Anteil des Einzelhandels an den privaten Konsumausgaben im Jahr 1995 noch bei über 35 %, wurde im Jahr 2011 nur noch ein Anteil von ca. 28 % erreicht.¹⁴ Insgesamt wird die Einzelhandelskaufkraft in den nächsten Jahren voraussichtlich nur in geringem Maße ansteigen.

Anteil des Einzelhandelsumsatzes an privaten Konsumausgaben

Die Kunden verlangen aber trotz Umsatzrückgängen eine möglichst große Vielfalt. Dazu fordern die Tendenz zu mehr Ein- und Zweipersonenhaushalten sowie der demografische Wandel eine größere Diversifizierung im Hinblick auf Sortiments- und Angebotsstrukturen. Alle Waren eines Bedarfsbereichs sollen zudem nach Möglichkeit an einem Einkaufsstandort verfügbar sein (One-Stop-Shopping), damit möglichst wenig Zeit für die Versorgung bzw. möglichst viel Zeit für die Freizeitgestaltung verwendet werden kann. Eine größere Entfernung zum Einkaufsort wird von dem mobilen Teil der Bevölkerung in Kauf genommen. „Erlebniseinkauf“ und „Versorgungseinkauf“ werden immer stärker getrennt.

Einkaufsverhalten

Insgesamt geht mit der Steigerung der Mobilität und einer immer bedeutsamer werdenden Erlebniskomponente des Einkaufens eine sinkende Standort- und Betriebstreue der Verbraucher einher. Hierdurch hat sich der Wettbewerb um den Kunden intensiviert. Auch hat das veränderte Kundenverhalten zu einer Neubewertung von Standortfaktoren und Standortqualitäten sowie der Entwicklung neuer Betriebstypen und Vertriebssysteme durch die Einzelhandelsunternehmen geführt.

¹³ Smart Shopper: Die Kaufentscheidung orientiert sich ausschließlich an Preisgünstigkeit und Preiswürdigkeit; die Folgen im Kundenverhalten sind eine intensive Informationssuche vor dem Kauf, Vorratskäufe bei Angeboten, Internet-Shopping, Nutzung von Coupons und Kundenkarten.

¹⁴ Quelle: Statistisches Bundesamt, HDE-Berechnungen 2011 (Einzelhandel ohne Kfz-Handel, Kraft- und Brennstoffe sowie Apotheken)

1.3.2 Auswirkungen auf die Stadtentwicklung

Aus der Vernetzung der Entwicklungen auf Angebots- und Nachfrageseite resultieren zum Teil erhebliche Auswirkungen auf die Stadtentwicklung.

Durch die Konzentration auf periphere autoorientierte Einkaufsorte haben die gewachsenen Zentren v. a. in der Vergangenheit an Bedeutung verloren. Die erfolgte Ausweitung von zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten an nicht integrierten Standorten hat wichtige Magnetbetriebe und Kaufkraft aus den Zentren abgezogen. In den Innenstädten haben die Warenhäuser und der Fachhandel als Leitbetriebe an Bedeutung eingebüßt. Die anhaltende Tendenz zu einer weiteren Filialisierung des innerstädtischen Einzelhandels birgt hingegen die Gefahr der Bildung „uniformer“ und somit austauschbarer Einzelhandelslagen.

Funktionsverluste in den Stadtzentren

Allerdings ist hinsichtlich der Shopping-Center festzuhalten, dass hier in den letzten Jahren eine Trendwende eingesetzt hat: Während Einkaufszentren seit den 60er-Jahren vorzugsweise außerhalb bestehender Versorgungsstrukturen auf der „grünen Wiese“ angesiedelt wurden, werden in jüngerer Zeit neue Einkaufszentren zum überwiegenden Teil innerhalb von Innenstädten bzw. von Stadt- oder Ortsteilzentren in Ober- und Mittelzentren realisiert.

Der Forderung von Handelsunternehmen nach größeren Ladeneinheiten ist in vielen Zentren schwer nachzukommen. Vielfach fehlen notwendige Entwicklungsflächen für neue Handelsimmobilien oder Erweiterungen bestehender Betriebe; Zuschnitte bestehender Ladeneinheiten entsprechen vielerorts nicht mehr den aktuellen Ansprüchen. Die eigentümerübergreifende Vergrößerung bestehender Ladeneinheiten stellt eine besondere Herausforderung dar, die u. a. durch Immobilien- und Standortgemeinschaften gelöst werden kann.

Flächenansprüche

Leistungsfähige Lebensmittelanbieter fragen heute Standorte mit mindestens 800 qm Verkaufsfläche nach. Daher muss davon ausgegangen werden, dass in kleineren Zentren fehlende Entwicklungsflächen die Funktionsfähigkeit des gesamten Zentrums gefährden können und somit in Zukunft viele Lebensmittelbetriebe ohne Erweiterungsmöglichkeiten aufgegeben werden. Der Verlust des Lebensmittelmagnetbetriebs setzt i. d. R. einen Trading-down-Prozess in Gang, in dessen Verlauf weitere Geschäfte aufgrund fehlender Laufkundschaft schließen müssen und sich auch andere Infrastruktureinrichtungen (z. B. Poststellen, Bankfilialen) aus den (ehemaligen) Versorgungsschwerpunkten zurückziehen. Diese Entwicklungen widersprechen einem stadtpolitischen Ziel der „kurzen Wege“. Betroffen sind hierbei insbesondere immobile Bevölkerungsteile, die auf eine wohnungsnahe Grundversorgung angewiesen sind. Durch den demografischen Wandel wächst diese Bevölkerungsgruppe.

Nahversorgung

Von Seiten des Gesetzgebers wurde zum Schutz der Versorgungszentren mit § 11 Abs. 3 BauNVO ein Instrument für die Steuerung von Neuansiedlungen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben geschaffen. So ist bei der Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben ab 1.200 qm Geschoss- bzw. 800 qm Verkaufsfläche¹⁵ die Ausweisung eines Kern- oder entsprechenden Sondergebiets erforderlich, sofern sie sich nicht nur unwesentlich u. a. auf die städtebauliche Entwicklung auswirken.

Aus aktuellem Anlass ist hier jedoch auf den Endbericht der Studie „Qualifizierte Nahversorgung im Lebensmitteleinzelhandel“ zu verweisen, welche die Anwendbarkeit eines Schwellenwerts von 800 qm Verkaufs- bzw. 1.200 qm Geschossfläche in Frage stellt.¹⁶ Die Ergebnisse der Studie belegen, dass kein Flächen-Grenzwert für die Hervorrufung von Auswirkungen auf den Verkehr, die Nahversorgung oder zentrale Versorgungsbereiche festzustellen ist.

Exkurs: Studie zur qualifizierten Nahversorgung

Vielmehr wird die These aufgestellt, dass betriebstypenbezogen bei gleicher Verkaufsfläche unterschiedliche Effekte generiert werden. So seien Lebensmitteldiscounter mit einer Verkaufsfläche von circa 800 qm bezüglich der Verkehrswirkungen und der Einzugsbereiche (Kaufkraft- und Umsatzanteile) mit Lebensmittelvollsortimentern mit rund 1.200 qm Verkaufsfläche vergleichbar. Aufgrund einer vielfach starren Genehmigungspraxis auf Basis des § 11 (3) BauNVO werden der Studie zufolge Lebensmittelvollsortimenter bei der Standortexpansion eingeschränkt.

Schon vor Veröffentlichung der Untersuchungsergebnisse wurde seitens der Fa. Edeka eine Änderung des § 11 Abs.3 BauNVO gefordert, die sich aus dem Wettbewerb von Lebensmittelvollsortimentern und -discountern und deren unterschiedlichen Flächenansprüchen, Warenpräsentation und Sortimentskonzepten ergibt.¹⁷

Zwar werden die Untersuchungsergebnisse bislang nicht durch den Gesetzgeber berücksichtigt, auch sind die Forderungen der Fa. Edeka durch betriebswirtschaftliche Interessen geprägt, dennoch kann zukünftig eine Fortsetzung der Auseinandersetzung mit diesem Thema erwartet werden.

Das Verkaufsflächenwachstum an nicht integrierten Standorten führt zu erhöhten Aufwendungen für die Bereitstellung der dort monofunktional genutzten Infrastruktur. Zudem verursacht das

Infrastrukturkosten

¹⁵ Gemäß der Rechtsprechung (u. a. BVerwG 4 C 3.05 und 4 C 10.04 vom 24. November 2005) wird ein Einzelhandelsbetrieb mit einer Verkaufsfläche von über 800 qm als großflächig eingestuft.

¹⁶ HafenCity Universität Hamburg & International Real Estate Business School Universität Regensburg: Qualifizierte Nahversorgung im Lebensmitteleinzelhandel, Endbericht, 26. März 2013, Im Auftrag des Handelsverbands Deutschland (HDE) und des Bundesverbands des Deutschen Lebensmitteleinzelhandels (BVL)

¹⁷ EDEKA Zentrale AG & Co. KG: EDEKA im Dialog – Ausreichende Flächengrößen als Garant für qualifizierte Nahversorgung, August 2012

Ausbleiben von Einzelhandelsinvestitionen in den Zentren öffentliche Revitalisierungs- und Entwicklungsmaßnahmen. Der Flächenverbrauch für großflächige, oft eingeschossige Verkaufsräume an peripheren Standorten mit großzügigen Stellplatzanlagen belastet die Umwelt.

Die aus steigenden Betriebsgrößen resultierenden größeren Einzugsbereiche der Betriebe fördern den Anstieg des Individualverkehrs. Folglich gestaltet sich die Realisierung einer städtischen Funktionsmischung von Wohnen und Versorgung und die damit verbundene Möglichkeit zur Reduzierung des Verkehrsaufkommens zunehmend schwieriger. Die schwindende Attraktivität von Zentren kann darüber hinaus zur Vernachlässigung von Investitionen in den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) führen.

Individualverkehr

In Gewerbe- und Industriegebieten stellen an Hauptverkehrsstraßen liegende Entwicklungsflächen aufgrund ihrer guten Pkw-Erreichbarkeit für viele Einzelhandelsunternehmen attraktive Alternativstandorte zu Stadt- und Ortszentren dar. Einzelhandelsunternehmen sind im Vergleich zu anderen Gewerbebranchen in der Lage, höhere Bodenrenten zu zahlen, was zur Verdrängung vorhandener Gewerbe führen kann.

Gewerbe- und Industriegebiete

Diese übergeordneten Entwicklungen nehmen auch auf das Zentrengefüge der Stadt Brandenburg an der Havel Einfluss, wodurch Versorgungsschwerpunkte in ihrer Qualität und Existenz beeinträchtigt werden können. Eine gesamtgemeindliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung ist notwendig, um die dadurch verursachten städtebaulichen, wirtschaftlichen und ökologischen Folgewirkungen verträglich zu halten und dem Bedeutungsverlust gewachsener Zentren entgegenzuwirken.

2 Einzelhandelsstandort Brandenburg an der Havel

2.1 Rechtsrahmen auf Landes- und Regionalplanungsebene

Die Stadt Brandenburg an der Havel wird gem. Ziel 2.7 des Landesentwicklungsplans Berlin-Brandenburg (LEP B-B) als Oberzentrum eingestuft. Nach den Hinweisen des LEP B-B übernimmt die Stadt damit gleichzeitig ober- und mittelzentrale Versorgungsfunktionen. In Verbindung mit den Grundsätzen 2.8 und 2.10 des LEP B-B wird damit die Konzentration gehobener und hochwertiger Raumfunktionen der Daseinsvorsorge mit regionaler und überregionaler Bedeutung in der Stadt Brandenburg an der Havel vorgesehen. Ausdrücklich darin inbegriffen sind Einzelhandelseinrichtungen.

In Bezug auf die im vorliegenden Bericht formulierten Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung sind als Erfordernisse der Raumordnungen zu beachten/ berücksichtigen:

- Ziel 4.7. (1) LEP B-B: Großflächige Einzelhandelseinrichtungen im Sinne von § 11 Absatz 3 der Baunutzungsverordnung (BauNVO) sind nur in Zentralen Orten zulässig (Konzentrationsgebot).
- Ziel 4.7. (2) LEP B-B: Großflächige Einzelhandelseinrichtungen dürfen nach Art, Lage und Umfang die Entwicklung und Funktion benachbarter Zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung nicht beeinträchtigen (raumordnerisches Beeinträchtigungsverbot).
- Ziel 4.7. (3) LEP B-B: Neue oder zu erweiternde großflächige Einzelhandelseinrichtungen müssen dem zentralörtlichen Versorgungsbereich und der zentralörtlichen Funktion entsprechen (Kongruenzgebot).
- Grundsatz 4.8 (1) LEP B-B: Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten sollen zur Sicherung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche und der verbrauchernahen Versorgung nur in den städtischen Kernbereichen (i.S.d. Grundsatzes 4.8 (2) LEP B-B) errichtet werden. Damit wird eine Konzentration des großflächigen Einzelhandels auf städtebaulich integrierte Standortbereiche angestrebt. Außerhalb dieser Kernbereiche ist in den Zentralen Orten großflächiger Einzelhandel dann zulässig, wenn ein Vorhaben ganz überwiegend der Nahversorgung dient¹⁸ und in einem wohngebietsbezogenen Versorgungsbereich liegt oder das Kernsortiment nicht zentrenrelevant ist und die vorhabenbezogene Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente 10 % nicht überschreitet (Grundsatz 4.9 LEP-B-B)

Weiterhin ist auf den Entwurf des Regionalplanes Havelland-Fläming 2020 zu verweisen, dessen in Aufstellung befindliches Ziel 4.5 als sonstiges Erfordernis der Raumordnung zu berücksichtigen ist.¹⁹ Darin wird die Steuerung der Siedlungsflächen durch den LEP B-B konkretisiert.

2.2 Einzelhandelsausstattung und Leistungsfähigkeit

2.2.1 Einzelhandel nach Angebotsschwerpunkt

Im Brandenburger Stadtgebiet wurden im August 2013 insgesamt 549 Betriebe des Ladeneinzelhandels und -handwerks mit 165.020 qm Verkaufsfläche erhoben. Auf Grundlage dieser Verkaufsfläche wurde im Jahr 2013 ein Bruttoumsatz von ca. 437,3 Mio. EUR generiert.

*Einzelhandelsbestand der Stadt
Brandenburg an der Havel*

¹⁸ Es wird davon ausgegangen, dass ein Vorhaben ganz überwiegend der Nahversorgung dient, wenn die gesamte vorhabenbezogene Verkaufsfläche 5.000 qm nicht übersteigt und mindestens 75 % der Verkaufsfläche mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten belegt wird.

¹⁹ Der Entwurf wurde am 24.10.2013 von der Regionalversammlung Havelland-Fläming beschlossen und für die Durchführung des Beteiligungsverfahrens nach § 10 Absatz 1 des Raumordnungsgesetzes in Verbindung mit § 2 Absatz 3 des Gesetzes zur Regionalplanung und zur Braunkohlen- und Sanierungsplanung bestimmt.

In der folgenden Abbildung bzw. Tabelle „Einzelhandelsausstattung der Stadt Brandenburg an der Havel nach Angebotsschwerpunkt“ ist die Einzelhandelsausstattung nach dem Umsatzschwerpunkt der Betriebe dargestellt. Somit werden hier die Betriebe, die unterschiedliche Sortimente führen (z. B. SB-Warenhäuser), ihrem Umsatzschwerpunkt zugeordnet. Dabei zeigt sich die Branchenstruktur der Stadt, die auch mit Daten anderer Kommunen gleicher Einwohnerzahl abgeglichen werden kann.

*Einzelhandelsausstattung der Stadt
Brandenburg an der Havel nach
Angebotsschwerpunkt*

Die Umsatzleistung der Einzelhandelsbetriebe wurde gutachterlicherseits auf Basis durchschnittlicher Betriebskennziffern (z. B. Flächenproduktivität) eingeschätzt, wobei die Ergebnisse der Einzelhandelsbefragung sowie unternehmenseigene Erfahrungswerte aus zahlreichen Befragungen des Einzelhandels zugrunde gelegt wurden.

Umsatzeinschätzung

Für die Einzelhandelsausstattung nach Bedarfssparten und Warengruppen sind folgende Ergebnisse festzuhalten:

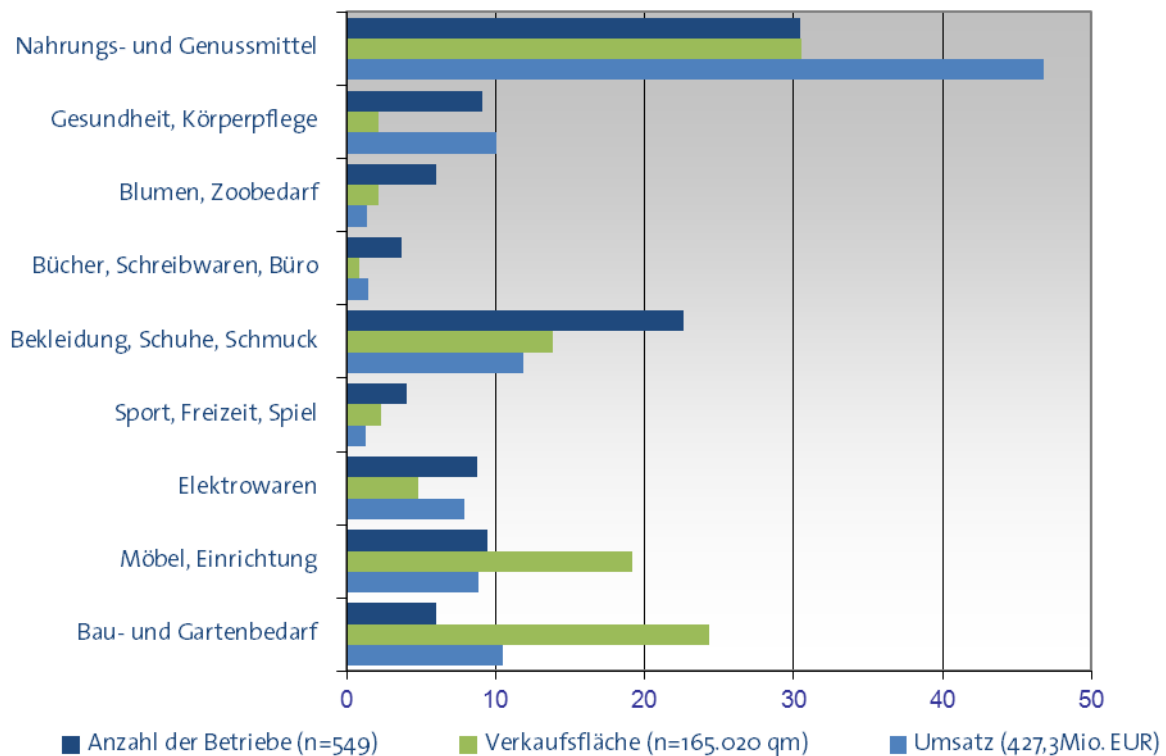
*Einzelhandelsausstattung nach
Warengruppen*

Überwiegend kurzfristiger Bedarf

- Im Nahrungs- und Genussmittelbereich wird von 167 Betrieben (= ca. 30 % der im Stadtgebiet ansässigen Betriebe) auf fast einem Drittel der Gesamtverkaufsfläche (ca. 50.400 qm) annähernd die Hälfte des gesamten Einzelhandelsumsatzes (ca. 204,6 Mio. EUR) der Stadt Brandenburg an der Havel generiert. Die Betriebsstruktur weist eine Mischung aus drei SB-Warenhäusern, sieben Lebensmittel-Vollsortimentern (davon vier oberhalb der Schwelle zur Großflächigkeit) und 22 Lebensmitteldiscountern (fünf großflächige) sowie sechs größeren Getränkemärkten (> 200 qm) auf. Ein ebenfalls großflächiger Sonderpostenmarkt weist zwischenzeitlich auch einen Angebotschwerpunkt bei Nahrungs- und Genussmitteln auf. Daneben besteht eine Vielzahl kleinstrukturierter Betriebe (v. a. Fachgeschäfte, Lebensmittelhandwerksbetriebe, Tankstellenshops). Der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel kommt die mit Abstand größte Einzelhandelsbedeutung innerhalb des Stadtgebiets zu. Mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche je Betrieb von ca. 270 qm ist im Vergleich zu Städten ähnlicher Einwohnerzahl eine überdurchschnittliche Betriebsgröße festzustellen.

Nahrungs- und Genussmittel

Abbildung 10 Einzelhandelsausstattung der Stadt Brandenburg an der Havel nach Angebotsschwerpunkt (in %)



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013, Erhebung August 2013

Tabelle 4 Einzelhandelsausstattung der Stadt Brandenburg an der Havel nach Angebotsschwerpunkt

Warengruppe	Anzahl der Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
	abs.	in %	in qm	in %	in Mio. EUR	in %
Nahrungs- und Genussmittel	167	30,4	50.400	30,5	204,6	46,8
Gesundheit, Körperpflege	50	9,1	3.460	2,1	43,8	10,0
Blumen, Zoobedarf	33	6,0	3.455	2,1	6,0	1,4
Bücher, Schreibwaren, Büro	20	3,6	1.365	0,8	6,4	1,5
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	124	22,6	22.820	13,8	51,8	11,8
Sport, Freizeit, Spiel	22	4,0	3.825	2,3	5,5	1,3
Elektrowaren	48	8,7	7.930	4,8	34,5	7,9
Möbel, Einrichtung	52	9,5	31.595	19,1	38,8	8,9
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	33	6,0	40.170	24,3	45,8	10,5
Summe	549	100	165.020	100	437,3	100

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013, eigene Erhebung August 2013 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Anm.: Verkaufsflächen auf 5 qm gerundet

- Der Sparte Gesundheit und Körperpflege sind rund 9 % der Betriebe (50 Betriebe) mit einem Verkaufsflächenanteil von ca. 2 % (ca. 3.460 qm) und einem Umsatzanteil von rund 10 % (ca. 43,8 Mio. EUR) zuzuordnen. Die Ausstattung in dieser Warengruppe hat sich durch die Aufgabe der Schlecker-Märkte in den letzten beiden Jahren deutlich reduziert, da diese Betriebsgröße bislang noch nicht von anderen Betreibern angeboten wird. Die größten Betriebseinheiten werden derzeit durch fünf filialisierte Drogerien und Parfümerien belegt. Daneben wird die Ausstattung in dieser Warengruppe durch eine überwiegend kleinteilige Struktur, insbesondere in Form von Fachgeschäften und Apotheken gekennzeichnet. Die Warengruppe Gesundheit und Körperpflege weist die höchste Flächenproduktivität (EUR je qm Verkaufsfläche) auf.
- Für den Bereich Blumen und Zoobedarf ist bei Anteilen von rund 6 % der Betriebe, rund 2 % der Verkaufsfläche und rund 1 % auf größere Fachgeschäfte und Fachmärkte für Zoobedarf hinzuweisen, die verstärkt Standorte außerhalb der integrierten Versorgungslagen aufweisen. Sechs dieser Märkte halten zusammen ca. zwei Drittel der Verkaufsfläche der gesamten Warengruppe vor (ca. 3.455 qm). Der Verkauf von Blumen verteilt sich dagegen auf eine Vielzahl kleinstrukturierter Fachgeschäfte. Die Umsatzleistung der gesamten Warengruppe spiegelt relativ geringe branchenbezogene Flächenproduktivitäten wider.

Gesundheit/ Körperpflege

Blumen, Zoobedarf

Überwiegend mittelfristiger Bedarf

- Die Warengruppe Bücher, Schreibwaren, Büro stellt in den Kategorien Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche die am schwächsten ausgeprägte Warengruppe in der Stadt Brandenburg an der Havel dar. 20 Betriebe (ca. 4 %) generieren auf ca. 1.365 qm (ca. 1 %) einen Umsatzanteil von ca. 1,5 % (ca. 6,4 Mio. EUR). Der im Vergleich zu Blumen/Zoobedarf höhere Umsatzanteil bei einer geringeren Verkaufsfläche resultiert aus der höheren Flächenproduktivität. Mit Ausnahme zweier größerer Fachgeschäfte des Buchhandels wird auch diese Warengruppe durch kleine Betriebseinheiten geprägt.
- Die Warengruppe Bekleidung, Schuhe, Schmuck (inkl. Sportbekleidung, Sportschuhe) bildet hinsichtlich der Anzahl der Betriebe (124 = ca. 23 %) nach der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel die zweitgrößte Warengruppe der Stadt Brandenburg an der Havel. Auf insgesamt ca. 22.820 qm Verkaufsfläche (ca. 13,8 %) werden ca. 51,8 Mio. EUR (ca. 12 %) Umsatz generiert. Die Betriebseinheiten konzentrieren sich insbesondere auf die Innenstadt sowie auf die dezentralen Versorgungsstandorte Einkaufszentrum Wust und Beetzsee-Center. Sechs Betriebe weisen eine Verkaufsfläche über 800 qm auf. Das Angebot wird in ho-

Bücher, Schreibwaren, Büro

Bekleidung, Schuhe, Schmuck

hem Maße durch Fachmarktfilialen geprägt (H&M, C&A, Adler, New Yorker, KiK u. a.).

- Der Bereich Sport, Freizeit, Spiel wird in der Stadt Brandenburg an der Havel durch 22 Einzelhandelsbetriebe (ca. 4 %), eine Verkaufsfläche von ca. 3.825 qm (ca. 2 %) und einen Umsatzanteil am gesamtstädtischen Umsatz von ca. 1 % (ca. 5,5 Mio. EUR) repräsentiert. Neben einem Fachmarkt für Spielwaren sind insbesondere größere Fachgeschäfte mit Anglerbedarf und Fahrrädern für diese Warengruppe strukturprägend.

Sport, Freizeit, Spiel

Überwiegend langfristiger Bedarf

- In der Warengruppe Elektrowaren wird die zweithöchste Flächenproduktivität in der Stadt Brandenburg an der Havel erzielt. Die 48 diesem Bereich zugehörigen Betriebe generieren auf ca. 5 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche (ca. 7.930 qm) einen Umsatzanteil von rund 8 % (ca. 34,5 Mio. EUR). Dabei wird die Warengruppe besonders durch die beiden großflächigen Fachmarkt-Anbieter Media Markt und expert geprägt. Mit Ausnahme jeweils zweier Anbieter in den Bereichen Elektrogroß- und -kleingeräte sowie Unterhaltungselektronik mit einer Verkaufsfläche zwischen 180 qm und 470 qm wird die Warengruppe durch eine Vielzahl kleinflächiger Betriebe innerhalb der integrierten Versorgungslagen geprägt. Insbesondere der Bereich Telekommunikation ist zahlenmäßig stark vertreten.
- Die ebenfalls dem langfristigen Angebot zugehörige Warengruppe Möbel/Einrichtung wird durch 52 Betriebe in Brandenburg an der Havel repräsentiert (ca. 9,5 %). Diese generieren auf etwa 19 % der städtischen Verkaufsfläche (ca. 31.595 qm) einen Umsatzanteil von rund 9 % (ca. 38,8 Mio. EUR). Die sich aus diesem Verhältnis ergebende Flächenproduktivität ist branchenüblich als vergleichsweise gering zu konstatieren. Zwölf Anbieter der Warengruppe Möbel/Einrichtung sind als großflächig zu bezeichnen (u. a. Roller, Möbel Boss, Hammer).
- Auf die Warengruppe Bau-, Gartenbedarf und Autozubehör entfallen rund 6 % der Betriebe, rund 24 % der Verkaufsfläche und ca. 11 % des Umsatzes. Als flächenintensive Betriebstypen mit vergleichsweise geringer Raumleistung sind in dieser Sparte die Bau- und Gartenbedarfsanbieter (u. a. toom, Praktiker, Hellweg) mit teilweise großen, dem Verkauf dienenden Freiflächen festzuhalten. Ebenfalls der Warengruppe zugeordnet werden Anbieter von Autozubehör. Für die Stadt Brandenburg an der Havel stellt eine Filiale der Auto-Teile Unger (A.T.U.) GmbH den größten Anbieter dieses Sortimentes dar.

Elektrowaren

Möbel, Einrichtung

Bau-, Gartenbedarf und Autozubehör

2.2.2 Bereinigte Einzelhandelsausstattung der Stadt Brandenburg an der Havel

Im Folgenden werden die Verkaufsflächen und Umsätze auf der Ebene der Warengruppen betrachtet. Hierbei werden die bereinigten Verkaufsflächen bzw. Umsätze aufgezeigt. So wird beispielsweise der bei Lebensmittel-SB-Märkten (z. B. SB-Warenhäuser, Lebensmitteldiscounter, Supermärkte) erwirtschaftete Umsatz mit Konsumgütern (z. B. Drogeriewaren) den jeweiligen Warengruppen zugeordnet.

bereinigte Einzelhandelsausstattung

Tabelle 5 Bereinigte Einzelhandelsausstattung der Stadt Brandenburg an der Havel

Warengruppe	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in qm	in %	in Mio. EUR	in %
Nahrungs- und Genussmittel	41.330	25,0	149,3	34,1
Gesundheit, Körperpflege	5.135	3,1	57,2	13,1
Blumen, Zoobedarf	4.080	2,5	8,8	2,0
Bücher, Schreibwaren, Büro	2.005	1,2	11,3	2,6
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	23.320	14,1	52,8	12,1
Sport, Freizeit, Spiel	5.870	3,6	11,5	2,6
Elektrowaren	11.545	7,0	56,6	12,9
Möbel, Einrichtung	33.965	20,6	45,3	10,4
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	37.770	22,9	44,4	10,2
Summe	165.020	100	437,3	100

Anm.: Ergebnisse auf 5 qm gerundet

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013, eigene Erhebung August 2013 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Im Hinblick auf die bereinigte Verkaufsflächenausstattung und bereinigten Umsätze der Stadt Brandenburg an der Havel ist festzuhalten, dass die Anteile der einzelnen Warengruppen sich im Vergleich zur Einzelhandelsausstattung nach Angebotsschwerpunkt im Saldo teilweise deutlich verändern. Die bereinigte Verkaufsfläche der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel liegt rund 9.070 qm unter dem Wert der Verkaufsfläche, differenziert nach Angebotschwerpunkt. Das ist darauf zurückzuführen, dass die in dieser Gruppe enthaltenden strukturprägenden Anbieter (SB-Warenhäuser und Lebensmittel-SB-Märkte) neben Nahrungs- und Genussmittel auch einen größeren Anteil an Nonfood-Sortimenten in ihrem Angebot aufweisen. Dieser Anteil wird bei der Darstellung der bereinigten Einzelhandelsausstattung den entsprechenden Warengruppen zugeordnet. Insbesondere die Warengruppe Elektrowaren „profitiert“ durch diese Aufteilung und dokumentiert, dass das diesbe-

bereinigte Verkaufsflächenausstattung und Umsätze

zügliche Einzelhandelsangebot lange Zeit durch fachfremde Anbieter dominiert wurde. Auch in den übrigen Warengruppen, mit Ausnahmen von Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör, ergeben sich im Saldo leicht höhere Verkaufsflächenzahlen. Einhergehend mit den Veränderungen der Verkaufsfläche sind auch die Abweichungen der bereinigten Umsätze zu betrachten.

2.2.3 Struktur und Verteilung großflächiger Einzelhandelsbetriebe

Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Handel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Nach der aktuellen Rechtsprechung ist bei einer Verkaufsfläche von mehr als 800 qm von der Großflächigkeit eines Einzelhandelsbetriebes auszugehen. Sie können je nach sortimentsbezogener Ausrichtung und Standortlage wichtige Magnetfunktionen für den kleinstrukturierten Facheinzelhandel in ihrem Standortumfeld übernehmen.

großflächige Einzelhandelsbetriebe

Der großflächige Einzelhandel in Brandenburg an der Havel nimmt im Rahmen der gesamtstädtischen Handelsstruktur eine bedeutende Stellung ein. Auf den großflächigen Einzelhandel in Brandenburg an der Havel entfallen insgesamt rund 8 % der Betriebe (= 43 Betriebe) mit einem Verkaufsflächenanteil von rund 64 % (= ca. 105.240 qm) und einem Umsatzanteil von ca. 53 % (= ca. 233,3 Mio. EUR), sodass im interkommunalen Vergleich eine überdurchschnittliche Bedeutung der Großbetriebe im gesamtstädtischen Kontext festzustellen ist.

Bedeutung der Großbetriebe

Die großflächigen Einzelhandelsbetriebe verteilen sich auf folgende Betriebstypen:

Struktur des großflächigen Einzelhandels

- 3 SB-Warenhäuser
- 4 Supermärkte
- 5 Lebensmittel-Discounter
- 1 Sonderpostenmarkt mit Angebotsschwerpunkt bei Nahrungs- und Genussmitteln
- 6 Textil- und Sportfachmärkte
- 1 Spielwarenfachmarkt
- 2 Elektrofachmärkte
- 12 Möbel-/Einrichtungsfachmärkte (einschließlich An- und Verkauf, Sozialkaufhaus etc.), Sonderpostenmärkte
- 9 Bau-/Heimwerker-/Gartenfachmärkte (einschließlich Spezialanbieter, z. B. Fliesenmarkt)

Im Hinblick auf die Sortimentsstruktur der großflächigen Einzelhandelsbetriebe der Stadt Brandenburg an der Havel ist festzuhalten, dass von den oben genannten Betrieben 13 in ihren Kernsortimenten überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente, 11 überwiegend

Sortimentsstruktur

zentrenrelevante Sortimente und 19 überwiegend nicht zentrenrelevante Sortimente anbieten.²⁰

2.3 Einzugsbereich, Kaufkraft und Zentralität

2.3.1 Einzugsbereich des Einzelhandels in Brandenburg an der Havel

Als einzelhandelsrelevanter Einzugsbereich wird der Raum bezeichnet, in dem sich die Konsumenten überwiegend zum Einkauf nach Brandenburg an der Havel orientieren. Da das Nachfrageverhalten im Marktgebiet durch die spezifische Konsumentenstruktur beeinflusst wird, werden im Rahmen der Kaufkraftberechnungen bzgl. der Konsumentenstruktur u. a. das Alter, das Pendlerverhalten sowie das Kaufkraftniveau auf Basis der Einkommensstatistik berücksichtigt.

Definition: Einzugsbereich

Die Abgrenzung des Einzugsbereichs des Brandenburger Einzelhandels wird aus den Vorläuferuntersuchungen der GMA und unseres Büros aus den Jahren 2007 und 2011 übernommen, weil die folgenden wesentlichen Einflussgrößen in den letzten beiden Jahren als konstant zu bewerten sind.

Abgrenzungskriterien

- verkehrsinfrastrukturelle Situation
- spezifische topografische, siedlungsstrukturelle und stadträumliche Gegebenheiten
- derzeitige und zukünftige lokale und regionale Wettbewerbssituation
- Pendlerbewegungen (Ein- und Auspendler)

Tabelle 6 Einzugsbereich des Brandenburger Einzelhandels

Zonen	Stadt bzw. Gemeinde	Einwohner
Zone 1	Stadt Brandenburg an der Havel	71.149
Zone 2	Teile des Landkreises Potsdam Mittelmark ²¹	25.097
Zone 3	Teile des Landkreises Potsdam-Mittelmark ²² , des Landkreises Havelland ²³ , des Landkreises Jerichower Land ²⁴	57.624
Zone 1 - 3	Summe	153.870

Quelle: Einwohnerdaten der Stadt Brandenburg an der Havel (Stand: 31.3.2013), des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg (Stand: 31.12.2011), des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt (Stand: 31.12.2011)

²⁰ Einordnung der Sortimentsstruktur der großflächigen Betriebe gem. „Brandenburger Sortimentsliste“, vgl. Kapitel 8

²¹ Beetzsee, Beetzseeheide, Bernsdorf, Golzow, Gräben, Groß Kreutz, Havelsee, Päwesin, Rosenau, Roskow, Wenzlow, Wollin, Wusterwitz

²² Belzig, Buckautal, Görzke, Kloster Lehnin, Planebruch, Wiesenburg, Ziesar

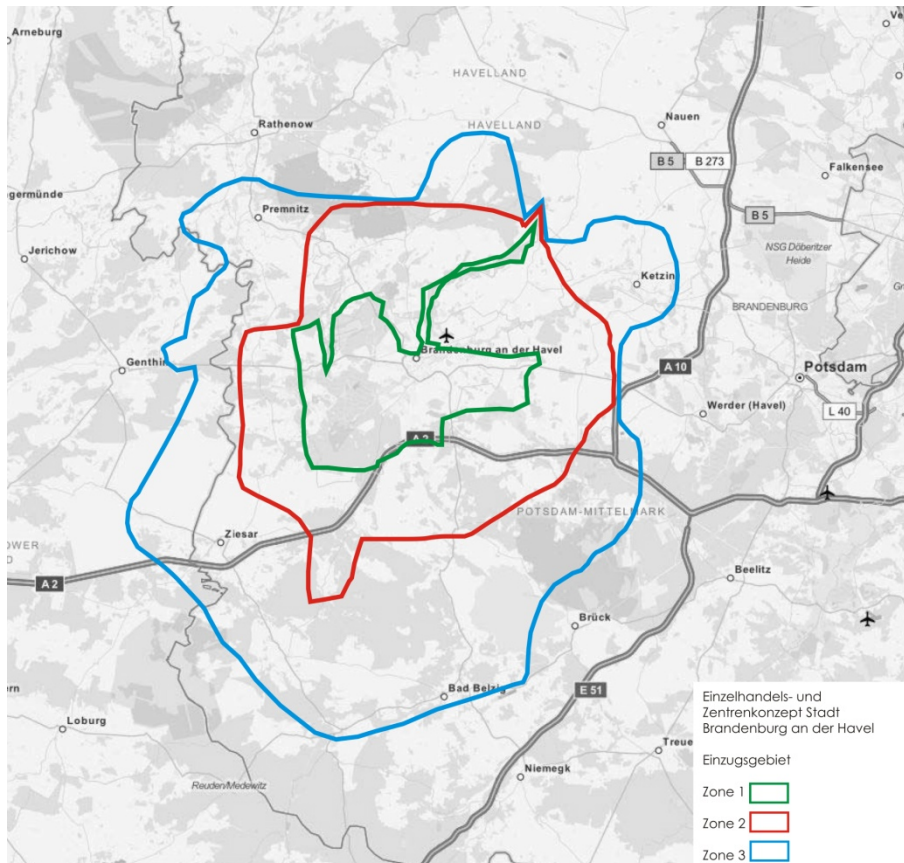
²³ Ketzin, Märkisch Luch, Milower Land, Premnitz

²⁴ Demsin, Kade, Karow, Roßdorf, Schlagerthin, Tuchheim

Derzeit umfasst das Kerneinzugsgebiet des Einzelhandels in Brandenburg an der Havel (ohne Gebiete mit weiteren Kaufkraftzuflüssen) 153.870 Personen, die sich auf drei Zonen unterschiedlicher Anbindungsintensität verteilen. Die Einkaufsverflechtungen in den Zonen 2 und 3 sind deutlich weniger regelmäßig und intensiv ausgeprägt als in Zone 1.

Kerneinzugsbereich des Einzelhandels der Stadt Brandenburg an der Havel

Abbildung 11 Einzugsgebiet des Einzelhandels in Brandenburg an der Havel



Quelle: Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende (www.openstreetmap.org/copyright), Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013

Bei der Abgrenzung des Einzugsbereichs in den Vorläufergutachten wurde die Annahme formuliert, dass davon auszugehen ist, dass insbesondere der qualifizierte und spezialisierte Einzelhandel der Stadt Brandenburg an der Havel (z. B. Elektrofachmärkte, Möbel- und Einrichtungshäuser, Bau- und Gartenfachmärkte) teilweise auch größere Marktgebiete erschließt. Diese Aussage hat weiterhin Bestand, auch wenn im Rahmen der Erstellung einer Tragfähigkeitsuntersuchung²⁵ durch unser Büro für die Branchen Möbel, Bau-/Heimwerkerbedarf und Gartenbedarf) kein größeres Einzugsgebiet

²⁵ Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH (2013): „Stadt Brandenburg an der Havel – Wirkungen und Tragfähigkeit von Einzelhandelsnutzungen in der Neudorfer Straße“

als das oben dargestellte erkannt wurde. Das abgegrenzte Areal ist somit als Kerneinzugsbereich zu verstehen. Die Umsätze aus sporadischen Einkaufsbeziehungen mit Personen, die außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes wohnen (z. B. Pendler, Touristen), sind als Streuumsätze zu bezeichnen.

2.3.2 Kaufkraftpotenzial

Die Kaufkraft ist der wichtigste Indikator für das Konsumpotenzial der in einem abgegrenzten Raum lebenden Bevölkerung. Unter Berücksichtigung der Ausgaben für Wohnen, Versicherungen, Pkw-Unterhalt, Reisen und Dienstleistungen wird das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial ermittelt, d. h. jene Einkommensanteile, die auch im stationären Einzelhandel nachfragewirksam werden. Die Basis für die Berechnung der regionalen Kaufkraft bilden die Daten der amtlichen Lohn- und Einkommensstatistik, ergänzt um die staatlichen Transferleistungen (z. B. Renten, Arbeitslosengeld und -hilfe, Kindergeld, Wohngeld, BAföG usw.).

Ermittlung des Kaufkraftpotenzials

Nach eigenen Berechnungen und Veröffentlichungen der GfK/Gesellschaft für Konsumforschung, Nürnberg, betrug die ländereinzelhandelsrelevante Kaufkraft im Jahr 2012 in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung ca. 5.360 EUR. Bei Unterteilung des gesamten Bedarfsgüterbereichs in Nahrungs- und Genussmittel einerseits und in Non-Food andererseits entfallen mit ca. 1.825 EUR ca. 34 % auf Lebensmittel und mit ca. 3.535 EUR ca. 66 % auf Non-food-Sortimente.

Pro-Kopf-Ausgaben

Die Kaufkraftkennziffer stellt das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial einer Kommune im Vergleich zum Bundesdurchschnitt dar. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer für die Stadt Brandenburg an der Havel beträgt nach Angaben der GfK Geomarketing GmbH im Jahr 2012 ca. 92,0. Das bedeutet, die durchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft liegt um rund 8 % unter dem Bundesdurchschnitt. Unter Berücksichtigung der Preiselastizität der Nachfrage sind in den einzelnen Sortimenten Abweichungen nach unten oder oben möglich.

Kaufkraftkennziffer

Unter Berücksichtigung der Einwohnerzahl von rund 71.150 ergibt sich eine örtliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Brandenburg an der Havel von ca. 350,9 Mio. EUR. Zum Vergleich mit den Altdaten ist anzuführen, dass bei der Erstellung des Vorläufergutachtens mit einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rund 342,6 Mio. EUR gerechnet wurde. Die Differenz ergibt sich aus der Berücksichtigung einer leicht sinkenden Einwohnerzahl, einer höheren einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer für die Stadt Brandenburg an der Havel und bundesweit leicht ansteigenden Pro-Kopf-Ausgaben.

Kaufkraftpotenzial

Tabelle 7 Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Warengruppen in der Stadt Brandenburg an der Havel im Jahr 2012

Warengruppe	Kaufkraft in Mio. EUR			
	Stadt Brandenburg an der Havel (Zone 1)	Zone 2*	Zone 3*	Summe
Nahrungs- und Genussmittel	119,5	44,8	100,1	264,4
Gesundheit, Körperpflege	50,7	19,0	42,5	112,2
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	6,9	2,6	5,8	15,3
Bücher, Schreibwaren, Büro	12,8	4,8	10,7	28,3
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	44,5	16,7	37,3	98,5
Sport, Freizeit, Spiel	11,5	4,3	9,6	25,4
Elektrowaren	34,0	12,8	28,5	75,3
Möbel, Einrichtung	33,4	12,5	28,0	73,9
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	37,6	14,1	31,5	83,3
Summe	350,9	131,6	294,0	776,5

*Anm.: Für die Zonen 2 und 3 wurde bei der Berechnung differenziert für die einzelnen Kommunen eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer zwischen 83,0 und 97,8 zugrunde gelegt.

Quellen: Daten: GfK, Nürnberg, 2012 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)
Darstellung und Berechnung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013

2.3.3 Zentralität des Brandenburger Einzelhandels

Stellt man die durch den Einzelhandel in der Stadt Brandenburg an der Havel erzielten warengruppenspezifischen Umsätze der in Stadt vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gegenüber, ergibt sich die sogenannte Zentralität²⁶ für die Sortimente.

Zentralität

Liegt die Zentralität über 100, so ist der Umsatz des Einzelhandels in Brandenburg an der Havel in dem jeweiligen Sortiment höher als die in der Stadt vorhandene Kaufkraft. Das bedeutet, dass im Saldo mehr Kaufkraft von außen hinzukommt, als aus dem Stadtgebiet abfließt. Bei einer Zentralität unter 100 ist der im jeweiligen Sortiment generierte Umsatz geringer als die vorliegende sortimentsbezogene Kaufkraft.

²⁶ vgl. Definition im Glossar

Tabelle 8 Zentralitätskennziffern nach Warengruppen in Brandenburg an der Havel im Jahr 2013

Warengruppe	Umsatz in Mio. EUR*	Kaufkraft in Mio. EUR	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	149,3	119,5	125,0
Gesundheit, Körperpflege	57,2	50,7	112,8
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	8,8	6,9	128,5
Bücher, Schreibwaren, Büro	11,3	12,8	88,7
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	52,8	44,5	118,6
Sport, Freizeit, Spiel	11,5	11,5	100,8
Elektrowaren	56,6	34,0	166,3
Möbel, Einrichtung	45,3	33,4	135,7
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	44,4	37,6	118,1
Summe	437,3	350,9	124,6

Anm.:* bereinigte Umsätze; Umsätze eines Mehrbranchenunternehmens werden der jeweiligen Branchengruppe zugeordnet

Quellen: Darstellung und Berechnung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Für das Oberzentrum Brandenburg an der Havel ist auch unter Berücksichtigung der spezifischen Lage im Spannungsfeld der Oberzentren Potsdam und Magdeburg sowie der Metropole Berlin eine Gesamtzentralität von rund 124,6 als hoch und nur begrenzt steigerungsfähig einzustufen.

Bewertung der oberzentralen Versorgungsfunktion

Eine Betrachtung differenziert nach Warengruppen macht deutlich, dass die oberzentrale Funktionsfähigkeit des Einzelhandels in diesen Warengruppen in unterschiedlicher Qualität ausgeprägt ist, sodass sich hieraus weitere Hinweise auf Entwicklungspotenziale ableiten lassen. Für die einzelnen Warengruppen ergeben sich folgende Rückschlüsse:

- Bei Nahrungs- und Genussmitteln und bei Blumen, Pflanzen und zoologischem Bedarf werden für die beiden kurzfristigen Bedarfsgruppen mit 125,0 bzw. 128,5 hohe Zentralitäten errechnet. Ein großer Teil des Umsatzes in diesen beiden Warengruppen wird also mit auswärtigen Kunden erwirtschaftet. Hier profitiert der Einzelhandelsstandort Brandenburg an der Havel von einer unzureichenden eigenen Ausstattung der Kommunen des Einzugsgebietes, in denen aufgrund einer geringen Einwohnerzahl nur selten die Tragfähigkeit für großflächige Versorgungseinrichtungen gegeben ist. Die Zentralität bei Gesundheit und Körperpflege hingegen leidet unter dem Wegfall der Schlecker-Märkte, der noch nicht durch alternative Strategien anderer Anbieter kompensiert werden konnte. Im Hinblick auf die Entwicklung der

Zentralität in dieser Warengruppe ist davon auszugehen, dass sie mit zunehmender Etablierung der Bahnhofspassage mit ihren gesundheitsbezogenen Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen steigen dürfte, auch wenn dieses Manko bei Drogeriewaren bestehen bleibt.

- Bei den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs zeigen sich ebenfalls Angebotsschwächen, da nur bei Bekleidung, Schuhe, Schmuck eine deutlich über 100 liegende Zentralität erreicht wird. Bei Sport, Freizeit, Spiel und Bücher, Schreibwaren, Büro hingegen werden die niedrigsten Zentralitäten im Warengruppenvergleich erzielt.
- Die stärkste Marktposition des Brandenburger Einzelhandels dokumentiert sich bei Elektrowaren. Aber auch bei Möbel, Einrichtung und in der Warengruppen Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör zeigen sich überdurchschnittliche Zentralitäten.

2.3.4 Kaufkraftbewegungen in Brandenburg an der Havel

Die Zentralität trifft noch keine Aussage darüber, in welchem Umfang die örtliche Kaufkraft gebunden werden kann. Hierzu ist eine Differenzierung zwischen Umsätzen, die mit Kunden aus dem Stadtgebiet erzielt werden und Kunden von außerhalb erforderlich. Die Einschätzung dieser Aufsplittung erfolgt unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation in der Region und mit Hilfe von Erfahrungswerten. Die Ergebnisse der Einzelbetriebe werden wiederum auf der Ebene der Warengruppen zusammengeführt.

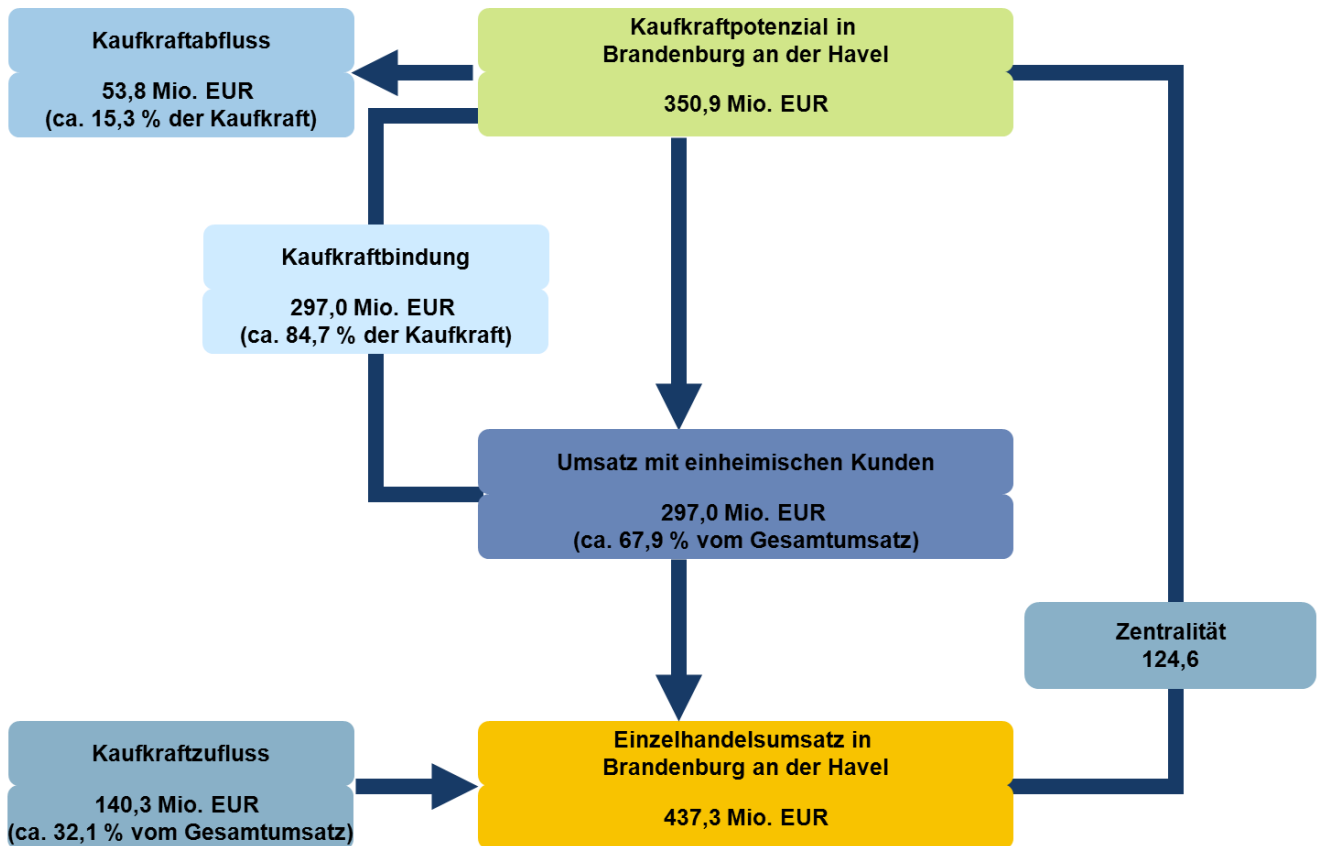
Ermittlung der Kaufkraftbindung

Bei der Darstellung der Kaufkraftbewegungen wird der Umsatz des Einzelhandels der Stadt Brandenburg an der Havel zugrunde gelegt. Der Umsatz mit auswärtigen Kunden wird abgezogen, sodass im Ergebnis der Umsatz, der durch die Brandenburger Bürger generiert wird, der Kaufkraft der Bevölkerung der Stadt Brandenburg an der Havel gegenübergestellt werden kann.

Kaufkraftbewegungen

Der Einzelhandel in der Stadt Brandenburg an der Havel hat im Jahr 2012 insgesamt ca. 85 % der in der Stadt vorhandenen Kaufkraft gebunden. Somit fließt ein Anteil von ca. 15 % der Kaufkraft in konkurrierende Einkaufsorte ab. Die oberzentrale Versorgungsbedeutung des Brandenburger Einzelhandels lässt sich aus einem Anteil von rund einem Drittel des Einzelhandelsumsatzes mit auswärtigen Kunden ableiten.

Abbildung 12 Kaufkraftbewegungen in Brandenburg an der Havel
im Überblick



Quelle: Darstellung und Berechnung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013

Die Kaufkraftbewegungen differenziert nach Warengruppen sind der folgenden Tabelle zu entnehmen. Die höchsten Kaufkraftbindungsquoten in der Stadt Brandenburg an der Havel werden in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel und Blumen, Pflanzen, zoologischen Bedarf mit ca. 97,5 % bzw. 96 % erzielt. Die Bindungsquote für die ebenfalls dem kurzfristigen Bedarf zuzuordnende Warengruppe Gesundheit, Körperpflege ist mit rund 87 % leicht schwächer ausgeprägt.

Für die Warengruppen des mittelfristigen Bedarfsbereichs (Bücher, Schreibwaren, Büro; Bekleidung, Schuhe und Sport, Freizeit, Spiel) beträgt die Kaufkraftbindung des Brandenburger Einzelhandels jeweils zwischen 62,5 % und 71 %.

Die Quoten der Warengruppen des überwiegend langfristigen Bedarfsbereichs (Elektrowaren, Hausrat/Möbel/Einrichtung, Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör) signalisieren dagegen mit ca. 75 %-81 % eine stärkere Anbindung an die diese Sortimente anbietenden Einzelhandelsbetriebe.

Bezogen auf die absoluten Umsatzzahlen werden die höchsten Kaufkraftbindungen in den Warengruppen Nahrungs- und Ge-

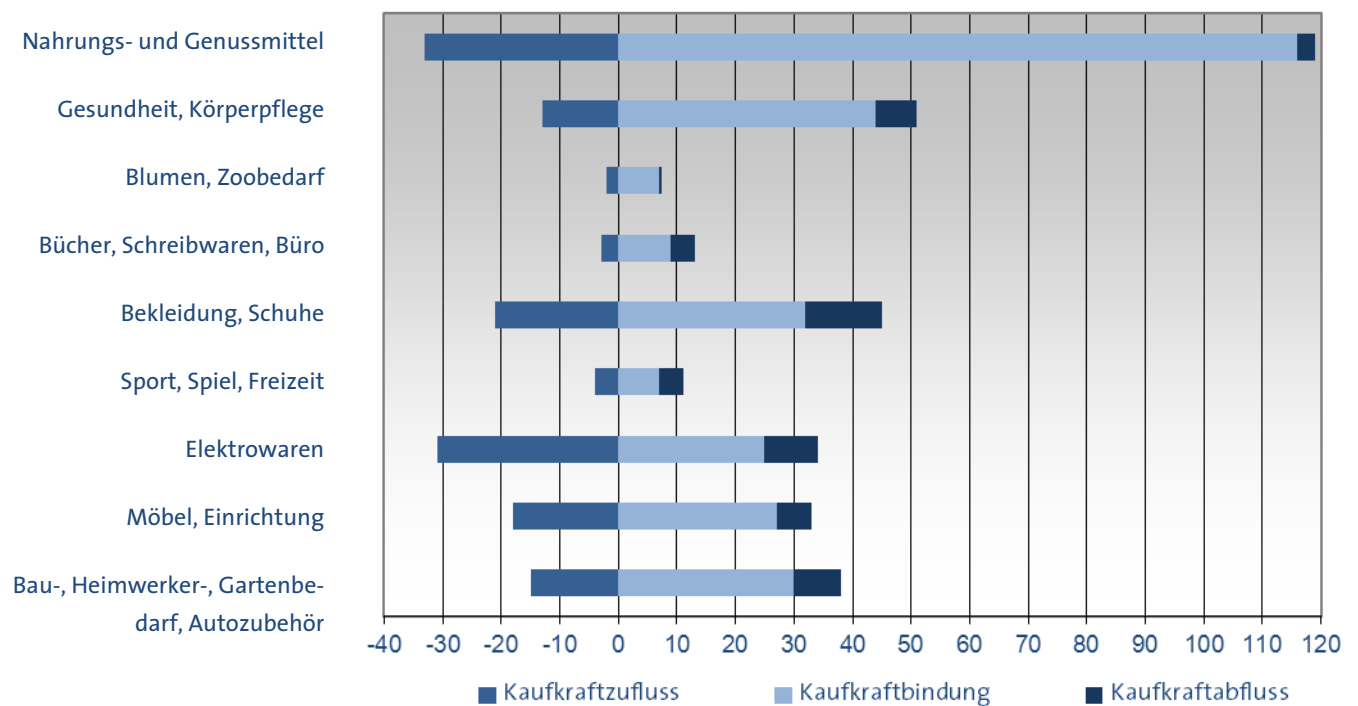
*Kaufkraftbindung nach
Warengruppen*

Kaufkraftbindungen in Mio. EUR

nussmittel (ca. 116 Mio. EUR), Gesundheit/Körperpflege (ca. 44 Mio. EUR), Bekleidung/Schuhe/Schmuck (ca. 32 Mio. EUR) und in den Warengruppen des langfristigen Bedarfs (ca. 26 -30 Mio. EUR) erzielt.

Relevante Kaufkraftabflüsse sind in der Warengruppe Bekleidung, Schuhe, Schmuck zu konstatieren.²⁷ Insgesamt gehen dem Einzelhandel der Stadt Brandenburg an der Havel in diesem Segment rund 13 Mio. EUR verloren.

Abbildung 13 Kaufkraftbewegungen nach Warengruppen (in Mio. EUR)



Quelle: Darstellung und Berechnung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013

²⁷ Für den Umfang der Kaufkraftabflüsse ist hierbei weniger die Verkaufsfläche und die Verteilung der Standorte im Stadtgebiet relevant, als vielmehr die fehlende Präsenz weiterer unterschiedlicher namhafter Betriebe.



Tabelle 9 Kaufkraftbewegungen nach Warengruppen

Warengruppe	Kaufkraft in Mio. EUR	Umsatz in Mio. EUR	Sortiments- umsatz in Mio. EUR	Kaufkraftbindung in Brandenburg an der Havel		Kaufkraftabfluss		Umsatz mit auswärtigen Kunden in Mio. EUR
				in Mio. EUR	in % der Kaufkraft	in Mio. EUR	in % der Kaufkraft	
Nahrungs- und Genussmittel	119,5	204,6	149,3	116,4	97,5	3,0	2,5	34,1
Gesundheit, Körperpflege	50,7	43,8	57,2	44,1	86,8	6,7	13,2	13,3
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	6,9	6,0	8,8	6,6	95,7	0,3	4,3	2,2
Bücher, Schreibwaren, Büro	12,8	6,4	11,3	8,7	68,3	4,0	31,7	2,6
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	44,5	51,8	52,8	31,7	71,1	12,8	28,9	20,4
Sport, Freizeit, Spiel	11,5	5,5	11,5	7,2	62,5	4,3	37,5	4,4
Elektrowaren	34,0	34,5	56,6	25,5	74,8	8,6	25,2	31,1
Möbel, Einrichtung	33,4	38,8	45,3	27,1	81,4	6,2	18,6	18,1
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	37,6	45,8	44,4	29,7	79,1	7,9	20,9	14,7
Summe	350,9	437,3	437,3	297,0	84,7	53,8	15,3	140,8

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

2.4 Entwicklung des Brandenburger Einzelhandels im Zeitraum 2007 bis 2013

2.4.1 Einzelhandelsausstattung und betriebliche Leistungsfähigkeit

Der Einzelhandelsstandort Brandenburg an der Havel hat seit der ersten Untersuchung durch die GMA im Jahr 2007 deutlich an Bedeutung gewonnen:

- Die Verkaufsfläche im gesamten Stadtgebiet hat sich von ca. 147.400 qm auf ca. 165.020 qm erhöht und ist damit um ca. 12 % gestiegen.
- Der Umsatz dieser Betriebe hat von ca. 371,3 Mio. EUR auf aktuell ca. 437,3 Mio. EUR zugenommen, sodass der Zuwachs um ca. 18 % höher ausfällt als der Verkaufsflächenzuwachs.
- Allerdings hat sich diese dynamische Entwicklung in den letzten beiden Jahren deutlich abgeschwächt, die Verkaufsfläche stieg in diesem Zeitraum lediglich um 1 %, während der Umsatz nahezu stagnierte.

Die Zahl der Betriebe hat sich seit 2007 hingegen leicht rückläufig entwickelt (von 607 Betrieben im Jahr 2007 auf 549 Betriebe im Jahr 2013), sodass sich in Brandenburg wie im übergeordneten Bundesgebiet der Trend zu einer größeren Verkaufsfläche je Betrieb widerspiegelt.

Da sich die Bevölkerung im gleichen Zeitraum leicht rückläufig entwickelt hat (minus ca. 3 %), ist die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner gestiegen.

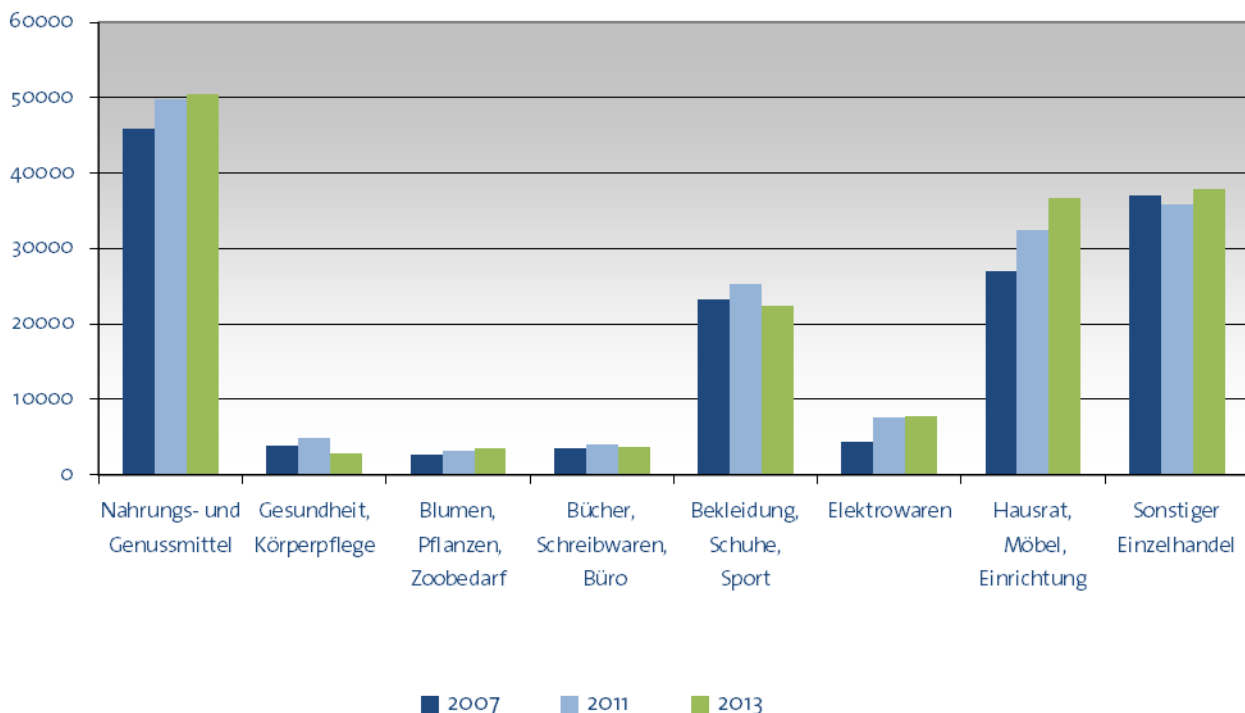
Folgende Entwicklungen ergeben sich in den einzelnen Warengruppen:

- Der Anstieg der Verkaufsfläche in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel um etwa 4.000 qm resultierte im Zeitraum 2007 bis 2011 überwiegend aus Ansiedlungen bzw. Verkaufsflächenenerweiterungen von Netto Discounter²⁸ (Magdeburger Landstraße, Potsdamer Straße), NETTO-Supermarkt (Am Gleisdreieck), von der Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters in der Sankt Annen Galerie sowie eines Getränkemarkts in der Potsdamer Straße. Die Schließungen des Lebensmitteldiscounters in der Straße Am Neuendorfer Sand sowie des Lebensmitteldiscounters im Einkaufszentrum Marienberg haben die Verkaufsflächenentwicklung negativ beeinflusst. In den letzten beiden Jahren sind der Verlust eines Lebensmittel-Discounters (Koenigsmarckstraße) und die Aufgabe der Auktions-Markthalle (Meyerstraße) als größere negative Flächenveränderungen zu konstatieren, während

²⁸ Anm: Innerhalb des Gutachtens wird zwischen Netto Discounter (im Folgenden Netto) und NETTO-Supermarkt (NETTO) unterschieden. Trotz des Namens wird auch letzterer als Lebensmitteldiscounter bewertet.

bei den Zugängen im Wesentlichen auf die Veränderung des Angebotsschwerpunktes eines Sonderpostenmarktes hinzuweisen ist. Allerdings konnten viele Lebensmittel-SB-Betriebe erweitern, sodass im Saldo auch für die letzten beiden Jahre eine positive Verkaufsflächenentwicklung zu verzeichnen ist. Damit werden auch die zahlreichen Betriebsaufgaben im Lebensmittelhandwerk in der Flächenentwicklung dieser Warengruppe nicht sichtbar.

Abbildung 14 Veränderung der Einzelhandelsausstattung der Stadt Brandenburg an der Havel seit 2007*



Quelle: Berechnungen der GMA 2007 und Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen 2011

*Anm: Um eine Vergleichbarkeit der Daten zu gewährleisten, wurde die Branchensystematik von Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen für die Darstellung in die Systematik der GMA überführt.

- Die Verkaufsfläche der Warengruppe Gesundheit, Körperpflege ist im Zeitraum 2007 bis 2011 um rund 950 qm angestiegen, seit 2011 jedoch um ca. 2.000 qm gesunken. Während der Flächenzuwachs im Wesentlichen auf die Betriebseröffnungen von Douglas, Yves Rocher und dm in der Sankt-Annen-Galerie zurückzuführen war, ist der Rückgang der Verkaufsfläche in den letzten beiden Jahren schwerpunktmäßig auf die Aufgabe der Schlecker-Märkte zurückzuführen. Die ebenfalls in den letzten beiden Jahren erfolgte Ansiedlung gesundheitsbezogener Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen in der Bahnhofspassage ging nur in Teilen mit Neuansiedlungen einher, da sie auch mit Schließungen anderer Standorte verbunden war. Ob die Angebotsbün-

delung an diesem Standort in den nächsten Jahren einen weiteren Konzentrationsprozess und die Aufgabe weiterer Betriebsstandorte nach sich ziehen wird, kann derzeit nicht eingeschätzt werden.

- Die Ansiedlung eines Zoo-Fachmarkts (Fressnapf) in der Potsdamer Straße ist die Hauptursache des Anstiegs der Verkaufsfläche in der Warengruppe Blumen, Pflanzen, Zoobedarf von rund 500 qm im Zeitraum 2007 bis 2011. Auch seit 2011 entwickelt sich diese Branche positiv und kann einen weiteren Zuwachs von ca. 300 qm Verkaufsfläche verzeichnen.
- Ein Verkaufsflächenzuwachs von etwa 500 qm ist seit der Vorläuferuntersuchung im Jahre 2007 für die Warengruppe Bücher, Schreibwaren, Büro im Jahr 2011 festzustellen. Begründet wurde dieses maßgeblich durch die Betriebseröffnungen von Thalia und McPaper in der Sankt-Annen-Galerie. Allerdings hat sich die Verkaufsfläche seitdem negativ entwickelt, was vor allem auf die Schließung der bis dahin größten inhabergeführten Buchhandlung zurückzuführen ist.
- Durch die Ansiedlung einer Reihe von Fachgeschäften in der Sankt-Annen-Galerie sowie einer Filiale von KiK in der Magdeburger Landstraße konnte in der Warengruppe Bekleidung, Schuhe, Sport in der Bilanz für den Zeitraum 2007-2011 ein Anstieg der Verkaufsfläche von rund 2.000 qm ermittelt werden. Zu berücksichtigen ist, dass durch die Verlagerung der C&A-Filiale in die Sankt-Annen-Galerie keine gravierende Veränderung eingetreten war. In den letzten beiden Jahren hingegen ist die Verkaufsfläche in dieser innerstädtischen Schlüsselbranche um ca. 2.700 qm zurückgegangen, wobei die größten Flächenveränderungen durch die Aufgabe zweier Bekleidungsfachmärkte (AWG in EKZ Wust und Am Tschirchdamm) entstanden ist. Die größten Bestandsveränderungen in dieser Warengruppe sind im EKZ Wust und in der Innenstadt zu verzeichnen, wobei für die Innenstadt eher ein Trend zu höherwertigen Folgenutzungen zu erkennen ist, während das Angebotsniveau im EKZ Wust kontinuierlich sinkt.
- Die Verkaufsfläche der Warengruppe Elektrowaren ist im Zeitraum 2007 bis 2011 um rund 3.300 qm gestiegen und seitdem nahezu konstant. Maßgeblichen Anteil an dieser Entwicklung hatte die Eröffnung des Elektrofachmarktes (Media Markt) in der Sankt-Annen-Galerie, die im Unterschied zu den anderen betrachteten Branchen jedoch bislang keine größere Wettbewerbswirkung an anderen Standorten ausgelöst hat.
- Rund 5.500 qm betrug der Verkaufsflächenzuwachs im Bereich Hausrat, Einrichtung, Möbel im Zeitraum 2007 bis 2011. Auch seitdem ist ein weiterer Zuwachs von ca. 4.000 qm Verkaufsfläche zu verzeichnen. Allerdings ist perspektivisch ein Verkaufsflächenrückgang in dieser Warengruppe nicht auszuschließen, da der für die positive Verkaufsflächenentwicklung mit verantwort-

liche Fachmarkt Multi-Polster zwischenzeitlich die Aufgabe des Standortes angekündigt hat. Ob diese Entwicklung durch die Wettbewerbsverschärfung in Folge des Markteintritts der Firma Möbel Boss beeinflusst wurde, kann nicht bewertet werden. Bezüglich der übrigen Strukturveränderungen in dieser Warengruppe ist auf die Aufgabe zweier Fachmärkte hinzuweisen, deren Flächenwirkungen jedoch durch die Eröffnungen dreier Anbieter mit einem Angebotsschwerpunkt bei Möbeln aufgefangen werden. Mit Ausnahme der Ansiedlungen von Multi-Polster und Möbel Boss sind jedoch ausschließlich Entwicklungen in Richtung preisorientierter Anbieter (Möbel Aktionsverkauf, An- und Verkauf) festzustellen.

- Einzelhandelsbetriebe der durch die GMA als „Sonstiger Einzelhandel“ zusammengefassten Warengruppe belegten im Jahr 2011 ca. 1.200 qm weniger Verkaufsfläche als drei Jahre zuvor. Seitdem konnte ein Ausbau um ca. 2.000 qm Verkaufsfläche erreicht werden. Überwiegend verantwortlich für diese Veränderungen ist die Fluktuation bei klein- und mittelgroßen Einzelhandelbetrieben.

2.4.2 Einzugsgebiet und Kaufkraftbewegungen

Der dynamische Einzelhandelsausbau im Stadtgebiet beeinflusst nur einige der Eckdaten zur regionalen Ausstrahlungskraft des Brandenburger Einzelhandels:

- Die räumliche Ausstrahlungskraft ist unverändert, die Abgrenzung und Zonen des Einzugsgebietes wurden nicht modifiziert.
- Leichte Bedeutungszuwächse spiegelt die Umsatz-/ Kaufkraftrelation, die von 122,8 % auf 124,6 % gestiegen ist.
- Diese Entwicklung ist im Wesentlichen zurückzuführen auf eine deutliche Steigerung der Kaufkraftbindung im Stadtgebiet: wurden im Jahr 2007 bereits 83 % der im Stadtgebiet vorhandenen Kaufkraft durch den örtlichen Einzelhandel gebunden, so lag dieser Wert in 2013 bei ca. 85 % und konnte somit um ca. 2 Prozentpunkte erhöht werden. Der Kaufkraftzufluss von außerhalb hingegen ist in diesem Zeitraum in seiner relativen Bedeutung konstant geblieben.
- Bezüglich der absoluten Veränderungen ist anzumerken, dass die Kaufkraft im Stadtgebiet seit 2007 von ca. 302,0 Mio. Euro auf ca. 350,9 Mio. Euro gestiegen ist. Somit ist eine Zunahme von ca. 48,9 Mio. Euro zu verzeichnen. Auch der Umsatz hat sich von ca. 370,9 Mio. Euro auf ca. 437,3 Mio. Euro und damit um ca. 66,4 Mio. Euro erhöht. Gleiches gilt für den Umsatz mit auswärtigen Kunden mit einer Zunahme um ca. 21,2 Mio. Euro (von ca. 119,6 Mio. Euro im Jahr 2007 auf ca. 140,8 Mio. Euro im Jahr 2012).

2.5 Entwicklungsperspektiven des Brandenburger Einzelhandels bis zum Jahr 2030

Der zukünftige Verkaufsflächenbedarf in Brandenburg an der Havel hängt von einer Reihe unterschiedlicher Parameter ab; dazu zählen die betriebstypenbezogene Verkaufsflächenentwicklung, die Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung im Einzugsgebiet und die Entwicklung der Flächenproduktivitäten.

2.5.1 Allgemeine Entwicklungen

Von folgenden Annahmen wird bei der Prognose des Verkaufsflächenbedarfs in Brandenburg an der Havel bis zum Jahre 2030 ausgegangen:

Annahmen

- *Verkaufsflächenentwicklung im Einzelhandel:* In den Jahren 2000 bis 2010 lag der Verkaufsflächenanstieg in den neuen Bundesländern bei durchschnittlich 0,3 % pro Jahr.²⁹ Das Wachstumstempo hat sich damit in den letzten Jahren deutlich verlangsamt. Zu berücksichtigen ist, dass die Vielzahl von Schließungen in der Bilanz aktuell derzeit noch durch das Realisieren von Erweiterungen und Ansiedlungen mehr als kompensiert wird und dass sich in diesem Durchschnittswert auch der Saldo prosperierender und sich rückläufig entwickelnder Kommunen darstellt.
- *Bevölkerungsentwicklung:* Die in Abschnitt 1.2.2 dargestellten Bevölkerungsprognosen der Stadt Brandenburg an der Havel beschreiben eine rückläufige Bevölkerungsentwicklung der Stadt Brandenburg an der Havel mit Werten zwischen minus 12,9 % und 18,5 % bis zum Jahr 2030.
- *Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft:* Die reale einzelhandelsrelevante Kaufkraft stagniert. Für die kommenden Jahre wird weiterhin eine Stagnation der realen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben angenommen.
- *Umsatzentwicklung/Verkaufsflächenproduktivität:* Das reale Umsatzvolumen hat sich bundesweit in den vergangenen Jahren rückläufig entwickelt. In vielen Branchen ist die untere Schwelle der durchschnittlichen Flächenproduktivität erreicht. Mit der Intensivierung der Konzentrations- und Marktverdrängungsprozesse wird es zukünftig zu weiteren Betriebsaufgaben und Filialnetzoptimierungen kommen, die teilweise auch wieder steigende Flächenleistungen auslösen werden. Für die Situation in Brandenburg an der Havel ist entscheidend, dass sich die gesamtstädtische Flächenproduktivität in den letzten Jahren tendenziell nur geringfügig erhöht hat.

²⁹ Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE): Zahlenspiegel 2009, S. 23

2.5.2 Umsatzprognose bis zum Jahre 2030

Um die örtlichen Besonderheiten der Stadt Brandenburg an der Havel bei der Berechnung des zukünftigen Verkaufsflächenbedarfs zu berücksichtigen, werden für die Umsatz- (und damit Verkaufsflächen-) Prognose bis zum Jahr 2030 unterschiedliche Annahmen im Hinblick auf die Bevölkerungsentwicklung getroffen. In Szenario A wird von einer rückläufigen Bevölkerungsentwicklung der Stadt Brandenburg an der Havel ausgegangen, die einem Rückgang im Vergleich zu heute von ca. 12,9 % der Einwohner auf ca. 62.000 Einwohner im Jahr 2030 ausgeht. In Szenario B hingegen wird der sogenannte Worst Case einer stärker rückläufigen Einwohnerentwicklung angesetzt, mit einem Verlust von ca. 18,5 % der Einwohner auf ca. 58.000 Einwohner.

Szenarien der Umsatzprognose

In beiden Szenarien wird im Hinblick auf die Marktbedeutung des Brandenburger Einzelhandels ein leichter Ausbau angenommen.

Bei Ansatz folgender Annahmen kann demnach der Gesamtumsatz des Einzelhandels in Brandenburg an der Havel bis zum Jahre 2030 prognostiziert werden:

- Rückläufige Bevölkerungsentwicklung bis 2030
- Rückläufige Kaufkraftentwicklung bis 2030
- Stagnation bzw. Ausbau der Marktposition v. a. durch eine Verbesserung der Angebotsstruktur/Schließung von Versorgungslücken, des Branchenmixes und der absatzpolitischen Maßnahmen
- Konstanter bzw. leicht steigender Kaufkraftzufluss aus dem Umland der Stadt Brandenburg an der Havel (bzw. durch auswärtige Gäste).

Tabelle 10 Umsatzprognose für die Stadt Brandenburg an der Havel bis 2030

Szenario	Kaufkraft in Mio. EUR im Jahr 2030	Kaufkraftbindung in % im Jahr 2030	Kaufkraftbindung in Mio. EUR im Jahr 2030	Kaufkraftzufluss in Mio. EUR im Jahr 2030	Gesamtumsatz in Mio. EUR im Jahr 2030
Szenario A	305,7	88	270,3	137,2	407,5
Szenario B	286,0	88	252,8	137,2	390,0
2013	350,9	85	297,0	140,8	437,3

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2011 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen).

Im Hinblick auf die unterschiedlichen Szenarien der Umsatzprognose lassen sich folgende Ergebnisse zusammenfassen:

Ergebnisse der Umsatzprognosen

- Unter der Annahme des *Szenario A*, dass die Bevölkerungszahl bis zum Jahr 2030 um rund 12,9 % abnimmt und der Einzelhandel in der Stadt Brandenburg an der Havel seine Versorgungsbedeutung für die Verbraucher der Stadt und des Umlandes bis zum Jahre 2030 ausbauen kann, ist ein rückläufiges Umsatzvolumen auf ca. 407,5 Mio. EUR (unter Ansatz aktueller Preise) zu erwarten.

ten. Im Vergleich zum jetzigen Zeitpunkt wird der Umsatz um rund 7 % abnehmen (ca. -29,8 Mio. EUR).

- In *Szenario B* wird die Annahme getroffen, dass der Einzelhandel in der Stadt Brandenburg an der Havel von wesentlich restriktiveren Rahmenbedingungen in Hinblick auf die Bevölkerungsentwicklung betroffen ist. Für das Stadtgebiet wird ein Rückgang der Einwohnerzahl von ca. 18,5 % angenommen. Unter Berücksichtigung dieses Rückgangs kann der Einzelhandel in der Stadt Brandenburg an der Havel bis zum Jahr 2030 ein Umsatzvolumen (unter Ansatz aktueller Preise) von bis zu ca. 390 Mio. EUR erreichen. Gegenüber dem heutigen Umsatzvolumen entspricht das einer Abnahme um etwa 11 % (ca. -47,3 Mio. EUR).
- Beide Berechnungen gehen von höheren Marktanteilen in Stadt und Einzugsgebiet aus. Die hier zusammengefasst dargestellten Werte resultieren aus einer warengruppenbezogenen Abschätzung der Marktchancen. Die Entwicklungspotenziale werden aus der Versorgungsbedeutung des Einzelhandelsstandortes und der regionalen Wettbewerbssituation sowie unter Berücksichtigung spezifischer betriebswirtschaftlicher Anforderungen für die einzelnen Warengruppen abgeleitet.

2.5.3 Verkaufsflächenentwicklung bis zum Jahre 2030

Aufgrund der stark rückläufigen Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung im Stadtgebiet sowie im regionalen Einzugsbereich ist bis zum Jahr 2030 unabhängig vom Bevölkerungsszenario von einem Verkaufsflächenüberhang in der Stadt Brandenburg an der Havel auszugehen. Das bedeutet, dass auch eine deutliche Verbesserung der Positionierung des Brandenburger Einzelhandels in der regionalen Einzelhandelslandschaft – gemessen in Kaufkraftbindungsquoten bei der im Stadtgebiet wohnhaften Bevölkerung und Umsatzzuflüssen von außerhalb – den aus den Bevölkerungsrückgängen resultierenden Umsatz- und Kaufkraftverlust nicht kompensieren kann. Das ergibt sich aus der negativen Bevölkerungsentwicklung im überörtlichen Einzugsgebiet des Brandenburger Einzelhandels, wird aber teilweise aufgefangen durch einen leichten Zuwachs an Umsätzen im Einzelhandel aus dem sich positiv entwickelnden Tourismus.³⁰

Dieser Überhang wird unter Verwendung durchschnittlicher Verkaufsflächenproduktivitäten aus den prognostizierten Umsatzerwartungen für das Jahr 2030 errechnet.

Berechnung des Verkaufsflächenzusatzbedarfs

³⁰ Die Bundesgartenschau wird sicherlich im Veranstaltungsjahr 2015 zu einem deutlichen Zuwachs an touristischen Umsätzen auch im Brandenburger Einzelhandel führen, der allerdings auf Dauer nicht gehalten werden kann, sofern nicht weitere Attraktionen ein stetiges Ansteigen des Tourismus im Stadtgebiet unterstützen.

Tabelle 11 Prognostizierter Verkaufsflächenüberhang in der Stadt Brandenburg an der Havel bis zum Jahr 2030 nach Warengruppen

Warengruppen	Verkaufsflächenüberhang in qm*		VK aktuell	Rückgang in %	
	Szenario A	Szenario B		Szenario A	Szenario B
Nahrungs- und Genussmittel	4.065	5.715	50.400	8,0	11,3
Gesundheit, Körperpflege	290	625	3.460	8,3	18,0
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	440	650	3.455	12,7	18,8
Bücher, Schreibwaren, Büro	-	125	1.365	-	9,1
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	870	1.845	22.820	3,8	8,0
Sport, Freizeit, Spiel	(-95)	135	3.825	+2,4	3,5
Elektrowaren	825	1.160	7.930	10,4	14,6
Möbel, Einrichtung	1.810	3.000	31.595	5,7	9,4
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	2.355	3.820	40.170	5,8	9,5
Summe	10.560	17.075	165.020	6,3	10,3

*Anm.: Verkaufsflächenüberhang gegenüber Bestand im August 2013

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2011 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Die warengruppenbezogene Darstellung soll im Rahmen einer Modellrechnung verdeutlichen, welche Angebotsbereiche stärker als andere von einem Verdrängungswettbewerb betroffen sein werden und welche Marktchancen trotz der restriktiven Rahmenbedingungen bestehen. In den Warengruppen, in denen die prozentualen Rückgänge der Verkaufsfläche stärker differieren als in anderen, wurde für das Positivszenario eine stärkere Marktanteilssteigerung angesetzt. Die Realisierung dieser verbesserten Marktposition hängt allerdings immer davon ab, die „richtigen“ Konzepte umzusetzen, d. h. einerseits Zielgruppen zu beobachten, andererseits Trends zu erkennen.

Szenario A

Folgende Aussagen sind für die Warengruppen zu treffen:

- Es ist ersichtlich, dass es in jedem Fall zu deutlichen Verkaufsflächenüberhängen im Segment der Nahrungs- und Genussmittel kommen wird. Ursächlich für diese Einschätzung ist die bereits heute hohe Kaufkraftbindungsquote im Stadtgebiet, die kaum zu steigern ist. Der Umsatzzufluss aus dem Umland lässt sich ebenfalls nur begrenzt steigern, da das Lebensmittelangebot aufgrund des demografischen Wandels zukünftig auch im Umland stärker wohnungsnah nachgefragt werden wird. Da das ländlich geprägte Umland ebenfalls von starken Bevölkerungsrückgängen geprägt sein wird, dürfte das Netz an Nahversorgungsstandorten jedoch Lücken aufweisen, von denen der Brandenburger Einzelhandel profitieren kann. Der touristische Umsatzanteil in diesem Segment ist nachrangig, sodass sich auch bei dieser Zielgruppe allenfalls begrenzte Entwicklungspotenziale ergeben. Es ist da-

Nahrungs- und Genussmittel

von auszugehen, dass viele Standorte der Lebensmittel-SB-Betriebe im Stadtgebiet in den nächsten Jahren aufgegeben werden – ungeachtet der Möglichkeit einer weiteren Unternehmenskonzentration in dieser Sparte. Damit stehen viele Objekte leer, die in Abhängigkeit von der bauplanungsrechtlichen Situation am Standort Folgenutzungen nach sich ziehen, die mit zentrenrelevanten Sortimenten den Wettbewerbsdruck auf die Innenstadt erhöhen. Gleichwohl wird die nachfolgende Betrachtung der Versorgungslagen im Stadtgebiet aufzeigen, dass einige zentrale Versorgungsbereiche nur dann perspektivisch existenzfähig sind, wenn die dort ansässigen Lebensmittelmagnetbetriebe verlagert und/oder erweitert werden.

- Trotz der durch die Aufgabe der Schlecker-Märkte entstandenen Lücken in der Versorgung ergibt sich für die Warengruppe Gesundheit, Körperpflege in den nächsten Jahren ein Angebotsüberhang. Das bedeutet wiederum, dass die notwendigen Angebotsergänzungen (im Hauptzentrum: Höherwertige Angebote, in den Nahversorgungszentren: Angebote des täglichen Bedarfs) einer intensiveren Wettbewerbssituation ausgesetzt sein werden. Das gilt gleichermaßen für Drogeriemärkte wie für die spezialisierten Anbieter von gesundheitsbezogenem Einzelhandel.
- Nur bei Blumen/zoologischem Bedarf und ergeben sich leichte Überhänge, die ebenfalls eine Marktsättigung signalisieren.
- Anders hingegen stellt sich die Situation im Segment Bücher, Schreibwaren dar. Hier hat in den letzten Jahren bereits eine Bereinigung stattgefunden, sodass in den nächsten Jahren von einer Stagnation der Verkaufsflächenausstattung im Stadtgebiet auszugehen ist.
- Auch für die Warengruppe Bekleidung, Schuhe, welche für die Positionierung und Entwicklung des Hauptzentrums bedeutsam ist, wird sich in den nächsten Jahren in der Gesamtbetrachtung eine Wettbewerbsverschärfung ergeben. Hierbei ist allerdings zu berücksichtigen, dass bestimmte Segmente auch weiterhin im Brandenburger Angebot nicht oder nur unzureichend vertreten sind, sodass eine sorgfältige Prüfung der Marktchancen bei Erweiterungen oder Ansiedlungen anzuraten ist.
- Die Warengruppe Sport, Freizeit, Spiel erhält in den nächsten Jahren einerseits positive Impulse aus der Veränderung der Bevölkerungsstruktur (u. a. ältere und nicht im Erwerbsleben stehende Bevölkerung, aktiveres Freizeitverhalten), andererseits negative Einflüsse (u. a. sinkende Zahl von Kindern). Auch in dieser Warengruppe dürfte der Markterfolg entscheidend davon abhängen, zielgruppenorientierte Betriebskonzepte zu entwickeln und sich auf die wachsenden Teilsegmente zu stützen. Hier sind geringe Schwankungen um die bestehende Verkaufsflächenaus-

Gesundheit, Körperpflege

Blumen, Zoobedarf

Bücher, Schreibwaren

Bekleidung, Schuhe

Sport, Spiel, Freizeit

stattung sowohl in Richtung einer leichten Erhöhung als auch eines leichten Abbaus möglich.

- Auch bei den Elektrowaren dürfte nach der Ansiedlung des Fachmarktes Media Markt die Gesamtverkaufsfläche im Stadtgebiet ein perspektivisch hohes Niveau erreicht haben. Allerdings erreicht gerade diese Warengruppe eine hohe Dynamik auf Produktebene, die sich auch auf Betriebskonzepte auswirken kann, sodass Ansiedlungen wiederum auf ihre Marktgängigkeit zu prüfen sind. Eine weitere verbesserte Marktposition des Brandenburger Einzelhandels wird daher auch in dieser Sparte für möglich gehalten. Gleichwohl ist in den nächsten Jahren eine Marktbereinigung zu erwarten – verbunden mit einem Verkaufsflächenrückgang.
- Bei Möbeln und Einrichtungsbedarf sind die Entwicklungsperspektiven des Standortes begrenzt, insbesondere durch die fehlende Autobahnanbindung, die von größer dimensionierten Anbietern gefordert wird. Der Überhang erreicht dabei Werte, die sich nicht wesentlich im Markt bemerkbar machen werden.
- Gleiches gilt für die Warengruppe Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör, die durch großflächige Betriebseinheiten charakterisiert ist.

Elektrowaren

Möbel, Einrichtungsbedarf

Bau-/Gartenbedarf, Autozubehör

2.5.4 Aktuelle Einzelhandelsplanungen bzw. Bestandsentwicklungen

Die errechneten Verkaufsflächenüberhänge beziehen sich auf die Verkaufsflächenausstattung zum Zeitpunkt der Erhebung im Monat August 2013. Durch Betriebsaufgabe nach Abschluss der Erhebung aufgegebenen Verkaufsflächen können somit dem errechneten Verkaufsflächenüberhang der entsprechenden Warengruppe abgezogen werden. Andererseits sind ggf. zwischenzeitlich durch Betriebsansiedlungen bzw. -vergrößerungen hinzugewonnene Verkaufsflächen der jeweiligen Warengruppe dem Überhang zuzurechnen.

So erhöht die zwischenzeitlich erfolgte Verlagerung und Erweiterung des REWE-Vollsortimenters am Standort Tschirchdamm (von ca. 1.500 auf 1.800 qm Verkaufsfläche) den Überhang bei Nahrungs- und Genussmitteln, während die vorgenommene Betriebschließung des Praktiker- Bau- und Gartenmarkts an der Upstallstraße neue Verkaufsflächen in dieser Warengruppe ermöglicht.

*aktuelle Einzelhandelsentwicklungen
in der Stadt Brandenburg an der
Havel*

Im Zusammenhang mit der Frage, welche Entwicklungspotenziale für den Einzelhandelsstandort Brandenburg an der Havel noch bestehen, ist auch auf folgende Ansiedlungs-/Erweiterungsplanungen hinzuweisen:

- Ansiedlung eines Edeka-Supermarktes in der Gördenalle (zwischen Wiener und Berner Straße) mit rund 1.600 qm Verkaufsfläche
- Erweiterung des Edeka-Aktiv-Supermarktes in der Werner-Seelenbinder-Straße um ca. 450 qm auf insgesamt ca. 1.100 qm Verkaufsfläche
- Erweiterung des REWE im Einkaufszentrum Görden um rund 520 qm auf insgesamt ca. 1.390 qm Verkaufsfläche
- Kleinflächige Einzelhandelsansiedlungen mit insgesamt 1.550 qm Verkaufsfläche in der Neuendorfer Straße (Drogeriemarkt mit rund 625 qm ist bereits genehmigt, Textilfachmarkt mit rund 460 qm, Schuhfachmarkt mit ca. 370 qm und Apotheke mit ca. 95 qm Verkaufsfläche befinden sich im Genehmigungsverfahren)

Demgegenüber ist auch von einigen Standortaufgaben auszugehen:

- Aldi in der Willibald-Alexis-Straße mit rund 755 qm Verkaufsfläche
- Netto in der Willi-Sänger-Straße mit rund 700 qm Verkaufsfläche
- Edeka-Aktiv-Supermarkt in der Haydnstraße mit rund 650 qm Verkaufsfläche
- Bereits geschlossen haben die Betriebe Multipolster in Jacobstraße (ca. 2.000 qm Verkaufsfläche) und Praktiker in der Upstallstraße (ca. 5.970 qm Verkaufsfläche). Aufgrund des Zeitpunkts der Einzelhandelserfassung sind sie jedoch noch in den Bestandszahlen enthalten.

Im Rahmen eines ersten Fazits ist somit festzuhalten, dass sich der Überhang bei Nahrungs- und Genussmittel durch die angekündigten Planungen weiter verstärken wird, während sich in den Non-food-Segmenten auch neue Marktchancen für Einzelhandelsbetriebe ergeben.

Letztlich ist aber auch zu berücksichtigen, dass jedes aufgegebene Ladenlokal durch eine einzelhandelsbezogene Folgenutzung erneut in die Betrachtung der Entwicklungsperspektiven einzustellen ist.

3 Zentrenkonzept für die Stadt Brandenburg an der Havel

3.1 Grundsätzliche Anmerkungen

3.1.1 Einzelhandelskonzept als räumliches Steuerungsinstrument

Die Vorgaben zur Einzelhandelsplanung im Bundesland Brandenburg finden sich

Notwendigkeit eines Zentrenkonzepts

- im Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg (LEP B-B) vom 31. März 2009 und
- im sog. Einzelhandelserlass (= Bauplanungsrechtliche Beurteilung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben – Einzelhandels-

erlass – Runderlass Nr. 23/1/2007 des Ministeriums für Infrastruktur und Raumordnung vom 10. April 2007).

Der Einzelhandelserlass führt zum Thema „Gemeindliche Einzelhandelskonzepte“ aus:

„Mit der Aufstellung von gemeindlichen Einzelhandelskonzepten und der planungsrechtlichen Absicherung dieser Konzepte durch Bauleitpläne können die Gemeinden ihre Zentren und Nebenzentren entwickeln und eine ausgewogene Versorgungsstruktur gewährleisten. (...) Einzelhandelskonzepte schaffen einerseits eine Orientierungs- und Beurteilungsgrundlage für die Bauleitplanung und die Beurteilung von Vorhaben und andererseits Planungs- und Investitionssicherheit für den Einzelhandel, Investoren und Grundstückseigentümer. Einzelhandelskonzepten kommt zudem Bedeutung zu

- im Rahmen des Abstimmungsgebots gemäß § 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB
- bei der Zulassung von Einzelhandelsvorhaben im unbeplanten Innenbereich gemäß § 34 Abs. 3 und Abs. 3a BauGB
- bei der Aufstellung eines Bebauungsplans nach § 9 Abs. 2a BauGB und
- bei der Anwendung von § 171f BauGB (private Initiativen der Stadtentwicklung, zum Beispiel Business Improvement Districts) (...).

Die Einzelhandelskonzepte sollen insbesondere einen Überblick über vorhandene und potenzielle Einzelhandelsstandorte und deren Entwicklungspotenziale geben und Aussagen zu den einzelhandelspezifischen Qualitäten (zum Beispiel besondere Sortimentsstruktur, Lagegunst, Synergien) und Quantitäten (zum Beispiel Verkaufsflächengrößen, Erweiterungsmöglichkeiten) enthalten.“

In den Einzelhandelskonzepten legen die Gemeinden ihre Entwicklungsziele für den Einzelhandel fest, dazu gehört die angestrebte Einzelhandelsausstattung für die angemessene Versorgung der Bevölkerung. Die Gemeinden bestimmen ferner die Standorte für die weitere Entwicklung des Einzelhandels (Zentrenstruktur wie Nahversorgungszentren, Neben- und Stadtteilzentren, Kerngebiete in der Innenstadt für die mittel- und oberzentrale Versorgung, Sondergebiete). Die Einzelhandelskonzepte sind bei der Bauleitplanung als „sonstige städtebauliche Planungen“ i. S. d. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zu berücksichtigen.

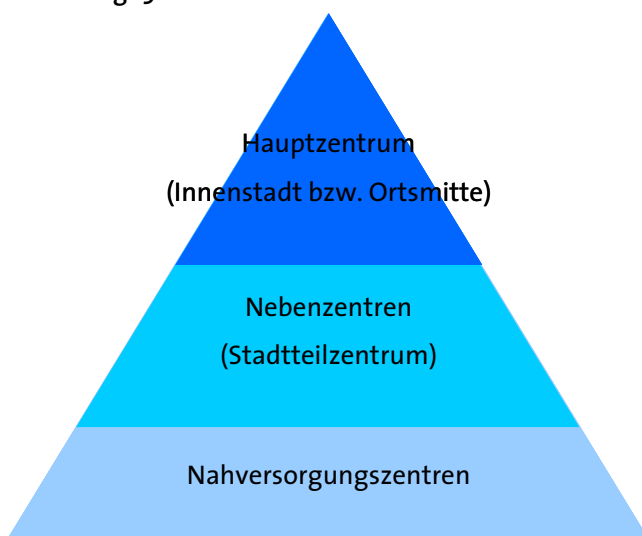
Kernelement eines Zentren- und Einzelhandelskonzepts ist ein räumlich-funktionales Zentrenmodell, das die planerisch gewollte Zentrenhierarchie einer Gesamtstadt darstellt. Neben der vorhandenen Standortstruktur hat das Zentrenmodell auch Entwicklungsperspektiven zu berücksichtigen. Auch im Einzelhandelserlass des

Landes Brandenburg werden für integrierte Versorgungslagen folgende drei Hierarchiestufen unterschieden:

- Hauptzentren
- Neben- oder Stadtteilzentren
- Nahversorgungszentren

Dabei versorgen die Hauptzentren (Innenstädte bzw. Ortsmitten der Gemeinden) die gesamte Kommune bzw. bei mittel- oder oberzentraler Funktion der Gesamtstadt auch umliegende Städte und Gemeinden. Nebenzentren sind zuständig für die Versorgung funktional zugeordneter Stadt- und Ortsteile, während die Versorgungsaufgaben von Nahversorgungszentren auf die unmittelbar umliegenden Wohnsiedlungsbereiche ausgerichtet sind. Die Einstufung sollte nach quantitativen Kriterien (z. B. Verkaufsflächenbestand, Anzahl der Dienstleister) und qualitativen Aspekten (z. B. räumlich-funktionale Gliederung, Einkaufsorientierung) erfolgen, die nachfolgend konkretisiert werden. Das hat zur Folge, dass nicht jede Stadt oder Gemeinde über alle drei Zentren typen verfügt. Wichtig für die Zentrenkonzeption ist die Formulierung von städtebaulichen und stadtentwicklungsrelevanten Zielvorstellungen für jedes Zentrum, welche die Grundlage späterer stadtpolitischer Entscheidungen bilden. So sollte ein Zentren- und Einzelhandelskonzept auch Aussagen zur Einzelhandelsentwicklung außerhalb der Zentren treffen.

Abbildung 15 Zentrenhierarchie



Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2011

Die räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche hat mit den Novellierungen des BauGB 2004 und 2007 eine zentrale Bedeutung für die Steuerung des Einzelhandels übernommen. Die räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche ergibt sich aus den tatsächlichen örtlichen Verhältnissen (z. B. Bestand, Leerstände, städtebauliche Anbindung) sowie aufgrund planerischer

räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche

Konzeptionen zur Entwicklung des Standorts (z. B. Einbezug von Entwicklungsflächen). Wichtig ist eine parzellenorientierte Abgrenzung, um eindeutige Vorgaben für die zukünftige Entwicklung bereit zu stellen.

Die planungsrechtliche Steuerung des Einzelhandels ist nur in Kombination mit der Entwicklung und Verabschiedung einer ortsspezifischen Auflistung der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente möglich. Diese ortsspezifische Differenzierung berücksichtigt den Status quo in den Zentren wie auch deren perspektivische Entwicklung.

ortsspezifische Sortimentsliste

Der bloße Verweis auf die im Anhang des Einzelhandelserlasses genannten Sortimente reicht daher nicht aus; gleichwohl ermöglicht er als Gliederungshilfe die Analyse der spezifischen Situation im Brandenburger Stadtgebiet.

Die benannten Kernelemente eines Einzelhandels- und Zentrenkonzepts bilden die wesentliche Orientierungs- und Entscheidungshilfe für Verwaltung und Politik. Es gilt allerdings im Einzelfall zu prüfen, welche bauleitplanerischen Festsetzungen städtebaulich gerechtfertigt werden können und mit dem Abwägungsgebot vereinbar sind.

Orientierungs- und Entscheidungshilfe

3.1.2 Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche

Ein vielfältiges und attraktives Einzelhandelsangebot ist wesentliche Voraussetzung für lebendige Zentren. Allerdings sind auch andere Elemente für lebendige Zentren wichtig, die sich wiederum gegenseitig positiv beeinflussen:

- Dienstleistungs-, Gastronomie-, Freizeit- und Kulturangebote ermöglichen den Kunden Kombinationsmöglichkeiten mit dem Einkauf und verlängern den Aufenthalt in den Zentren.
- Die Gestaltung des öffentlichen Raums kann attraktive Aufenthaltsmöglichkeiten für Jung und Alt schaffen. Zusammen mit einer ansprechenden Gestaltung von Fassaden und Schaufenstern und einem einladenden Gesamteindruck wird eine angenehme Einkaufsatmosphäre gefördert.
- Eine gute Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV), dem motorisierten Individualverkehr (MIV) und für Fußgänger sowie Fahrradfahrer ist die Voraussetzung, dass alle Bevölkerungsgruppen die Zentren erreichen können.
- Wohnen und Arbeiten in direkter Nachbarschaft (Nutzungsmischung) verschafft dem Einzelhandel unmittelbaren Zulauf als Basispotenzial und belebt die Zentren auch außerhalb der Geschäftszeiten.

Die aufgeführten Rahmenbedingungen für lebendige Zentren werden genutzt, um in Verbindung mit den überörtlichen Vorgaben die Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche abzuleiten.

Zentrale Versorgungsbereiche von Haupt- und Nebenzentren zeichnen sich durch folgende Merkmale aus:

Merkmale von Haupt- und Nebenzentren

- Ein vielfältiges und dichtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungs- und Dienstleistungseinrichtungen der Verwaltung, der Bildung, der Kultur, der Gesundheit, der Freizeit und des Einzelhandels
- Eine städtebaulich integrierte Lage
- Eine gute verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personen-nahverkehrsnetz

Für Haupt- und Nebenzentren ist neben der Größe des Einzugsbereichs eine gewisse Besatzdichte mit Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben charakteristisch.

Aber auch die Ausstattung eines Nahversorgungszentrums in einem Ortsteil oder Quartier sollte idealtypisch nicht nur Einzelhandelsangebote des täglichen Bedarfs, sondern auch Angebote aus dem Dienstleistungssektor wie z. B. Post, Bankfiliale, Ärzte und Frisör umfassen. Je breiter der Angebots- und Nutzungsmix strukturiert ist, umso höher sind die Versorgungsqualität und damit die Attraktivität des Zentrums.

Merkmale von Nahversorgungszentren

Tabelle 12 Angebotsstruktur eines Nahversorgungszentrums

Einzelhandel und Dienstleistungen	Grundausrüstung	Vollsortimenter/Discounter Lebensmittelhandwerk (Bäcker, Metzger) Post und Geldinstitut (mindestens Postagentur und Geldautomat) Frisör
	wünschenswerte Ergänzungen	Kiosk, Schreibwarengeschäft Apotheke Arzt Blumengeschäft Reformwaren Gastronomiebetrieb Reinigung Reisebüro

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010

Unstrittig ist, dass Nahversorgungslagen mittelfristig nur dann funktionsfähig sind, wenn die Grundfrequentierung durch einen leistungsfähigen Lebensmittel-SB-Betrieb sichergestellt wird. Dieses

Kriterium war bereits im GMA-Konzept aus dem Jahr 2007 als wesentlich eingestuft worden; an diesem Merkmal wird festgehalten.

3.1.3 Schutz von zentralen Versorgungsbereichen

Die in der Praxis wichtigste Funktion von zentralen Versorgungsbereichen ist die durch sie entfaltete Schutzwirkung.

- § 11 (3) BauNVO sieht vor, dass durch großflächige Einzelhandelsbetriebe nur innerhalb von Kern- oder Sondergebieten angesiedelt werden dürfen, wenn erwartet wird, dass von ihnen mehr als unwesentliche Auswirkungen auf die Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung zu erwarten sein können. Dabei werden Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche ausdrücklich genannt.
- § 34 (3) BauGB begrenzt die Zulässigkeit von Vorhaben innerhalb im Zusammenhang bebauter Ortsteile dahingehend, dass von ihnen keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein dürfen.

Maßgeblich für die Prüfung „schädlicher Auswirkungen“ sind in der Regel vorhabenbezogene städtebauliche Wirkungs- oder Verträglichkeitsanalysen, in denen die durch das Vorhaben zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekte für den bestehenden Einzelhandelsbestand prognostiziert werden. Unter Berücksichtigung der handelswirtschaftlichen und städtebaulichen Rahmenbedingungen der von Umsatzumverteilungen betroffenen Standorte werden dann Aussagen zur städtebaulichen Verträglichkeit abgeleitet.

Entscheidend für die städtebauliche Bewertung des Vorhabens ist die Frage, ob durch die aufgezeigten handelswirtschaftlichen Umsatzeffekte die Funktionalität von zentralen Versorgungsbereichen oder der Nahversorgung in Wohngebieten gefährdet wird.

Städtebauliche Auswirkungen können dann eintreten, wenn innerhalb zentraler Versorgungsbereiche solche bestehenden Einzelhandelsbetriebe durch die durch das Planvorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte gefährdet würden, die für die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs von Bedeutung sind.

Als Erheblichkeitsschwelle einer Umsatzumverteilung, die auf negative städtebauliche Auswirkungen hinweist, wird oftmals eine Umverteilung von 10 % des projektrelevanten Umsatzes in einem zentralen Versorgungsbereich angenommen. In der Rechtsprechung wird jedoch darauf verwiesen, dass für die städtebauliche Verträglichkeit großflächiger Vorhaben stets auch die spezifischen Gege-

benheiten eines zentralen Versorgungsbereichs und die wirtschaftliche Stabilität der Anbieter zu berücksichtigen sind.¹³

In der Folge ist davon auszugehen, dass auch bei Unterschreitung einer Umsatzumverteilungsquote von 10 % je nach Ausgangssituation negative städtebauliche Auswirkungen induziert werden können. Mit der gleichen Argumentation kann postuliert werden, dass auch Umsatzumverteilungen von mehr als 10 % nicht zwangsläufig zu diesen mehr als unwesentlichen Auswirkungen führen müssen. Dementsprechend wird auch die Spannweite möglicher Schwellenwerte in der Rechtsprechung zwischen 10 % und 30 % diskutiert.¹⁴

3.2 Zentrenhierarchie

Zur Untersuchung der Zentrenstruktur der Stadt Brandenburg an der Havel wurden umfangreiche handelswirtschaftliche und städtebauliche Analysen durchgeführt. Diese geben Aufschluss über Stärke, Ausstrahlung und Bedeutung von zentralen Versorgungsbereichen und der räumlichen Verteilung weiterer Versorgungsangebote. Darüber hinaus wurden der (handelswirtschaftliche) Handlungsbedarf und die hieraus ggf. abzuleitende Einbeziehung von Potenzialflächen berücksichtigt.

In der Stadt Brandenburg an der Havel prägt mit dem Hauptzentrum Innenstadt ein zentraler Versorgungsbereich die Versorgungsbedeutung des Oberzentrums. In diesem Hauptzentrum wird ein breites und tiefes Warenangebot in vielen Bedarfsbereichen vorgehalten. Dabei übernimmt das Hauptzentrum aufgrund der vorliegenden Angebotsstruktur auch eine wichtige Nahversorgungsfunktion. Durch die Ansiedlung der Sankt-Annen-Galerie hat sich die Bedeutung der Versorgungsfunktion des Hauptzentrums in den letzten Jahren weiter verstärkt.

Hauptzentrum Innenstadt

Analog zur definierten Zentrenhierarchie des nicht beschlossenen Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2011 werden aktuell nur Hauptzentrum und Nahversorgungszentren unterschieden. Aufgrund der negativen Bevölkerungsentwicklung sowie fehlender ausgeprägter qualitativer Unterschiede zwischen den untergeordneten zentralen Versorgungsbereichen wird auf die im GMA-Einzelhandelsgutachten von 2007 enthaltene Kategorie „B-Zentrum“, die einem Neben- oder Stadtteilzentrum vergleichbar wäre, verzichtet. Tatsächlich übernehmen alle zentralen Versorgungsbereiche außer der Innenstadt primär Nahversorgungsfunkti-

zwei Zentrentypen in Brandenburg an der Havel

¹³ vgl. OVG Münster 10 D 148/04.NE vom 28. Dezember 2005 („Centro-Urteil“)

¹⁴ vgl. OVG Münster, Urteil vom 30.09.2009, 10 A 1676/08; OVG Potsdam NVwZ 1999, 434; OVG Koblenz NVwZ-RR 2001, 638; OVG Koblenz 8 B 12650/98 vom 8. Januar 1999; OVG Weimar 1 N 1096/03 vom 20. Dezember 2004

onen und weisen auch eine dementsprechende sortimentsspezifische Verkaufsflächengliederung auf.

Jedoch ergeben sich aufgrund der festgestellten Einzelhandels- und Zentrenentwicklung seit dem Jahr 2011 modifizierte gutachterliche Empfehlungen, welche Standorte als zentrale Versorgungsbereiche abzugrenzen sind (vgl. Tabelle 13).

Neben dem Hauptzentrum werden zehn Nahversorgungszentren abgegrenzt, die sowohl in der Tabelle 13 als auch in der weiteren Erläuterung entsprechend der administrativen Gliederung der Stadtteile (von Nr. 1 bis 8) behandelt werden, nicht entsprechend ihrer Ausstattung oder Bedeutung.

Es wird deutlich, dass einige zentrale Versorgungsbereiche (Innenstadt, Am Neuendorfer Sand, Neuendorfer, Straße, Wilhelmsdorfer Straße, EKZ Görden Tschirchdamm) bereits seit 2007 konstant als solche eingestuft werden, auch wenn die hierarchische Zuordnung teilweise modifiziert wurde.

Andere Einzelhandelslagen in der Stadt Brandenburg an der Havel weisen eine weniger stabile Versorgungssituation auf, sodass sie jeweils im Kontext der gesamtstädtischen Zentrenstruktur zum Zeitpunkt der Konzepterstellung sowie unter Berücksichtigung standortspezifischer Entwicklungsziele anders bewertet wurde bzw. werden:

- Die Standorte EKZ Marienberg und Willi-Sänger-Straße wurden nur im Jahr 2007 durch die GMA als zentrale Versorgungsbereiche bewertet. Seit 2011 wird eine entsprechende Standortqualität und -ausstattung nicht mehr erkannt.
- Das Einkaufszentrum Havelpassage (inkl. der direkt angrenzenden Einzelhandelsnutzungen) wurde in den Jahren 2007 und 2011 als Nahversorgungszentrum eingestuft. Die Entwicklungen in den letzten Jahren sowie zukünftige Betreiberplanungen (Schließung eines ansässigen Lebensmitteldiscounters) in Verbindung mit den städtebaulichen Zielsetzungen in der Stadt Brandenburg an der Havel (vgl. hierzu zentraler Versorgungsbereich Wiener Straße) ermöglichen eine solche Einstufung aus gutachterlicher Sicht heute nicht mehr.
- Die Standorte Altstadt, Genthiner Straße und Werner-Seelenbinder-Straße wurden im Jahr 2007 als Nahversorgungszentren eingestuft. Durch das Konzept im Jahr 2011 wurden dringende Entwicklungsempfehlungen an die Stadt Brandenburg an der Havel gerichtet, um die Einzelhandelslagen tatsächlich als zentrale Versorgungsbereiche zu qualifizieren. Im hier vorliegenden Konzept werden sie analog zur Situation im Jahr 2007 wieder als Nahversorgungszentren bewertet, gleichwohl wiederum an städtebauliche Zielsetzungen und handelswirtschaftliche Empfehlungen geknüpft.

*wohnungsnah Versorgung durch
Nahversorgungszentren*

- Im vorliegenden Konzept wird zudem erstmalig die Abgrenzung von Nahversorgungszentren an den Standorten Wusterwitzer Straße und Ziesarer Landstraße empfohlen. Auch das erfolgt in Verbindung mit städtebaulichen und handelswirtschaftlichen Entwicklungsempfehlungen.

Zur Darstellung der Angebotsstruktur in der folgenden Tabelle werden ergänzende Hinweise gegeben, die dann in den Abschnitten zu den einzelnen zentralen Versorgungsbereichen ausführlich erörtert werden:

Merkmale der Nahversorgungszentren

- Im Nahversorgungszentrum Neuendorfer Straße sind zusätzlich zum dargestellten Einzelhandelsbestand bereits weitere Einzelhandelsansiedlungen genehmigt.
- Im Nahversorgungszentrum Altstadt ist derzeit kein Lebensmittel-Magnet-Betrieb ansässig.
- Die Einzelhandelsausstattung der zentralen Versorgungsbereiche Wilhelmsdorfer Straße, Ziesarer Landstraße, Werner-Seelenbinder-Straße und Wusterwitzer Straße liegt unter 1.000 qm und ist damit im Vergleich zu den anderen zentralen Versorgungsbereichen als unterdurchschnittlich zu bewerten. Die damit verbundenen gutachterlichen Handlungsempfehlungen folgen im weiteren Verlauf des Kapitels.
- Der zentrale Versorgungsbereich Wiener Straße wird erstmalig in diesem Zentrenkonzept thematisiert. Am Standort ist die Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters geplant, der in Verbindung mit den bestehenden Einzelhandelsnutzungen die Versorgungsfunktion eines zentralen Versorgungsbereichs übernehmen kann.

Für die Stadt Brandenburg an der Havel sind zudem vier dezentrale Agglomerationsstandorte für das Gesamtangebot von Bedeutung:

Ergänzung durch vier dezentrale Agglomerationsstandorte

- Brandenburger EKZ Wust
- Potsdamer Straße/Alte Potsdamer Straße
- Beetzsee-Center
- Upstallstraße

Diese nicht städtebaulich integrierten Standorte übernehmen regionale Versorgungsfunktionen weisen eine hohe Wettbewerbsintensität bezogen auf die Brandenburger Innenstadt auf, da sich die dort vorgehaltenen Sortimente und Betriebstypen überschneiden. Eine Ergänzung durch private oder öffentliche Dienstleistungen besteht typischerweise nicht. Die Standortsituationen werden in Kapitel 3.6 erläutert.



Tabelle 13 Zentrale Versorgungsbereiche – Angebotsstruktur und Verflechtungsbereiche der Lebensmittelmarktbetriebe

Zentraler Versorgungsbereich 2013	Zahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in qm	Lebensmittel- marktbetrieb	Einwohner in fußläu- figer Erreichbarkeit des Lebensmittel- marktbetriebs	Einwohner im Verflechtungs- bereich des Ver- sorgungszentrums	Einstufung im Jahr 2007	Empfohlene Einstu- fung im Jahr 2011
HZ Innenstadt	159	24.130	REWE	6.287	5.480*	A-Zentrum	Hauptzentrum
NVZ Am Neuendorfer Sand	11	4.375	NP-Niedrig-Preis, Netto	2.146/2.046	4.980	B-Zentrum	Nahversorgungszentrum
NVZ Neuendorfer Straße*	7	3.010	REWE	5.157	2.780	C-Zentrum	Nahversorgungszentrum
NVZ Altstadt	22	2.000	-	-	5.260	B-Zentrum	potenz. Nahversorgungs- zentrum
NVZ Wilhelmsdorfer Straße	8	955	Norma	8.141	6.800	C-Zentrum	Nahversorgungszentrum
NVZ Ziesarer Landstraße	5	695	NETTO	1.713	3.710	-	-
NVZ Einkaufszentrum Görden	11	2.970	Penny, REWE	3.900/4.435	4.090	C-Zentrum	Nahversorgungszentrum
NVZ Wiener Straße	5	1.155	NETTO	5.174	7.485	-	-
NVZ Tschirchdamm	9	3.330	REWE	7.072	6.835	B-Zentrum	Nahversorgungszentrum
NVZ Werner-Seelenbinder- Straße	8	830	Edeka Aktiv-Markt	6.614	8.755	C-Zentrum	potenz. Nahversor- gungszentrum
NVZ Wusterwitzer Straße	5	700	Netto	1.943	3.965	-	-
NVZ Genthiner Straße	13	1.115	REWE	1.109	2.565	C-Zentrum	potenz. Nahversorgungs- zentrum

Quelle: Daten zum Einwohnerstand Stadt Brandenburg an der Havel, Sonstige Daten, Berechnung und Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013

Anm.: * ca.-Werte, die Verflechtungsbereiche beziehen sich auf die Nahversorgungsfunktion. Die Innenstadt hat unter Berücksichtigung aller Bedarfssparten einen gesamtstädtischen Verflechtungsbereich.



Abbildung 16 Übersicht der zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Brandenburg an der Havel



Quelle: Kartengrundlage Stadt Brandenburg an der Havel, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013

3.3 Zentrale Versorgungsbereiche

3.3.1 Hauptzentrum Innenstadt

Standortmerkmale Angebotssituation

Dem Hauptgeschäftsbereich der Brandenburger Innenstadt kommt im Vergleich der integrierten Versorgungslagen innerhalb des Stadtgebiets die höchste Bedeutung zu. Er befindet sich im statistischen Stadtteil Neustadt und bildet den Versorgungsschwerpunkt für die Brandenburger Bevölkerung.

Die verkehrliche Anbindung der Innenstadt erfolgt sternförmig vom Stadtring aus. Auch eine Erreichbarkeit mit dem ÖPNV ist gewährleistet: Sowohl die Omnibuslinien A, B, D, F, L, W als auch die Straßenbahnlinien 1, 2 und 6 kreuzen den Neustädtischen Markt, der damit als wesentliche innerstädtische ÖPNV-Schnittstelle fungiert. Diese Linien verkehren von dort aus in nordwestlicher (Altstadt), südöstlicher (Hauptbahnhof) und südwestlicher (Jacobstraße, Wilhelmsdorfer Straße) Richtung.

verkehrstechnische Erreichbarkeit

Insgesamt sind im Hauptzentrum Innenstadt der Stadt Brandenburg an der Havel 159 Betriebe des Einzelhandels und Ladenhandwerks ansässig (ca. 29 % aller Betriebe der Stadt Brandenburg an der Havel), die einen Umsatz von ca. 87,4 Mio. EUR pro Jahr (ca. 20 % des Gesamtumsatzes in der Stadt) generieren und mit ca. 24.130 qm Verkaufsfläche einen Anteil von ca. 15 % an der im Stadtgebiet durch Einzelhandel genutzten Fläche darstellen. Die durchschnittliche Betriebsgröße ist mit ca. 155 qm Verkaufsfläche je Betrieb jedoch als unterdurchschnittlich zu bewerten.

Einzelhandelsangebot

Im Vergleich mit der Vorläuferuntersuchung aus dem Jahr 2011 ergibt sich für das Hauptzentrum Innenstadt ein leichter Bedeutungszuwachs. Trotz eines minimalen Rückgangs der Verkaufsfläche (von ca. 24.410 auf ca. 24.130 qm, das entspricht einem Rückgang von ca. 1 %) entwickelte sich der Umsatz positiv (von ca. 83,3 Mio. EUR auf ca. 87,4 Mio. EUR, das entspricht einem Zuwachs von ca. 5 %). In der zuvor durchgeführten Untersuchung aus dem Jahr 2007 konnte noch ein weitaus größerer Bedeutungszuwachs für das Hauptzentrum Innenstadt festgestellt werden, der sich insbesondere in einem Wachstum von Verkaufsfläche (von ca. 16.600 auf ca. 24.410 qm, das entspricht einem Zuwachs von ca. 47 %) und Umsatz (von ca. 48,8 Mio. EUR auf ca. 83,3 Mio. EUR, das entspricht einem Zuwachs von ca. 71 %) dokumentierte.

Der Hauptgeschäftsbereich wird in starkem Maße durch die Warengruppen Bekleidung, Schuhe, Sport geprägt. Etwas mehr als ein Drittel der Betriebe (ca. 36 %) belegt etwa die Hälfte der ge-

Angebotsschwerpunkt

samten Verkaufsfläche (ca. 49 %) des Einzelhandels im Hauptzentrum Innenstadt, generiert jedoch nur ca. 31 % des dortigen Umsatzes. Weiterhin ist im Hinblick auf die Verkaufsflächen- und Umsatzbedeutung innerhalb des Hauptgeschäftsbereichs die Warengruppe Elektrowaren von Bedeutung.

Insgesamt weist die Innenstadt in Brandenburg an der Havel bezüglich der Anzahl der Betriebe (ca. 69 %) und der Verkaufsfläche (ca. 77 %) einen Angebotsschwerpunkt im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente auf. Rund 30 % der Betriebe bieten auf ca. 18 % der Verkaufsfläche überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente an. Daneben sind auch zwei Betriebe im Hauptzentrum Innenstadt angesiedelt, deren vorwiegend angebotene Sortimente entsprechend der Brandenburger Liste nicht zentrenrelevant sind.

Das Lebensmittelangebot in der Innenstadt wird von einem Lebensmittelsupermarkt in der Sankt-Annen-Galerie geprägt. Dieser wird ergänzt durch spezialisierte Fachgeschäfte aus dem Nahrungs- und Genussmittelbereich sowie Betrieben des Lebensmittelhandwerks.

Vor dem Hintergrund, dass es sich bei der Stadt Brandenburg an der Havel um ein Oberzentrum mit einer Versorgungsfunktion für das Umland handelt, erklärt sich eine starke Ausstattung des innerstädtischen Angebots im mittel- und langfristigen Sortimentsbereich. Der Einzugsbereich des Hauptzentrums umfasst den gesamten Verflechtungsbereich des Brandenburger Einzelhandels.

Als Magnetbetriebe fungieren im Hauptzentrum Innenstadt neben dem o. g. Vollsortimenter ein Elektrofachmarkt (Media Markt), mehrere frequenzerzeugende Anbieter im Bereich Bekleidung, Schuhe (H&M, C&A, Deichmann, KiK, u. a.) sowie ein größerer Anbieter für den Bereich Möbel und Einrichtung (Depot). Diese konzentrieren sich in der Sankt-Annen-Galerie und im östlichen, an den Neustädtischen Markt anschließenden Teil der Hauptstraße. Darüber hinaus ist auf eine Reihe weiterer Fachgeschäfte/-märkte und filialisierte Anbieter aus dem Drogerie-, Bekleidungs- und Schuhsegment zu verweisen.

Magnetbetriebe im Hauptzentrum

Tabelle 14 Einzelhandelssituation im Hauptzentrum Innenstadt

	Betriebe	Betriebe	Verkaufs- fläche	Verkaufs- fläche
Sortimentsgruppe	abs.	(in %)	(in qm)	(in %)
nahversorgungsrelevant	47	29,6	4.380	18,2
zentrenrelevant	110	69,2	18.595	77,0
nicht zentrenrelevant	2	1,2	1.155	4,8
Summe	159	100	24.130	100

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Ergänzt werden die Einzelhandelsangebote in der Innenstadt durch insgesamt 146 Komplementärnutzungen, die – allerdings nachgeordnet – auch frequenzerzeugende Wirkungen für das Hauptzentrum entfalten.

Komplementärnutzungen

Eine vergleichsweise hohe Bedeutung erreichen dabei die Gastronomiebetriebe, die wichtige Kopplungseffekte im Rahmen eines erlebnisorientierten Einkaufs übernehmen. Im Hinblick auf die räumliche Verteilung fällt auf, dass sich die Dienstleistungsnutzungen in den Randlagen mehren. Hierin zeigt sich eine stabile Einzelhandelssituation in den Kernlagen, in denen der Einzelhandel offensichtlich eine ausreichende Nachfrage entfaltet und vermutlich auch höhere Mieten entrichten kann.

Tabelle 15 Komplementärnutzungen im Hauptzentrum Innenstadt

Anzahl der Nutzungen*		
Art der Nutzung	Summe	Angebotsschwerpunkt
Gastronomie, Hotellerie	39	Cafés, Gaststätten, Bars, Fast Food, Hotels
Dienstleistungen	86	Friseure, Banken, Versicherungen
Kultur, Freizeit	3	Kirche
Bildung, Gesundheit	18	(Fach-)Ärzte, Physiotherapie Schule
Summe	146	

*Anm.: im Erdgeschoss

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Die erfassten Nutzungen (sowohl Einzelhandel als auch Komplementärnutzungen) befinden sich im Erdgeschoss. Hierdurch erklärt sich auch der vermeintlich geringe Besatz mit Ärzten und sonstigen gesundheitsbezogenen Dienstleistungsanbietern. Darüber hinaus ist auf zwei sog. Vergnügungsstätten und insgesamt 38 Leerstände hinzuweisen. Aus dem Verhältnis der 38 Leerstände und der insge-

Leerstandsquote

samt 345 in den Erdgeschossen vorliegenden Gewerbeflächen des Hauptzentrums ergibt sich eine Leerstandsquote von ca. 11 %, die leicht über dem Durchschnittswert vergleichbarer Einkaufsstädte liegt.³¹

Tabelle 16 Nutzungsstruktur im Hauptzentrum Innenstadt

Anzahl der Nutzungen*	
Art der Nutzung	Summe
Einzelhandel	159
Komplementärnutzungen	146
Leerstände	38
Vergnügungsstätten	2
Summe	345

*Anm.: im Erdgeschoss

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Räumliche Verteilung der Nutzungen

Entlang der Achse Hauptstraße – Neustädtischer Markt – Molkenmarkt – Steinstraße lässt sich der Handelsschwerpunkt der Stadt Brandenburg an der Havel identifizieren. Besonders die an den Neustädtischen Markt anschließenden Bereiche der beiden Haupteinkaufsstraßen Stein- und Hauptstraße werden durch einen dichten und teilweise hochwertigen Besatz mit Einzelhandelbetrieben geprägt.

Handelsstruktur

Vom Neustädtischen Markt kommend, verläuft die autofreie Hauptstraße zunächst ansteigend, um dann mit einem teilweise sehr schmalen Querschnitt abfallend bis zur Jahrtausendbrücke zu führen. Durch die Schienenführung der Straßenbahn über die Hauptstraße bleibt in den schmalen Bereichen der Straße bei Durchfahrt einer Straßenbahn allerdings nur wenig Raum für die Fußgänger. In diesen Bereichen ist auch eine abnehmende Qualität der Nutzungen und der Gebäudezustände erkennbar. Offenbar hat die Verbindungsfunktion der Jahrtausendbrücke, die früher gleichermaßen prosperierende Alt- und Neustadtbereiche verband, in den letzten Jahren weiter nachgelassen und die Frequenz weiter reduziert. Aufgrund der Gebäudestruktur, des genannten Straßenverlaufs und -querschnitts und der Pflasterung vermittelt die Hauptstraße ein „altstädtisches Flair“.

Hauptstraße

Die Steinstraße, ebenfalls teilweise durch die Gleisführung der Straßenbahn belegt, vermittelt dagegen durch den breiteren Straßenquerschnitt und die ebene Straßenführung einen eher modernen

Steinstraße

³¹ Nach Erfahrungswerten der Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH ist bei einer Leerstandsquote von bis zu ca. 8 % von einer „normalen“ Geschäftsfrequenz auszugehen.

Eindruck. Sie ist durch den motorisierten Verkehr in beide Richtungen befahrbar und erhielt durch Baumaßnahmen im Frühjahr/Sommer 2011 zudem einen separaten Radweg. Sowohl die Bausubstanz als auch die gepflasterten Verkehrsflächen zeugen ebenso wie in der Hauptstraße von der historischen Entwicklung. Ergänzt wird dieser Eindruck durch den Steintorturm, dem man vom Neustädtischen Markt aus entgegensieht. Auch in der Steinstraße ist in Richtung des Steintorturms und der Steintorbrücke tendenziell eine abnehmende Qualität der gewerblichen Nutzungen erkennbar. Die nach der Verlegung des C&A-Hauses erfolgte Ansiedlung des Polstermarkts hat nicht dazu beigetragen, diesen Trend umzukehren³².

Der Neustädtische Markt und der angrenzende Molkenmarkt bilden das geografische Zentrum des Hauptzentrums Innenstadt, dessen Bedeutung durch die Ansiedlung der Sankt-Annen-Galerie verstärkt wurde. Um die freie Platzfläche herum befinden sich einige gastronomische Betriebe. Die optische Qualität des sanierten Altbaubestands wird zurzeit noch durch unsanierte und teilweise leerstehende Gebäude unterbrochen.

Neustädtischer Markt/Molkenmarkt

Abseits der beschriebenen Lagen nimmt die Nutzungsdichte von Einzelhandels- und arrondierenden Dienstleistungsbetrieben deutlich ab. Nur im nördlichen – an die Hauptstraße angrenzenden – Teil der Kurstraße ist noch ein zusammenhängender Besatz an gewerblichen Nutzungen erkennbar. Auch die Qualität der Gebäudesubstanz nimmt außerhalb der Haupteinkaufslagen ab.

*abnehmende Nutzungsdichte
in den Randlagen*

An drei Standortbereichen in der Innenstadt konzentrieren sich öffentliche Flächen für den ruhenden Verkehr. Im Zentrum der Geschäftslage befinden sich vier ausgeschilderte Parkflächen zwischen der Sankt-Annen-Galerie, dem Molkenmarkt und der nördlich angrenzenden Neustädtischen Fischerstraße. Weitere Parkplätze befinden sich am St. Pauli-Kirchplatz im Süden der Innenstadt sowie am westlichen Ende zwischen Kanal-, Schiller- und Goethestraße.

Prüfstandorte in der Brandenburger Innenstadt

Bei der Bewertung der Eignung von Potenzialstandorten in der Brandenburger Innenstadt sowie auch für die im Weiteren beschriebenen Nahversorgungszentren sind folgende Aspekte zu berücksichtigen:

- Für die Stadt Brandenburg an der Havel konnte ein Verkaufsflächenüberhang zwischen ca. 17.075 qm (Worst Case) und ca. 10.560 qm (Best Case) bis zum Jahr 2030 errechnet werden. Um die Innenstadt in ihrer oberzentralen Versorgungsfunktion zu schützen und zu stärken, sollte sich der Abbau des Verkaufsflächenüberhangs jedoch auf die übrigen, insbesondere die nicht integrierten Einkaufslagen im Stadtgebiet verteilen.

³² Der Betrieb Multipolster hat seinen Betrieb mittlerweile eingestellt.

- Zudem sollte vor einer Neuansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe grundsätzlich hinterfragt werden, ob im Rahmen einer Bestandssicherung aus marktwirtschaftlichen Gründen eine Erweiterung bereits ansässiger Einzelhandelsbetriebe nicht sinnvoller wäre.
- Auch sollte der Wiederbelegung vorhandener Leerstände mit Einzelhandel zumindest die gleiche Priorität eingeräumt werden wie der Erschließung neuer Einzelhandelsstandorte.

Bei der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Hauptzentrum Innenstadt sollten für die Weiterentwicklung der Einzelhandelsstruktur der Stadt Brandenburg an der Havel neben dem tatsächlichen Einzelhandelsbestand auch städtebaulich-funktional integrierte Potenzialflächen für Erweiterungszwecke berücksichtigt werden. Schon bei der erstmaligen Erstellung des Einzelhandelskonzepts wurde eine Einzelhandelsentwicklung auf dem Gelände des ehemaligen Packhofes an der Jahrtausendbrücke angeregt. Hierdurch sollte im besten Fall durch die Ansiedlung eines Magnetbetriebes nicht nur die Innenstadt in ihrer Einzelhandelsfunktion bereichert werden. Gleichzeitig sollten damit die funktionalen Beziehungen zu der auf der gegenüberliegenden Seite der Jahrtausendbrücke liegenden Altstadt gestärkt werden.

Durch die in der jüngeren Vergangenheit erfolgten Planungen, das Gelände für den Neubau des Verwaltungsgebäudes der Stadtwerke Brandenburg an der Havel GmbH zu nutzen und die Freiflächen in die Ausstellungsflächen der Bundesgartenschau 2015 einzubinden, scheidet das Packhofgelände nun jedoch als Potenzialstandort aus.

Zurzeit lassen sich innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt, u. a. durch eine Ausdehnung der Abgrenzung aus dem Jahr 2007, vier größere Potenzialflächen für die Entwicklung (großflächiger) Einzelhandelsbetriebe identifizieren. Angebotsergänzungen und kurzfristige Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben sollen daneben primär auf die leerstehenden gewerblichen Immobilien gelenkt werden.

vier Potenzialflächen für (großflächigen) Einzelhandel im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

- Für den Neustädtischen Markt liegt ein Baugebot vor. Die dortige Errichtung von Einzelhandelseinrichtungen wird gutachterlich jedoch nur eingeschränkt empfohlen. Sie müsste ein architektonisch hochwertiges Konzept berücksichtigen, welches die bisherige Aufenthaltsqualität am Standort nicht wesentlich beeinträchtigt.
- Die Abgrenzung wird nördlich des Einzelhandels- und Dienstleistungsschwerpunkts erweitert, sodass im Bereich der Stadtmauer zwei Potenzialflächen ausgewiesen werden können, die sich durch Grundstückarrondierungen für die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe eignen.
- Zudem wird der ehemalige C&A-Standort in die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs einbezogen. Zum Zeitpunkt der Einzelhandelserfassung im August 2013 befand sich noch der Be-

trieb Multipolster in dem betreffenden Gebäude. Dieser hat seinen Betrieb aber mittlerweile eingestellt. Hier wird die Möglichkeit gesehen, einen oder mehrere großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem oder zentrenrelevantem Kernsortiment anzusiedeln. Dadurch würde auch erneut die Zielsetzung gestärkt, einen Magnetbetrieb südlich der Steinstraße anzusiedeln, um eine hohe Kundenfrequenz bis zur Sankt-Annen-Galerie zu erzeugen.

Räumliche Festlegung

Die vorgeschlagene räumliche Abgrenzung des Hauptzentrums Innenstadt in Brandenburg an der Havel ergibt sich primär aus den o. g. tatsächlichen örtlichen Verhältnissen (z. B. Bestand, Leerstände, städtebauliche Anbindung) sowie aus planerischen Überlegungen zur Entwicklung weiterer Standorte (z. B. Einbezug von Entwicklungsflächen). Räumlich begrenzt wird das Hauptzentrum Innenstadt im Wesentlichen durch folgende Gegebenheiten:

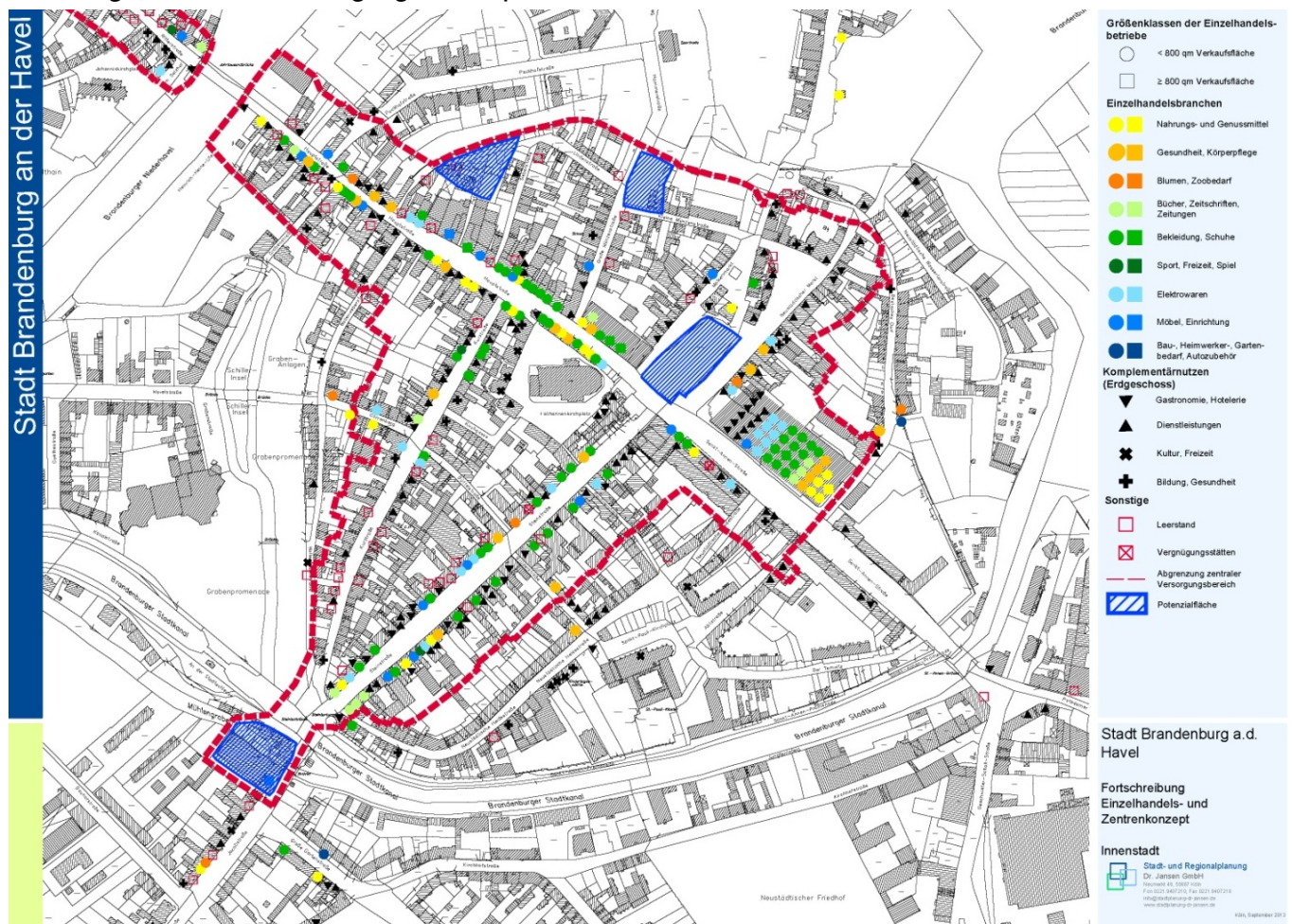
- Topografische und verkehrsinfrastrukturelle Kriterien, die fußläufige Verbindungen beeinflussen
- Bereiche ohne Nutzungsdichte und Nutzungsvielfalt
- Bereiche ohne funktionale Verknüpfung und fußläufige Anbindung an die Einzelhandelshauptlage.

Abgrenzungskriterien

Die Brandenburger Innenstadt, im Stadtteil Neustadt gelegen, wird ringsum durch den Verlauf des Stadtkanals und der Niederen Havel begrenzt. So wird auch die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Hauptzentrum Innenstadt in besonderem Maße von diesen Wasserwegen beeinflusst. Das nordwestliche Ende (Hauptstraße) wird durch die Jahrtausendbrücke gebildet, das südwestliche Ende (Jacobstraße) bildet der ausgewiesene Potentialbereich südwestlich der Steintorbrücke. Zwar setzt sich der Einzelhandelsbestand auch jenseits der Brücken fort, die zusammenhängende Auflage wird jedoch unterbrochen, sodass eine Grenzziehung des Versorgungsbereichs an diesen genannten Stellen empfohlen wird. Die Kurstraße, westlich der Steinstraße in nordwestliche Richtung bis zur Hauptstraße führend, wird ebenso in den zentralen Versorgungsbereich einbezogen wie der östliche Teil der Straße Gorrenberg. Im Norden erfolgt die Grenzziehung entlang der neu ausgewiesenen Potentialflächen nördlich der Kleinen Münzenstraße sowie des Neustädtischen Marktes. Die östliche Begrenzungslinie Steinstraße – Neustädtischer Markt wird durch die Einbeziehung der Sankt-Annen-Straße (inklusive der Sankt-Annen-Galerie) bis zur Abzweigung der Abtstraße unterbrochen.

Ausdehnung

Abbildung 17 Räumliche Festlegung des Hauptzentrums Innenstadt



Quelle: Kartengrundlage: Stadt Brandenburg an der Havel, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Stärken-Schwächen-Profil

In der Gesamtbetrachtung der Angebots- und Standortqualitäten des Hauptzentrums Innenstadt ergeben sich die folgenden prägenden Stärken:

- + Verkehrsberuhigte, fußgängerfreundliche Lage
- + Integration der Sankt-Annen-Galerie als frequenz-erzeugender „Magnet“ im Schnittpunkt von Haupt- und Steinstraße
- + Hohe Einzelhandelsdichte
- + Gestalterische Aufwertung in den letzten Jahren
- + Starke Durchsetzung mit privaten Dienstleistungsangeboten
- + Bedeutungszuwachs in den letzten Jahren
- + Potenzialflächen für großflächigen Einzelhandel vorhanden

Stärken des Hauptzentrums

Hingegen lassen sich folgende Schwächen feststellen, die jedoch in Anbetracht der Entwicklung der letzten Jahre in ihrer Bedeutung hinter den Stärken zurückbleiben:

Schwächen des Hauptzentrums

- Hauptstraße: Abnehmende Qualität der Nutzungen in Richtung Jahrtausendbrücke
- Steinstraße: abnehmende Qualität der Nutzungen in Richtung Jacobstraße
- Schwache Ausprägung der öffentlichen Infrastruktur
- Leerstände und Mindernutzungen verstärkt in Randlagen

Handlungsempfehlungen

Das Hauptzentrum Innenstadt sollte in seiner oberzentralen Versorgungsfunktion geschützt und entwickelt werden. Dafür ist eine weitere Stärkung der Schlüsselsegmente Bekleidung, Schuhe, Sport durch die Ansiedlung weiterer attraktiver Einzelhandelsbetriebe zu empfehlen.

Stärkung von Schlüsselsegmenten

Entwicklungspotenziale ergeben sich sowohl aus der Möglichkeit, die genannten Entwicklungsflächen zu aktivieren (insbesondere durch frequenzsteigernde Magnetbetriebe) als auch aus der kurzfristigen Wiedernutzung leerstehender Ladenlokale innerhalb des Versorgungsbereichs. Vor allem die Randlagen der Stein- und Hauptstraße könnten auf diesem Wege attraktiviert werden.

Aktivierung von Entwicklungsflächen und Wiedernutzung leerstehender Ladenlokale

Neben der weiteren Unterstützung der gestalterischen und handelswirtschaftlichen Aufwertung der Stein- und der Hauptstraße sollte auch die stärkere Integration der Kurstraße in die Lauflage initiiert werden. Durch eine „optische“ Öffnung der Kurstraße zur Hauptstraße könnte der nördliche Part der Straße mit den dort ansässigen Betrieben vermehrt von der Kundenfrequenz auf der Hauptstraße profitieren. Aufgrund der Gebäudestruktur ist eine platzartige Aufwertung nicht möglich, hier bieten sich gestalterische Lösungen (z. B. Schriftzug „Kur-/Hauptstraße“ über der Straße, Lichttor) an. Perspektivisch wäre eine Entwicklung der Einkaufslage Kurstraße bis zum Steintorturm wünschenswert.

Integration der Kurstraße in die Lauflage

Die in den letzten Jahren forcierte gestalterische Aufwertung des Hauptgeschäftsbereichs sollte weitergeführt werden. Insbesondere die Unterbrechung sanierter Fassaden-Ensembles (beispielsweise im Bereich Neustädtischer Markt/Molkenmarkt) sollte möglichst behoben werden.

Fortsetzung der gestalterischen Aufwertung

Die Entwicklung der Haupteinkaufslage in den letzten Jahren ist aus gutachterlicher Sicht positiv zu bewerten. Aufgrund der vorhandenen Potenziale (historische Bausubstanz, Lage am Wasser, verkehrsberuhigte Lage) wird ein weiterer Bedeutungszuwachs als möglich und empfehlenswert erachtet.

3.3.2 Nahversorgungszentrum Am Neuendorfer Sand

Das Nahversorgungszentrum Am Neuendorfer Sand befindet sich im westlichen Bereich des Stadtteils Altstadt. Vom Stadtzentrum aus ist es über die Magdeburger Landstraße (Bundesstraße 1) zu

Lage

erreichen, die dann weiter nach Plaue führt. Die Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr erfolgt über die Straßenbahnlinie 2 der Verkehrsbetriebe Brandenburg an der Havel, die zwischen dem Hauptbahnhof und der Quenzbrücke verkehrt. Die Haltestelle Hesenweg befindet sich etwa in 400 m Entfernung zum Nahversorgungszentrum Am Neuendorfer Sand.

Standortmerkmale und Angebotssituation

Die aktuelle Abgrenzung berücksichtigt und integriert die Standortbereiche Am Neuendorfer Sand und Magdeburger Straße 190.

räumliche Festlegung

Insgesamt umfasst das Nahversorgungszentrum elf Einzelhandelsbetriebe. Dies entspricht einem Anteil von ca. 2 % am gesamten Einzelhandelsbestand der Stadt Brandenburg an der Havel. Diese elf Betriebe belegen eine Verkaufsfläche von 4.375 qm (ca. 3 %) und generieren einen Umsatz von rund 10,8 Mio. EUR (ca. 2,5 %).

Angebotssituation des Einzelhandels

Die Verkaufsfläche dieses zentralen Versorgungsbereichs konnte somit in den letzten Jahren von ca. 3.755 qm auf 4.375 qm ausgedehnt werden. Bei der Vorläuferuntersuchung aus dem Jahr 2007 lag die Verkaufsfläche noch bei lediglich 3.020 qm. Auch beim Umsatz kann ein stetiger Zuwachs festgehalten werden (2007: ca. 9,6 Mio. EUR; 2011: ca. 10,1 Mio. EUR).

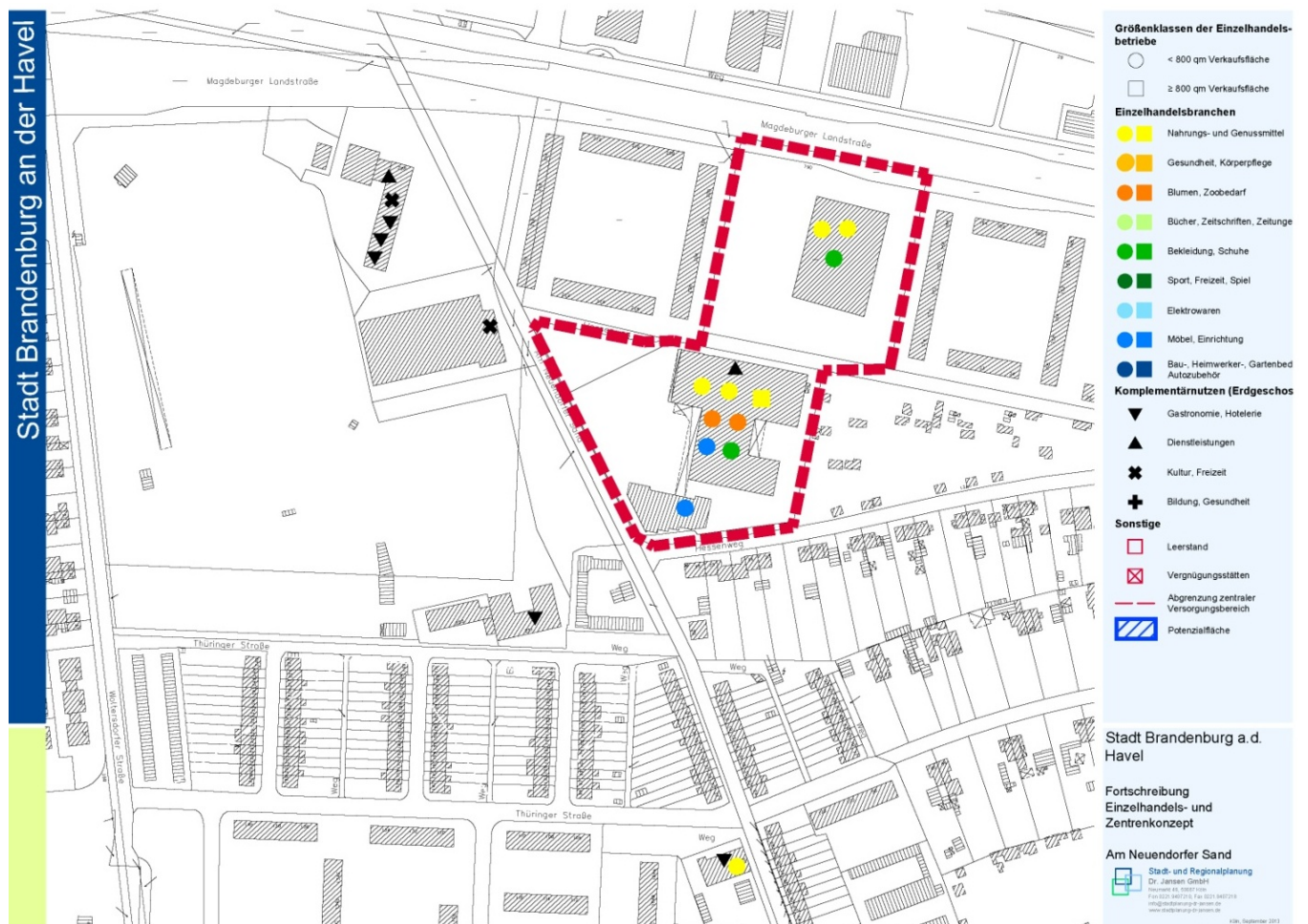
Die durchschnittliche Betriebsgröße beträgt ca. 400 qm und ist als überdurchschnittlich zu bewerten. Der Angebotsschwerpunkt liegt bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten.

*durchschnittliche Betriebsgröße
und Angebotsschwerpunkt*

Ein Betrieb bietet überwiegend nicht zentrenrelevante Sortimente an. Aufgrund der beiden strukturprägenden Lebensmittel-SB-Märkte NP-Niedrig Preis und Netto und ergänzenden kleinstrukturierten Geschäften mit Waren des kurzfristigen Bedarfs werden durch den Standortbereich wichtige Nahversorgungsfunktionen wahrgenommen.

Die größten Betriebe im Nahversorgungszentrum Am Neuendorfer Sand sind zwei Lebensmitteldiscounter (NP-Niedrig Preis und Netto), von denen einer die Großflächigkeit erreicht.

Abbildung 18 Räumliche Festlegung des Nahversorgungszentrums Am Neuendorfer Sand



Quelle: Kartengrundlage: Stadt Brandenburg an der Havel, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Die Ergänzung dieser beiden Betriebe durch eine KiK-Filiale und eine Filiale des Dänischen Bettenlagers impliziert für den Standort eine überdurchschnittliche Konzentration von frequenzerzeugenden Einzelhandelsbetrieben.

Magnetbetriebe

Tabelle 17 Einzelhandelssituation im Nahversorgungszentrum Am Neuendorfer Sand

Sortimentsgruppe	Betriebe	Betriebe	Verkaufsfläche	Verkaufsfläche
	abs.	(in %)	(in qm)	(in %)
nahversorgungsrelevant	6	54,5	2.115	48,3
zentrenrelevant	3	27,3	1.070	24,5
nicht zentrenrelevant	2	18,2	1.190	27,2
Summe	11	100,0	4.375	100,0

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

In Ergänzung des Einzelhandelsbesatzes ist nur ein privater Dienstleistungsbetrieb im Nahversorgungszentrum ansässig. Angebote der öffentlichen Infrastruktur können im Standortbereich (mit Ausnahme des gegenüberliegenden Stahlpalastes als Veranstaltungsort für Sport- und Kulturveranstaltungen) nicht verortet werden.

Tabelle 18 Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Am Neuendorfer Sand

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen	
	Summe	Angebotsschwerpunkt
Gastronomie, Hotellerie	-	-
Dienstleistungen	1	Friseur
Kultur, Freizeit	-	-
Bildung,	-	-
Gesundheit	-	-
Summe	1	./.

*Anm.: Erdgeschoss

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

In den Erdgeschossen des Standortbereichs Nahversorgungszentrum Am Neuendorfer Sand befinden sich somit insgesamt zwölf Gewerbeflächen.

Tabelle 19 Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum Am Neuendorfer Sand

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen	
	Summe	
Einzelhandel	11	
Komplementärnutzungen	1	
Leerstände	-	
Mindernutzungen	-	
Summe	12	

*Anm.: Erdgeschoss

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Wie oben dargestellt, ist der zweigeteilte Versorgungsbereich durch die Ansiedlungen am Standort Magdeburger Landstraße 190 teilweise von der Magdeburger Landstraße aus einsehbar. Dadurch können Streuumsätze generiert werden, insbesondere von Kunden aus Plaue und Kirchmöser, welche die Magdeburger Landstraße auf dem Weg zum Stadtzentrum befahren. Das direkte Einzugsgebiet dürfte sich dennoch auf die umgebenden Wohnquartiere des statistischen Bezirks Walzwerksiedlung beschränken und ca. 4.980 Einwohner umfassen.

Einzugsgebiet und Konkurrenzstandorte

Aufgrund der Lage im äußersten Westen der Kernstadt steht das Nahversorgungszentrum Am Neuendorfer Sand nicht in unmittelbarer Konkurrenz zu einem anderen Nahversorgungszentrum. Als Wettbewerber sind nahegelegene Solitärstandorte (z. B. am Rande des Gewerbeparks) zu bezeichnen.

Der L-förmige kompakte Baukörper am Neuendorfer Sand befindet sich in einer siedlungsstrukturell integrierten Lage. Von der Magdeburger Landstraße aus kann vorgelagert zum Geschäftsgebäude ein ausreichendes Angebot an PKW-Stellplätzen angefahren werden. Die städtebauliche Aufwertung der Einkaufslage könnte durch eine Stärkung der Verbindung zwischen den beiden Teilen, aber auch mit einer verbesserten Aufenthaltsqualität und Außenwirkung erreicht werden.

städtebauliche Bewertung

Stärken-Schwächen-Profil

In der Gesamtbetrachtung der Angebots- und Standortqualitäten des Nahversorgungszentrums Am Neuendorfer Sand ergeben sich folgende prägende Stärken:

- + Verkehrsgünstige Lage mit der Möglichkeit von Streuumsätzen
- + Parkplatzangebot
- + Zwei Lebensmittelmagnetbetriebe
- + Nonfood-Filialisten mit Magnetwirkung
- + Funktionsstärkung in den letzten Jahren

Stärken des Nahversorgungszentrums Am Neuendorfer Sand

Hingegen lassen sich folgende Schwächen feststellen:

- Städtebaulicher/stadtgestalterischer Handlungsbedarf
- Fehlende öffentliche Infrastruktur
- Nur wenige ergänzende private Dienstleistungsangebote
- Siedlungsstrukturelle Randlage

Schwächen des Nahversorgungszentrums Am Neuendorfer Sand

Handlungsempfehlungen

Die Angebotsstruktur ist auf die Nahversorgung ausgerichtet und wird durch die beiden Lebensmittelmagnetbetriebe geprägt. Die Verbindung dieser beiden Betriebe sollte durch eine Verbesserung der Sichtbeziehungen zwischen den beiden Standorten Magdeburger Landstraße und Am Neuendorfer Sand gesichert und ausgebaut werden. Auch im zentrenrelevanten Angebotsbereich wird die Frequenz der Einkaufslage durch zwei Filialisten gesichert.

Bereits 2007 wurde durch die GMA vorgeschlagen, Angebotsergänzungen in der Warengruppe Drogeriewaren zur Stärkung der Nahversorgung zu forcieren. Zwischenzeitlich wurde dieser Anregung auch durch die Ansiedlung einer Filiale der Marke Ihr Platz Folge geleistet. Der Betrieb ist jedoch mittlerweile wieder geschlossen worden. Zur Ergänzung des Nahversorgungsangebotes wird erneut empfohlen zu prüfen, ob ein Drogeriemarkt angesiedelt werden kann.

Durch den Schutz der genannten strukturprägenden Betriebe vor konkurrierenden Nutzungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche kann eine funktionierende Nahversorgung durch das Nahversorgungszentrum Am Neuendorfer Sand auch zukünftig gesichert werden. Weitere Angebotsergänzungen des Einzelhandels sind aus ökonomischer Sicht mittelfristig nicht erforderlich. Eine Stärkung mit Komplementärnutzungen hingegen ist wünschenswert.

3.3.3 Nahversorgungszentrum Neuendorfer Straße

Ebenfalls dem Stadtteil Altstadt zuzuordnen ist das Nahversorgungszentrum Neuendorfer Straße. Die Neuendorfer Straße befindet sich im Stadtzentrum der Stadt Brandenburg an der Havel und führt vom Nicolaiplatz aus in westlicher Richtung bis zum Innenstadtring (Otto-Sidow-Straße). Zwischen der Luckenberger Straße und der Ferdinand-Lasalle-Straße liegen vier Bushaltestellen der Verkehrsbetriebe Brandenburg an der Havel (Luckenberger Straße, Neuendorfer Straße, Clara-Zetkin-Straße, Ferdinand-Lasalle-Straße). Diese werden durch die Buslinien F, H und L angefahren, die von der Neuendorfer Straße aus sowohl in Richtung Hauptbahnhof als auch Richtung Neuendorf und in den nördlichen Innenstadtbereich führen.

Lage

Standortmerkmale und Angebotssituation

Die Neuendorfer Straße erstreckt sich zwischen Nicolaiplatz und Otto-Sidow-Straße über mehr als einen Kilometer. Über diese Entfernung ist nur in einigen Teilen eine ausreichende Einzelhandels- und Dienstleistungsdichte zu erkennen. Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs beschränkt sich somit auf einen kleinen Ausschnitt der Neuendorfer Straße, in dem aktuell der Angebotschwerpunkt verortet werden kann. Aufgrund der Angebotsstruktur im Bereich der sich an den REWE-Vollsortimenter anschließenden Luckenberger Straße bildet dieser Standort das östliche Ende des zentralen Versorgungsbereichs. Westlich des Thomas-Philipps-Sonderposten-Standorts (ehemaliger REWE-Standort) befindet sich in einer Entfernung von ca. 250 m das Gelände der ehemaligen Stärkefabrik. Nur der östliche Teil dieses zurzeit ungenutzten Standorts wird als Entwicklungsfläche in den zentralen Versorgungsbereich aufgenommen. Aufgrund ihrer Nutzungsstruktur werden die Seitenstraßen der Neuendorfer Straße lediglich mit ihren Kreuzungsbereichen dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet.

räumliche Festlegung

Die Einbeziehung des Areals der ehemaligen Stärkefabrik gründet sich auf Ansiedlungsüberlegungen der Fa. ISARKIES. Die detaillierte

*Einzelhandelsplanungen
Stärkefabrik*

Darstellung der Planungen wird an dieser Stelle ausgeklammert und ist der im Anhang beigegefügteten Wirkungsanalyse zu entnehmen.³³

Die nachfolgenden Ausführungen zur aktuellen Ausstattung des Versorgungszentrums Neuendorfer Straße mit Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen werden aufzeigen, dass die Realisierung dieser Planung eine gravierende Veränderung der Versorgungsfunktion nach sich ziehen würde.

Einordnung der Projektplanung

Zurzeit befinden sich sieben Einzelhandelsbetriebe innerhalb des abgegrenzten Versorgungsbereichs. Das entspricht einem Anteil von ca. 1 % am gesamten Einzelhandelsbestand der Stadt Brandenburg an der Havel. Diese sieben Betriebe belegen eine Verkaufsfläche von 3.010 qm (ca. 2 %) und generieren einen Umsatz von rund 9,2 Mio. EUR (ca. 2 %). Ihr Angebotsschwerpunkt liegt bei den nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Sortimenten.

Angebotssituation des Einzelhandels

Vorgesehen ist die Ansiedlung eines Drogeriemarkts mit einer Verkaufsfläche von rund 625 qm neben dem Verlagerungsstandort der Fa. REWE.

Des Weiteren ist auf die Ansiedlungsplanungen einer Apotheke (ca. 95 qm Verkaufsfläche), eines Textilfachmarkts (ca. 460 qm) und eines Schuhfachmarkts (ca. 370 qm) zu verweisen, die sich noch im Genehmigungsverfahren befinden. Es ist somit eine deutliche Aufwertung der Versorgungsbedeutung des Nahversorgungszentrums Neuendorfer Straße festzustellen und auch weiterhin zu erwarten. Zudem ist darauf zu verweisen, dass der Angebotsschwerpunkt auch weiterhin bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten liegen wird.

Tabelle 20 Prognostische Einzelhandelsausstattung im Nahversorgungszentrum Neuendorfer Straße

	Anzahl Betriebe		Verkaufsfläche in qm			
	2011	2013	Entwickl. in %	2011	2013	Entwickl. in %
im Bestand	4	7	+ 75,0	1.415	3.010	+ 112,7
bereits genehmigt	-	1	-	-	625	-
im Genehmi- gungsverfahren	-	3	-	-	925	-
Summe	4	11	+ 175,0	1.415	4.560	+ 222,6

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013

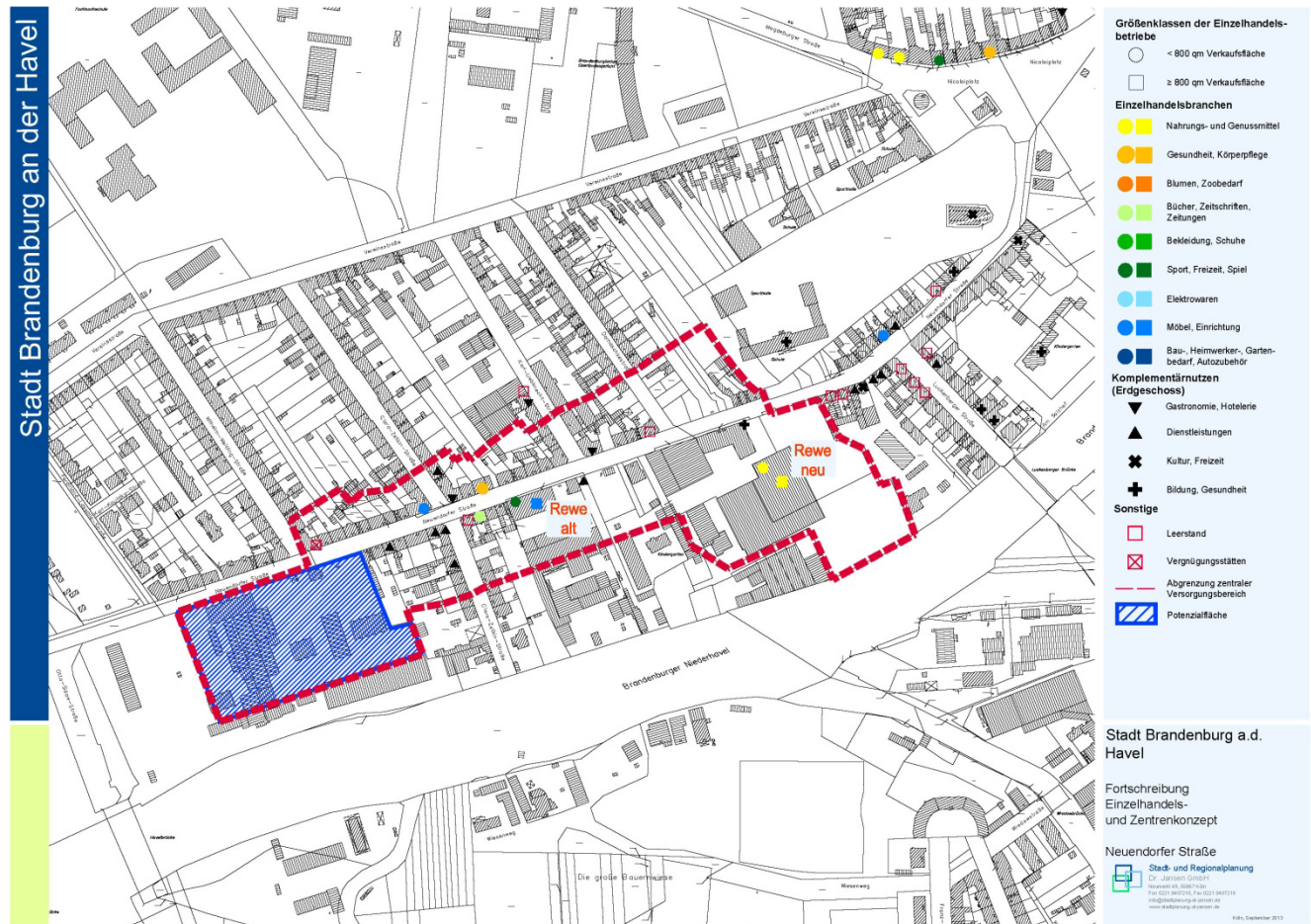
Der großflächige REWE-Supermarkt sowie der Thomas-Philips-Sonderposten-Markt sind aktuell die Magnetbetriebe der Neuendor-

Magnetbetriebe

³³ Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH: „Stadt Brandenburg an der Havel – Wirkungen und Tragfähigkeit von Einzelhandelsnutzungen in der Neuendorfer Straße“, Köln im Dezember 2013

fer Straße. Am ehemaligen REWE-Standort befindet sich in Hinterhoflage zudem ein Anbieter der Warengruppe Sport/Freizeit.

Abbildung 19 Räumliche Festlegung des Nahversorgungszentrums Neuendorfer Straße



Quelle: Kartengrundlage: Stadt Brandenburg an der Havel, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Tabelle 21 Einzelhandelssituation im Nahversorgungszentrum Neuendorfer Straße

Sortimentsgruppe	Betriebe	Betriebe	Verkaufsfläche	Verkaufsfläche
	abs.	(in %)	(in qm)	(in %)
nahversorgungsrelevant	5	71,4	2.590	86
zentrenrelevant	2	28,6	420	14
nicht zentrenrelevant	-	-	-	-
Summe	7	100	3.010	100

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Arrondiert wird der Einzelhandelsbestand von zehn Komplementärnutzungen, zwei aus Hotellerie und Gastronomie, sieben private Dienstleistungen und eine aus dem Bereich Gesundheit. Einrichtung-

Komplementärnutzungen

gen der öffentlichen Infrastruktur sind innerhalb des Versorgungsbereichs nicht angesiedelt.

Tabelle 22 Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Neuendorfer Straße

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen	
	Summe	Angebotsschwerpunkt
Gastronomie, Hotellerie	2	Imbiss, Bar/Bistro
Dienstleistungen	7	Friseur, Versicherung
Kultur, Freizeit	-	-
Bildung, Gesundheit	1	Physiotherapie
Summe	10	./.

*Anm.: Erdgeschoss

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Zudem befanden sich in den Erdgeschossen des Standortbereichs zum Zeitpunkt der Erhebung zwei Leerstände sowie eine Vergnügungsstätte. Die sich aus dem Verhältnis der Leerstände und der insgesamt in den Erdgeschossen befindlichen Gewerbeflächen ergebende Leerstandsquote von rund 10 % übertrifft den Wert der „normalen“ Geschäftsfluktuation von bis zu 8 %.

Tabelle 23 Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum Neuendorfer Straße

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen	
	Summe	
Einzelhandel	7	
Komplementärnutzungen	10	
Leerstände	2	
Vergnügungsstätten	1	
Summe	20	

*Anm.: Erdgeschoss

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Das Kundenpotenzial des Einzelhandels- und Dienstleistungsbestands in der Neuendorfer Straße wird vornehmlich aus dem direkt angrenzenden Wohngebiet rund um die Neuendorfer Straße generiert; hier, im statistischen Bezirk Neuendorfer Vorstadt, leben ca. 2.780 Einwohner. Durch die Einfallsituation vom Innenstadtring ist zusätzlich die Generierung von Streuumsätzen möglich, sodass trotz der geringen Zahl an Einwohnern eine angemessene Leistungsfähigkeit erreicht werden kann. Das Hauptzentrum Innenstadt sowie

Einzugsgebiet und Konkurrenzstandorte

das südlich gelegene Nahversorgungszentrum Wilhelmsdorfer Straße sind als direkte Konkurrenzstandorte des Nahversorgungszentrums Neuendorfer Straße zu bezeichnen; ihre Einzugsbereiche überlagern sich teilweise.

Die Verlagerung des REWE-Supermarktes führte zu einer Stärkung des Lebensmittel-Vollsortimenters und, aufgrund seiner Bedeutung für den Standort, zu einer Stärkung des Nahversorgungszentrums. Durch die Verlagerung rückte der Betrieb näher an die Neuendorfer Straße. Seine Außenwirkung wird nicht durch vorgelagerte Immobilien beeinträchtigt wie am Altstandort bzw. für den jetzigen Thomas-Phillips-Sonderposten-Standort. Zudem konnten am neuen Standort eine größere Anzahl von Stellplätzen eingerichtet werden.

In Richtung des neuen Standortes ist generell ein besserer Zustand der Gebäudesubstanz zu konstatieren. In Richtung Otto-Sidow-Straße dagegen dünnt sich der Bestand gewerblicher Nutzungen aus, es folgen sanierungsbedürftige Gebäude, Leerstände und Mindernutzungen.

städtebauliche Bewertung

Stärken-Schwächen-Profil

In der Gesamtbetrachtung der Angebots- und Standortqualitäten des Nahversorgungszentrums Neuendorfer Straße ergeben sich folgende prägende Stärken:

- + Gute verkehrliche Erreichbarkeit
- + Zentrale Lage zwischen Innenstadtring und Hauptgeschäftsbereich
- + Ausreichendes Einwohnerpotenzial im Nahbereich
- + Frequenzerzeugender Lebensmittelmagnetbetrieb
- + Ergänzungsstandort auf dem Gelände der ehemaligen Stärkefabrik

Stärken des Nahversorgungszentrums Neuendorfer Straße

Hingegen lassen sich folgende Schwächen feststellen:

- Geringe Durchsetzung mit Facheinzelhandel und Dienstleistungsbetrieben
- Städtebaulicher/stadtgestalterischer Handlungsbedarf

Schwächen des Nahversorgungszentrums Neuendorfer Straße

Handlungsempfehlungen

Der derzeitige Einzelhandelsbestand sowie die bereits geplanten und genehmigten Einzelhandelsnutzungen eignen sich dazu, die dem zentralen Versorgungsbereich Neuendorfer Straße zugeteilten Versorgungsfunktionen zu erfüllen. Im Sinne einer maßstäblichen Entwicklung und der räumlichen Nähe zu Alt- und Innenstadt und der dadurch begründeten Konkurrenzsituation wird eine Ausweitung der Verkaufsflächen im Nahversorgungszentrum Neuendorfer Straße nur eingeschränkt empfohlen (unter Berücksichtigung der

moderater Ausbau des Nahversorgungszentrums

bereits genehmigten und noch im Genehmigungsverfahren befindlichen Einzelhandelsbetriebe). Im Rahmen der erwähnten, durch unser Büro vorgelegten Wirkungsanalyse für weitere Einzelhandelsnutzungen auf dem ISARKIES-Gelände wurde die Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters als verträglich beurteilt. Ebenso werden Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment für den Bereich der Einzelhandelsentwicklungsfläche diskutiert, der sich außerhalb der hier empfohlenen Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs befindet.

3.3.4 Nahversorgungszentrum Altstadt

Standortmerkmale und Angebotssituation

Die Altstadt war im GMA-Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2007 als zentraler Versorgungsbereich mit B-Status (entspricht dem eines Neben- oder Stadtteilzentrums) vorgeschlagen worden. Allerdings fehlte bereits damals der für zentrale Versorgungsbereiche notwendige Lebensmittelmagnetbetrieb, der die Grundfrequentierung sicherstellen soll.

Dem Standortbereich Altstadt wurde seinerzeit aus folgenden Gründen eine über die Nahversorgungsfunktion hinaus reichende Bedeutung eingeräumt:

- Die Zahl der Betriebe und die Verkaufsfläche lagen über den Werten untergeordneter und Nahversorgungsfunktionen übernehmender C-Zentren.
- Der Einzelhandelsbesatz richtete sich nicht nur an Bürger aus Stadt und Umland, sondern auch, allerdings nachgeordnet, an touristische Zielgruppen.
- Die Altstadt weist im Unterschied zu allen anderen Einzelhandelslagen im Brandenburger Stadtgebiet eine historische Anbindung an das Hauptzentrum auf. Allerdings hat die Jahrtausendbrücke in den letzten Jahren weiter an Bedeutung als Verbindungsglied zwischen Neu- und Altstadt verloren.

Wie in vielen anderen historischen Stadtkernen bestehen auch in der Altstadt der Stadt Brandenburg an der Havel weiterhin Strukturprobleme, die die Handelsentwicklung vor besondere Anforderungen stellen. Wesentliche Gründe für diese Strukturprobleme im Altstadtzentrum sind – neben einer eingeschränkten verkehrlichen Erreichbarkeit und begrenzten Parkmöglichkeiten – das Fehlen größerer Freiflächen und die kleinteilige Flächenstruktur. Insbesondere die Kleinteiligkeit bedeutet für ansässige, aber auch für ansiedlungswillige Handelsbetriebe häufig eine Beschränkung der Entwicklungschancen. Allerdings sind neben den genannten Standort- und Strukturproblemen auch Vorteile aufzuführen, die für den Standort Altstadt sprechen. So grenzt sich die Altstadt durch ihr unverwechselbares historisches Ensemble von den anderen, häufig anonymen

*typische Strukturprobleme
in Altstädten*

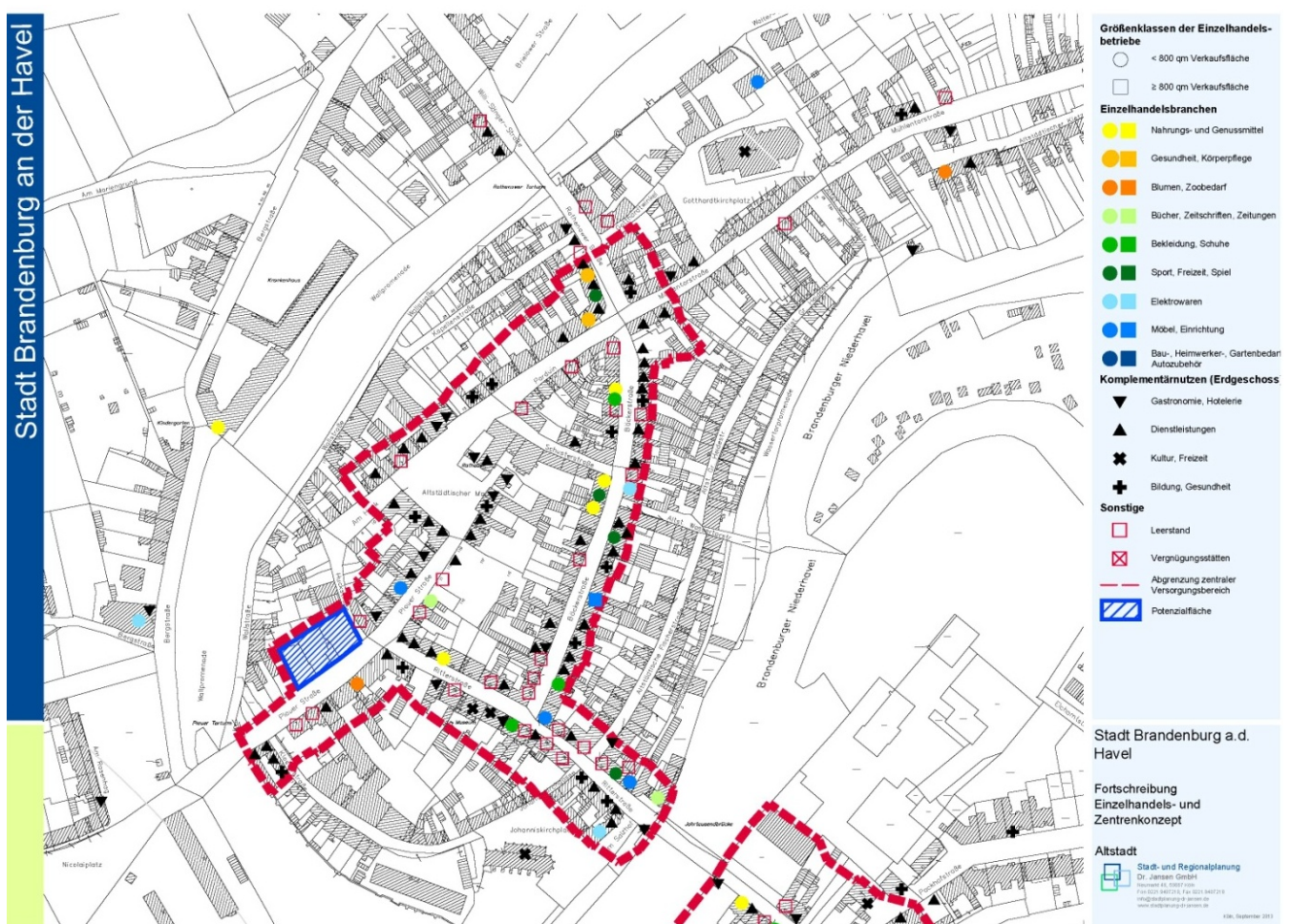
und austauschbaren Einkaufsorten ab. Insbesondere dem kleinteiligen spezialisierten Facheinzelhandel kann es in diesem Ambiente gelingen, sein individuelles Angebot adäquat zu präsentieren.

Auf Grundlage der folgend dargestellten Einzelhandelsbestandsituation wird in Verbindung mit den städtebaulichen Zielsetzungen der Stadt Brandenburg an der Havel nun die Abgrenzung eines Nahversorgungszentrums Altstadt empfohlen.

Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs sollte sich dabei an der derzeitigen gewerblichen Nutzungsstruktur orientieren. Diese konzentriert sich entlang von Ritterstraße, Plauer Straße, Parduin und Bäckerstraße. Außerhalb dieser als Rundweg miteinander verbundenen Einkaufslage ist ein Abfall der Nutzungsintensität zu konstatieren, sodass jeweils nur Kreuzungsgrundstücke angrenzender Straßen einbezogen werden sollten.

räumliche Festlegung

Abbildung 20 Räumliche Festlegung des potenziellen Nahversorgungszentrums Altstadt



Quelle: Kartengrundlage: Stadt Brandenburg an der Havel,
Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013,
Erhebungsstand August 2013

Angebotssituation

Aktuell weist die Altstadt in dem zur Abgrenzung vorgeschlagenen Bereich einen Einzelhandelsbesatz von 22 Betrieben mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 2.000 qm auf. Diese Betriebe erwirtschaften rund 4,5 Mio. EUR Umsatz. Im Vergleich zur Untersuchung im Jahr 2011 erfolgte somit eine weitere Reduzierung der Betriebe (2011: 28 Betriebe). Damit einhergehend fand ein Rückgang der Verkaufsfläche statt (2011: 2.330 qm). Die durchschnittliche Betriebsgröße beträgt somit rund 91 qm und ist unterdurchschnittlich. Damit wird deutlich, dass die bisherige Entwicklungsstrategie für die Altstadt als Handelsstandort nur eingeschränkt funktioniert hat. Durch die Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereichs sollen die Entwicklungsbemühungen nun intensiviert werden.

Tabelle 24 Einzelhandelssituation im Nahversorgungszentrum Altstadt

Sortimentsgruppe	Betriebe	Betriebe	Verkaufs- fläche	Verkaufs- fläche
	abs.	(in %)	(in qm)	(in %)
Nahversorgungsrelevant	9	40,9	265	13,25
Zentrenrelevant	10	45,5	370	18,5
nicht zentrenrelevant	3	13,6	1.365	68,25
Summe	22	100	2.000	100

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Zu betonen ist, dass die derzeitige Angebotsstruktur ihren Schwerpunkt im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich aufweist. Der größte Einzelhandelsbetrieb der Altstadt wird durch einen Fachanbieter der Warengruppe Möbel/Einrichtung gebildet, der mehr als die Hälfte der altstädtischen Verkaufsfläche belegt.

Die Grundfrequenzen dieses Betriebs reichen nicht aus, um für benachbarte kleinstrukturierte Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe ausreichende Passantenströme zu erzeugen.

Hierzu ist zwingend ein Magnetbetrieb des Lebensmittel-SB-Einzelhandels erforderlich, der auch die Nahversorgungsfunktion des Zentrums stärken kann.

Tabelle 25 Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum Altstadt

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen
	Summe
Einzelhandel	22
Komplementärnutzungen	75
Leerstände	26
Mindernutzungen	-
Summe	123

*Anm.: Erdgeschoss

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Neben den Betrieben des Einzelhandels findet sich in der Altstadt auch eine große Zahl von Komplementärnutzungen. Bei der Vor-Ort-Begehung im August 2013 wurden in den Erdgeschossen der abgegrenzten Versorgungslage insgesamt 75 Komplementärnutzungen erfasst. Während der Schwerpunkt auf Dienstleistungseinrichtungen liegt, ist ebenfalls ein bedeutender Anteil von medizinischen und teilweise hochwertigen gastronomischen Einrichtungen hervorzuheben. Auch das angrenzende, jedoch räumlich von der Versorgungslage abgesetzte Rathaus verstärkt die Versorgungsfunktion dieses zentralen Versorgungsbereichs.

Komplementärnutzungen

In negativer Hinsicht auffällig ist eine überdurchschnittlich hohe Anzahl von gewerblichen Leerständen. 26 Leerstände insgesamt bedeuten eine Leerstandsquote von rund 21 %. Dieser Wert steht jedoch nicht in Verbindung mit einer hohen Fluktuation der Nutzungen; er bestätigt vielmehr die eingangs dargestellten strukturellen Probleme und den anhaltenden Trading-down-Prozess.

Tabelle 26 Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Altstadt

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen	Angebotsschwerpunkt
	Summe	
Gastronomie, Hotellerie	12	Restaurant, Hotel, Bistro, Café
Dienstleistungen	48	Rechtsanwälte, Friseure, Versicherungen, Banken
Kultur, Freizeit	2	Kirchen, Museum
Bildung, Gesundheit	13	Fachärzte, Physio-/ Ergotherapie, Logopädie, Kindertagesstätte, Bibliothek
Summe	75	

*Anm.: Erdgeschoss

Quelle: Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Aufgrund der fehlenden Nahversorgungsangebote und der Ausrichtung des Angebots auf den mittel- und langfristigen Bedarf stellt sich die Versorgungslage Altstadt derzeit nur untergeordnet im Wettbewerb gegenüber weiteren Versorgungsstandorten in der Stadt Brandenburg an der Havel dar. Bei einer Ansiedlung eines Lebensmittel-SB-Betriebs wären die zentralen Versorgungsbereiche Neuendorfer Straße, Hauptzentrum Innenstadt und die solitären Standorte des Lebensmitteleinzelhandels in der nördlichen Kernstadt als Konkurrenzstandorte zu berücksichtigen.

Einzugsgebiet und Konkurrenzstandorte

Nur für den Fall der Ansiedlung kann dem zentralen Versorgungsbereich Altstadt auch ein nahversorgungsspezifischer Verflechtungsbereich zugeordnet werden. Zu diesem sind die rund 5.260 Einwohner der Bezirke Zentrum, Altstadt und Domstadt zu zählen.

Trotz der dargestellten Versorgungsdefizite wird empfohlen, einen zentralen Versorgungsbereich – wie vorgenannt abgegrenzt – in der Altstadt der Stadt Brandenburg an der Havel auszuweisen. Mit dem Wiesecke-Grundstück in der Plauer Straße steht weiterhin eine Entwicklungsfläche zur Verfügung, für die durch die Verwaltung der Stadt Brandenburg an der Havel die Ansiedlung eines Lebensmittel-SB-Betriebs favorisiert wird. Die Realisierungschance einer Ansiedlung wird durch die städtebauliche Umgestaltung im Bereich des Nicolaiplatzes unterstützt, weil hier eine Verbesserung der verkehrlichen Anbindung stattgefunden hat.

Stärken-Schwächen-Profil

In der Gesamtbetrachtung der Angebots- und Standortqualitäten der Versorgungslage Altstadt ergeben sich folgende prägenden Stärken:

städtebauliche Bewertung

- + Identitätsstiftende Bebauung
- + Historisches Rathaus als frequenzerzeugende öffentliche Einrichtung
- + Zentrale Lage
- + Touristisches Potenzial
- + Hohe Anzahl und Vielfalt von Komplementärnutzungen
- + Anbindung an das Hauptzentrum über die Jahrtausendbrücke

Stärken der Altstadt

Dementgegen stehen folgende Schwächen, die die Etablierung als zentraler Versorgungsbereich beeinträchtigen:

- Bislang kein Lebensmittelmagnetbetrieb
- Hohe Leerstandsquote (insbesondere Ritterstraße)
- Teilweise noch sanierungsbedürftige Bausubstanz
- Topografische Situation und Straßenquerschnitt sind nicht handelsfreundlich

Schwächen der Altstadt

Handlungsempfehlungen

Eingangs wurde bereits auf die besonderen, altstadttypischen Strukturen hingewiesen. Diese sind aufgrund der kleinteiligen Bebauung gleichermaßen Hemmnis für die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe modernen Zuschnitts als auch Potenzial für eine unverwechselbare Entwicklung des spezialisierten Facheinzelhandels. Insbesondere aufgrund dieser derzeitigen Kleinteiligkeit ist eine Aktivierung des Wiesecke-Grundstücks, verbunden mit der Ansiedlung eines Lebensmittel-SB-Betriebs zu empfehlen. Ohne diese Ansiedlungsperspektive würde die Altstadt zukünftig keine Nahversorgungsfunktionen übernehmen können und dementsprechend auch nicht den Maßstäben eines Nahversorgungszentrums gerecht werden.

3.3.5 Nahversorgungszentrum Wilhelmsdorfer Straße

Standortmerkmale und Angebotssituation

Die Wilhelmsdorfer Straße, im Stadtteil Neustadt gelegen, bildet die Verlängerung der Achse Stein-/Jakobstraße und erstreckt sich in West-Ost-Ausrichtung beidseitig der Otto-Sidow-Straße. Durch die gleichnamige Bushaltestelle ist der Standort Wilhelmsdorfer Straße an die Buslinien B, D, K und P angeschlossen.

Lage

Ähnlich der Neuendorfer Straße erstreckt sich auch die Wilhelmsdorfer Straße über eine größere Entfernung. Zwischen der Eisenbahnunterführung im Süd-Westen (hier mündet die Wilhelmsdorfer Straße in die Wilhelmsdorfer Landstraße) und dem Beginn der Jakobstraße besteht eine Distanz von ca. 850 m. Die Wilhelmsdorfer Straße wird, anders als die Neuendorfer Straße, durchgängig von einer Reihe gewerblicher Nutzungen im Erdgeschoss gesäumt. Die Abgrenzung des Nahversorgungsbereichs Wilhelmsdorfer Straße beschränkt sich dennoch auf die Nutzungskonzentration bei den Hausnummern 4 - 6 (Hinterhoflage) sowie die angrenzenden Grundstücke auf der gegenüberliegenden Südseite der Wilhelmsdorfer Straße.

räumliche Festlegung

Innerhalb dieses Versorgungsbereichs sind acht Einzelhandelbetriebe angesiedelt (ca. 1,5 % des gesamtstädtischen Bestandes). Diese Betriebe generieren auf einer Verkaufsfläche von lediglich 955 qm (ca. 0,6 %) einen Umsatzanteil von rund 1 %. Die Bedeutung des Einzelhandels innerhalb der integrierten Einkaufslage ist somit als gering zu bewerten. Die Versorgungsfunktion dieser Einzelhandelslage hat damit seit dem Jahr 2011 geringfügig abgenommen. Zu diesem Zeitpunkt waren noch 13 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 1.700 qm am Standort ansässig. Auch im Vergleich zu der Untersuchung aus dem Jahr 2007 ist nur eine geringe Veränderung feststellbar.

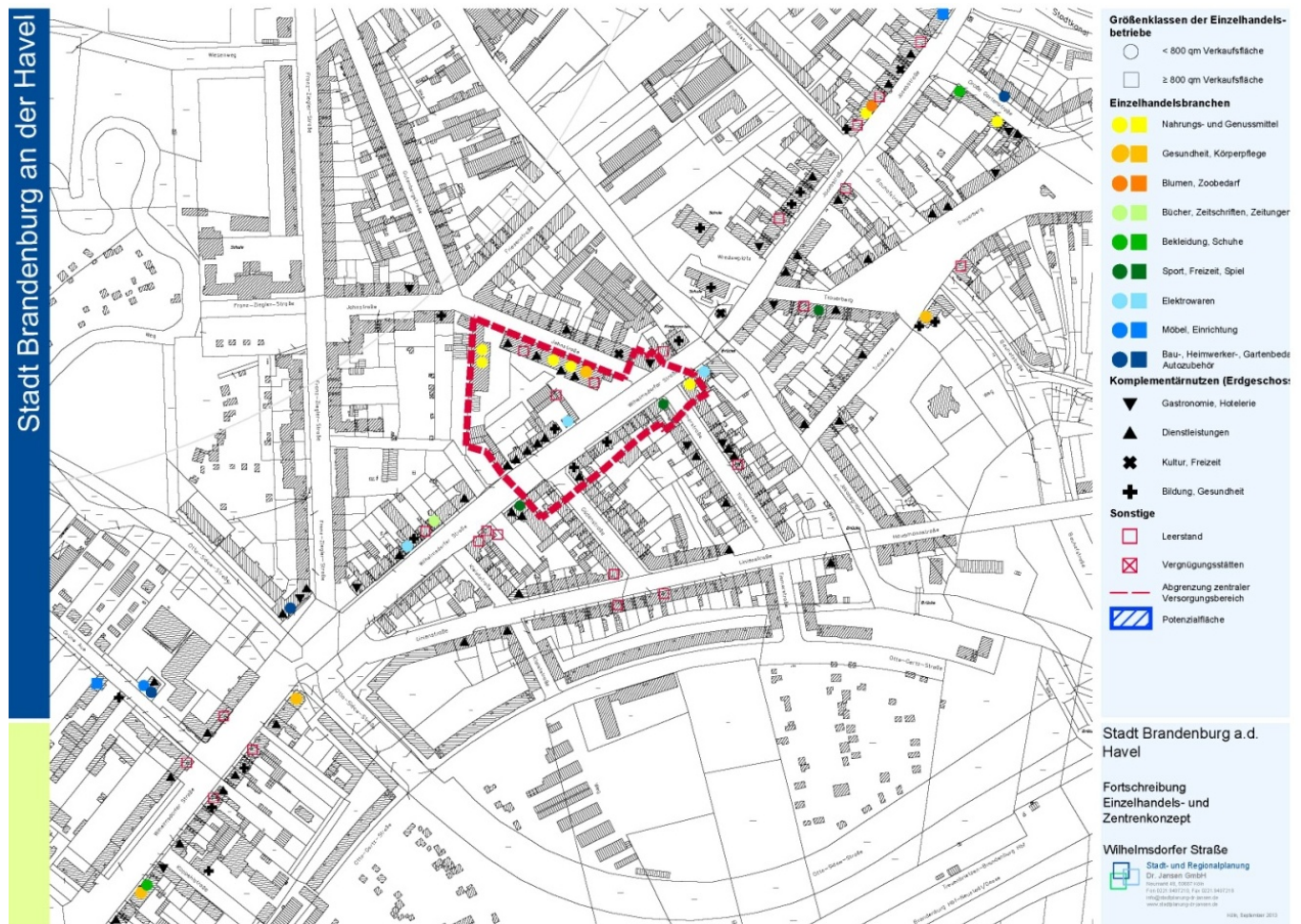
Angebotssituation des Einzelhandels

Die durchschnittliche Betriebsgröße von 120 qm im Bereich der Wilhelmsdorfer Straße ist Indiz für einen vornehmlich kleinstrukturier-

durchschnittliche Betriebsgröße und Angebotsschwerpunkt

ten Einzelhandelbestand, da sie deutlich unter der der Gesamtstadt Brandenburg an der Havel liegt. Sechs Betriebe bieten überwiegend nahversorgungsrelevante, zwei zentrenrelevante Sortimente an.

Abbildung 21 Räumliche Festlegung des Nahversorgungszentrums Wilhelmsdorfer Straße



Quelle: Kartengrundlage: Stadt Brandenburg an der Havel, Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Die Hinterhoflage des Nahversorgungszentrums Wilhelmsdorfer Straße profitiert von der Präsenz und Anziehungskraft des Lebensmitteldiscounters.

Tabelle 27 Einzelhandelssituation im Nahversorgungszentrum Wilhelmsdorfer Straße

Sortimentsgruppe	Betriebe	Betriebe	Verkaufsfläche	Verkaufsfläche
	abs.	(in %)	(in qm)	(in %)
Nahversorgungsrelevant	6	75	885	92,7
Zentrenrelevant	2	25	70	7,3
Nicht zentrenrelevant	-	-	-	-

Summe	8	100	955	100
--------------	---	-----	-----	-----

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Daneben wird die Nahversorgungsfunktion des Standorts durch ergänzende kleine Betriebseinheiten des Einzelhandels komplettiert.

Arrondiert wird der Einzelhandelsbestand in der Wilhelmsdorfer Straße durch einige Komplementärnutzungen speziell der privaten Dienstleistungen (Autovermietung, Friseur, Reisebüro, Versicherung u. a.). Auch für diesen Versorgungsbereich ist jedoch das Fehlen von Einrichtungen der öffentlichen Infrastruktur zu bemängeln.

Komplementärnutzungen

Tabelle 28 Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Wilhelmsdorfer Straße

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen Summe	Angebotsschwerpunkt
Gastronomie, Hotellerie	1	Bistro
Dienstleistungen	9	Autovermietungen, Friseure, Versicherung
Kultur, Freizeit	-	-
Bildung, Gesundheit	4	Arztpraxis, Physiotherapie
Summe	14	

*Anm.: Erdgeschoss

Quelle: Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Zum Zeitpunkt der Erhebung konnten im Versorgungsbereich Wilhelmsdorfer Straße vier Leerstände gezählt werden. Dies entspricht bei Betrachtung aller Gewerbeeinheiten im Erdgeschoss einer Leerstandsquote von ca. 15 % und übertrifft somit den Wert der „normalen“ Geschäftsfluktuation von bis zu 8 % deutlich.

Leerstand

Tabelle 29 Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum Wilhelmsdorfer Straße

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen	
	Summe	
Einzelhandel	8	
Komplementärnutzungen	14	
Leerstände	4	
Mindernutzungen	-	
Summe	26	

*Anm.: Erdgeschoss

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Der Einzugsbereich des Versorgungszentrums Wilhelmsdorfer Straße dürfte sich vornehmlich auf die umgebenden Wohngebiete der statistischen Bezirke Bahnhofsvorstadt und Wredow-Komplex konzentrieren. Hier leben derzeit ca. 6.800 Einwohner. Das Nahversorgungszentrum steht insbesondere im Wettbewerb um die Kaufkraft der Bewohnerschaft mit dem Hauptzentrum Innenstadt, dem Nahversorgungszentrum Neuendorfer Straße und den Solitärstandorten des Lebensmitteleinzelhandels.

Einzugsgebiet und Konkurrenzstandorte

Aufgrund der beschriebenen Hinterhoflage des Lebensmittel-Discounters und der ergänzenden Einzelhandels-Betriebe ist die Einsehbarkeit der Einkaufslage unzureichend. Da auch die Stellplätze für den ruhenden Verkehr dort verortet sind, dürften nennenswerte Streuumsätze an diesem Standort nicht realisiert werden. Neben der eingeschränkten Außenwirkung sind auch die städtebauliche Gestaltung und die Aufenthaltsqualität in dieser Lage verbesserungswürdig. Im Verhältnis zum teilweise hochwertig sanierten Altbaubestand entlang der Wilhelmsdorfer Straße entsteht hierdurch ein optischer Bruch, der sich auch nachteilig auf die Kundenanbindung auswirken dürfte.

städtebauliche Bewertung

Stärken-Schwächen-Profil

In der Gesamtbetrachtung der Angebots- und Standortqualitäten des Nahversorgungszentrums Wilhelmsdorfer Straße ergeben somit sich folgende prägenden Stärken:

- + Zentrale Lage zwischen Innenstadtring und Hauptgeschäftsreich
- + Bevölkerungsreiches Standortumfeld
- + Wilhelmsdorfer Straße als attraktives Standortumfeld mit teilweise hochwertiger (historischer) Bausubstanz
- + Vielfältiges Angebot an Einzelhandel und Dienstleistungen

Stärken des Nahversorgungszentrums Wilhelmsdorfer Straße

Demgegenüber sind folgende Schwächen zu dokumentieren:

- Magnetbetrieb ohne zeitgemäße Standortqualität
- Unzureichende Einsehbarkeit der Einkaufslage
- Eingeschränkte Erweiterungsmöglichkeiten
- Hohe Leerstandsquote
- Gestalterische Qualität der Einkaufslage bildet einen Kontrast zur umgebenden Bebauung

Schwächen des Nahversorgungszentrums Wilhelmsdorfer Straße

Handlungsempfehlungen

Der Magnetbetrieb des Nahversorgungszentrums Wilhelmsdorfer Straße sollte in seiner Funktionsfähigkeit gestärkt werden. Aufgrund der fehlenden Einsehbarkeit und einer Verkaufsfläche unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit ist er grundsätzlich als gefährdet zu bezeichnen. Eine Ausweitung der Verkaufsfläche dieses zentralen Versorgungsbereichs sollte innerhalb des Standorts realisiert und auf nahversorgungsrelevante Sortimente konzentriert werden.



3.3.6 Nahversorgungszentrum Ziesarer Landstraße

Standortmerkmale und Angebotssituation

Die Ziesarer Landstraße ist die in südwestlicher Richtung verlaufende Verlängerung der Wilhelmsdorfer Landstraße und befindet sich im Stadtteil Neustadt.

Lage

Von der Innenstadt verkehrt die Linie B der Verkehrsbetriebe Brandenburg an der Havel GmbH entlang der oben genannten Verbindung Wilhelmsdorfer Landstraße und Ziesarer Landstraße. Die Haltestelle Birkenstraße befindet sich unmittelbar gegenüber dem im Folgenden beschriebenen Einzelhandelsstandort.

Etwa gegenüber dem Birkenweg gelegen, befindet sich auf der nördlichen Straßenseite der Standort eines Lebensmitteldiscounters sowie weiterer handelswirtschaftlicher und gewerblicher Nutzungen, die von der Kundenfrequenz des Magnetbetriebs profitieren. Sowohl die Zufahrt als auch die Fläche für den ruhenden Verkehr werden von allen Betrieben gemeinsam genutzt. Die Abgrenzung des Nahversorgungszentrums beschränkt sich auf diesen Standort.

räumliche Festlegung

Innerhalb dieses Versorgungsbereichs befinden sich 5 Einzelhandelsbetriebe (ca. 1 % der gesamtstädtischen Ausstattung) mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 695 qm (ca. 0,5 %) und einer Umsatzleistung von rund 2,8 Mio. EUR (ca. 0,7 %). Damit weist der zentrale Versorgungsbereich Ziesarer Landstraße zum jetzigen Zeitpunkt die schwächste handelswirtschaftliche Ausstattung auf.

Angebotssituation des Einzelhandels

Die durchschnittliche Betriebsgröße von rund 140 qm lässt (mit Ausnahme des Lebensmitteldiscounters) einen vornehmlich kleinstrukturierten Einzelhandelsbestand erkennen. Sie liegt deutlich unter der durchschnittlichen Betriebsgröße der Stadt Brandenburg an der Havel. Vier der Betriebe bieten überwiegend Sortimente an, die als nahversorgungsrelevant zu bezeichnen sind, ein Betrieb ein zentrenrelevantes Kernsortiment. Der Verkaufsflächenanteil der nahversorgungsrelevanten Sortimente liegt bei rund 94,2 % und spiegelt den Versorgungsauftrag des Standorts wider.

Abbildung 22 Räumliche Festlegung des Nahversorgungszentrums
Ziesarer Landstraße



Quelle: Kartengrundlage: Stadt Brandenburg an der Havel,
Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Tabelle 30 Einzelhandelssituation im Nahversorgungszentrum Ziesarer Landstraße

Sortimentsgruppe	Betriebe	Betriebe	Verkaufsfläche	Verkaufsfläche
	abs.	(in %)	(in qm)	(in %)
Nahversorgungsrelevant	4	80,0	655	94,2
Zentrenrelevant	1	20,0	40	5,8
Nicht zentrenrelevant	-	-	-	-
Summe	5	100	695	100

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Ebenso wie der Einzelhandelsbestand ist auch die Ausstattung mit arrondierenden Komplementärnutzungen als unterdurchschnittlich zu bewerten, beispielsweise existiert nur eine gastronomische Nutzung innerhalb der vorgeschlagenen Abgrenzung.

Komplementärnutzungen

Tabelle 31 Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Ziesarer Landstraße

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen Summe	Angebotsschwerpunkt
Gastronomie, Hotellerie	1	Restaurant
Dienstleistungen	-	-
Kultur, Freizeit	-	-
Bildung, Gesundheit	-	-
Summe	1	

*Anm.: Erdgeschoss

Quelle: Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Zum Zeitpunkt der Erhebungen konnten für den Versorgungsbereich Ziesarer Landstraße weder Leerstände noch Mindernutzungen festgestellt werden.

Leerstände

Tabelle 32 Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum Ziesarer Landstraße

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen Summe
Einzelhandel	5
Komplementärnutzungen	1
Leerstände	-
Mindernutzungen	-
Summe	6

*Anm.: Erdgeschoss

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Der Einzugsbereich des Versorgungszentrums Ziesarer Landstraße dürfte sich vornehmlich auf die umgebenden Wohngebiete der statistischen Bezirke Bahnhofsvorstadt und Wredow-Komplex konzentrieren. Hier leben derzeit ca. 6.265 Einwohner. Das hier gelegene Nahversorgungszentrum steht aufgrund seiner Lage nur zum Nahversorgungszentrum Wilhelmsdorfer Straße sowie zum wohnungsnahen Versorgungsstandort in der Göttiner Straße im Wettbewerb um Kaufkraft.

Einzugsgebiet und Konkurrenzstandorte

Die Einsehbarkeit des Standorts und seine Zuwegung sind als durchschnittlich zu bewerten. Sie entsprechen der Versorgungsfunktion des Standorts für die Wohnungsbebauung im Standortumfeld.

Die Auseinandersetzung mit den derzeit am Standort Ziesarer Landstraße ansässigen Einzelhandelsnutzungen zeigt, dass von ihnen bislang keine adäquate Versorgungsfunktion übernommen werden kann. Sowohl die Angebotsquantität (Verkaufsfläche) als auch die -

planerische Hintergründe der Zentrenausweisung

qualität sowie die ergänzenden Komplementärnutzungen stehen gegenüber denen anderer zentraler Versorgungsbereiche zurück.

Die Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereichs wird jedoch sowohl vor dem Hintergrund städtebaulicher Entwicklungsziele der Stadt Brandenburg an der Havel als auch regionalplanerischer Darstellungen empfohlen.

Der Einzelhandelsstandort befindet sich im Vergleich zu den anderen Versorgungslagen (mit Ausnahme der Standorte in Plaue und Kirchmöser) außerhalb der Kernstadt und weist eine Solitärlage auf. Für die Versorgungssituation in den Bezirken Eigene Scholle und Wilhelmsdorf übernimmt er schon heute wesentliche Nahversorgungsfunktionen. Definitive Zielsetzung der Stadt Brandenburg an der Havel ist, diese Versorgungsfunktion zukünftig auszubauen.

Damit korreliert die Ausweisung eines Vorzugsraums ‚Siedlung‘ durch den im Entwurf vorliegenden Regionalplan Havelland-Fläming 2020.³⁴ Dieser beinhaltet eine zukünftig geplante Fokussierung auf den Standort und berücksichtigt die schon heute im Standortumfeld vorhandenen Versorgungseinrichtungen, Schulen, Kindergärten und medizinischen Einrichtungen.

Um der geplanten verstärkten Siedlungsentwicklung auch durch eine entsprechende Versorgungsfunktion auf Einzelhandelsebene gerecht zu werden, wird somit das Ziel verfolgt, die Einzelhandelslage Ziesarer Landstraße als zentralen Versorgungsbereich abzugrenzen, somit vor negativen Auswirkungen durch Einzelhandelsvorhaben an anderer Stelle zu schützen und durch entsprechende Ansiedlungen zu stärken.

Stärken-Schwächen-Profil

In der Gesamtbetrachtung der Angebots- und Standortqualitäten des Nahversorgungszentrums Ziesarer Landstraße ergeben sich somit folgende Stärken:

- + Einziger integrierter Versorgungsstandort im Bereich Eigene Scholle/Wilhelmsdorf
- + Geringe direkte Konkurrenzbezüge
- + Gute verkehrliche Anbindung sowie Anschluss an den ÖPNV direkt am Standort
- + Regionalplanerische und städtebauliche Zielsetzungen sehen vor, das Standortumfeld verstärkt in den Fokus der Siedlungsentwicklung zu nehmen.

Stärken des Nahversorgungszentrums Ziesarer Landstraße

Demgegenüber sind folgende Schwächen festzuhalten:

- Periphere Lage bedingt geringeres Kundenpotenzial
- Unterdurchschnittliche Ausstattung mit handelswirtschaftlichen und weiteren gewerblichen Einrichtungen

Schwächen des Nahversorgungszentrums Ziesarer Landstraße

³⁴ Dieser liegt derzeit in der 2. Entwurfsfassung vom 24. Oktober 2013 vor.

- Magnetbetrieb besitzt nur unterdurchschnittliche Verkaufsflächengröße, wird modernen Marktansprüchen nicht gerecht
- Vergleichsweise geringe Bevölkerungszahl im fußläufigen Einzugsbereich des Lebensmittelmagnetbetriebs

Handlungsempfehlungen

Die Ausweisung des zentralen Versorgungsbereichs Ziesarer Landstraße ist mit Handlungsempfehlungen vergleichbar denen zur Lage Wusterwitzer Straße verbunden. Die handelswirtschaftliche Versorgungsbedeutung sollte durch Betriebsansiedlungen (insbesondere mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten) ausgebaut werden. Auch dem Magnetbetrieb sollte ein Erweiterungsspielraum eingeräumt werden, der es ihm erlaubte, perspektivisch eine stabile Marktposition zu übernehmen. Ergänzend wird empfohlen, auch publikumswirksame Dienstleistungen am Standort zu konzentrieren, um die Besucherfrequenz zu erhöhen.

Zur Unterstützung der gewerblichen Entwicklung sollten städtebauliche Maßnahmen durchgeführt werden. Dazu zählt auch die Prüfung, ob durch eine Umstrukturierung der Grundstücksnutzungen und -zuschnitte im Standortumfeld neue Flächen für die Ansiedlung von gewerblichen Nutzungen hinzugewonnen und zukünftig in die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs einbezogen werden können. Noch dringlicher als für den Standort in der Wusterwitzer Straße wird empfohlen, die handelswirtschaftliche Bedeutung des Standorts auszubauen. In erster Linie dient dazu die Erweiterung des Lebensmitteldiscounters um dessen Magnetfunktionen langfristig zu stabilisieren. Daneben sollten weitere nahversorgungsrelevante Einzelhandels- und Dienstleistungen am Standort konzentriert werden.

3.3.7 Nahversorgungszentrum „Einkaufszentrum Görden“

Das Einkaufszentrum Görden liegt im gleichnamigen Stadtteil am nordwestlichen Rand des zusammenhängenden Siedlungskörpers der Kernstadt von Brandenburg an der Havel, dort im Kreuzungsbereich Gördenallee - Veilchenweg.

Lage

Vom Stadtzentrum ist das EKZ Görden über die August-Bebel-Straße und die in Richtung Westen führende Gördenallee zu erreichen. Eine günstige ÖPNV-Anbindung ist durch die naheliegenden Haltestellen von Bus und Bahn gewährleistet. In unmittelbarer Nachbarschaft des Einkaufszentrums befinden sich Haltestellen der Straßenbahnlinie 1 und der Buslinie E der Verkehrsbetriebe Brandenburg an der Havel. Zudem wird der Bahnhof Görden durch die Märkische Regiobahn MR 51 zwischen dem Hauptbahnhof Brandenburg an der Havel und der Nachbarstadt Rathenow angefahren.

Standortmerkmale und Angebotssituation

Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs beschränkt sich auf das EKZ Görden. Die angrenzenden Nutzungsstrukturen be-

räumliche Festlegung

gründen keine Einbeziehung der Grundstücke bzw. Grundstücks-teile.

Im EKZ Görden sind zurzeit 11 Einzelhandelsbetriebe ansässig. Bezogen auf die Gesamtstadt entspricht diese Ausstattung einem Anteil von rund 2 %. Der Anteil der Verkaufsfläche (ca. 2.970 qm) und der generierte Umsatz (ca. 10,6 Mio. EUR) liegen ebenfalls bei rund 2 %. Damit nimmt auch das EKZ Görden eine untergeordnete Bedeutung für den Einzelhandelsstandort Brandenburg an der Havel ein.

Angebotssituation des Einzelhandels

Seit der Vorläuferuntersuchung im Jahr 2011 konnte ein minimaler Rückgang der Verkaufsfläche festgestellt werden (2011: ca. 3.110 qm), jedoch steigerte sich der Umsatz (2011: ca. 9,5 Mio. EUR), was einem Zuwachs von ca. 12 % entspricht. Demzufolge hat sich die Leistungsfähigkeit dieses zentralen Versorgungsbereichs erhöht. Bei der Untersuchung aus dem Jahr 2007 betrug die Verkaufsfläche dieses Versorgungsbereichs noch 2.370 qm. Somit ist eine stetige Entwicklung in der Bedeutung feststellbar.

Abbildung 23 Räumliche Festlegung des Nahversorgungszentrums „Einkaufszentrum Görden“



Quelle: Kartengrundlage: Stadt Brandenburg an der Havel, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Die durchschnittliche Verkaufsfläche/Betrieb von ca. 270 qm liegt leicht unter dem städtischen Durchschnitt von rund 300 qm. Bezogen auf die Verkaufsfläche bilden nahversorgungsrelevante Sortimente (ca. 65 % der Verkaufsfläche) den Angebotsschwerpunkt der Einzelhandelsbetriebe im EKZ Görden. Die übrige Verkaufsfläche belegen Betriebe mit zentrenrelevantem Angebotsschwerpunkt.

Für den Lebensmitteleinzelhandel nehmen zwei Ankerbetriebe strukturprägende Positionen ein: Ein Rewe-Lebensmittelvollsortimenter oberhalb der Schwelle zur Großflächigkeit (mit zugehörigem Getränkemarkt) und ein Penny-Lebensmitteldiscounter belegen zusammen rund 61 % der Gesamtverkaufsfläche des EKZs Görden. Sie werden durch einen Kleinbetrieb des Lebensmittelhandwerks ergänzt.

Magnetbetriebe

Von den Nonfood-Angeboten strahlt eine Kik-Filiale zusätzliche Magnetwirkung aus. Das Angebot wird komplettiert durch weitere Betriebe des Textileinzelhandels sowie durch einen Anbieter von Hausrat/Geschenken und eine Apotheke.

Tabelle 33 Einzelhandelssituation im Nahversorgungszentrum „Einkaufszentrum Görden“

Sortimentsgruppe	Betriebe	Betriebe	Verkaufsfläche	Verkaufsfläche
	abs.	(in %)	(in qm)	(in %)
Nahversorgungsrelevant	6	54,5	1.915	64,5
Zentrenrelevant	5	45,5	1.055	35,5
Nicht zentrenrelevant	-	-	-	-
Summe	11	100	2.970	100

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Zwei Betriebseinheiten im Erdgeschoss des EKZs Görden sind durch private Dienstleistungsangebote belegt (Friseur, Reinigung). Weitere Angebote über den Einkauf von Waren hinaus fehlen derzeit.

Komplementärnutzungen

Tabelle 34 Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum „Einkaufszentrum Görden“

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen Summe	Angebotsschwerpunkt
Gastronomie, Hotellerie	-	-
Dienstleistungen	2	Friseur, Reinigung
Kultur, Freizeit	-	-
Bildung, Gesundheit	-	-
Summe	2	-

*Anm.: Erdgeschoss

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Zum Zeitpunkt der Erhebung standen drei Ladenlokale des EKZs Görden leer. Dies entspricht einer Leerstandsquote der Gewerbenutzungen im Erdgeschoss von ca. 19 %. Somit wird der Wert der „normalen“ Geschäftsfluktuation von bis zu 8 % deutlich übertroffen.

Tabelle 35 Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum „Einkaufszentrum Görden“

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen
	Summe
Einzelhandel	11
Komplementärnutzungen	2
Leerstände	3
Mindernutzungen	-
Summe	16

*Anm.: Erdgeschoss

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Die Versorgungsfunktion des Einkaufszentrums Görden ist auf die umliegenden Wohngebiete ausgerichtet und umfasst etwa 4.980 Einwohner im Verflechtungsbereich dieser Einzelhandelslage. Durch die Lage an einer stark befahrenen Straße, ausreichende Flächenkapazitäten für den ruhenden Verkehr und eine gute Einsehbarkeit ist auch die Generierung von Streuumsätzen möglich.

Einzugsgebiet und Konkurrenzstandorte

Durch seine Lage befindet sich das Einkaufszentrum Görden im Wettbewerb zu den Nahversorgungszentren Wiener Straße und Tschirchdamm sowie zu den solitären Standorten des Lebensmittel Einzelhandels in der nördlichen Kernstadt.

Die Gestaltung des Baukörpers ist für ein Einkaufszentrum zeitgemäß, er verbreitet eine ansprechende Außenwirkung. Auch die großzügige Parkplatzsituation ist positiv zu bewerten.

städtebauliche Bewertung

Die Passage im Innenbereich dagegen wird dem Anspruch an den zeitgemäßen Marktauftritt eines kleineren Centers nicht gerecht. Dabei sind die beiden Ankermärkte nach dem „Knochenprinzip“ situiert, sodass eine ausreichende Frequenz in der Verbindungsachse entstehen dürfte.

Stärken-Schwächen-Profil

In der Zusammenfassung der Angebots- und Standortqualitäten des Nahversorgungszentrums Einkaufszentrum Görden ergeben sich folgende prägende Stärken:

- + Zwei Lebensmittelmagnetbetriebe
- + Ausreichendes Parkplatzangebot, gute Erreichbarkeit
- + Gute Einsehbarkeit
- + Funktionsstärkung in den letzten Jahren

Stärken des Nahversorgungszentrums EKZ Görden

Hingegen lassen sich folgende Schwächen feststellen:

- Ergänzende private Dienstleistungen nur eingeschränkt vorhanden
- Keine öffentliche Infrastruktur
- Passage unzureichend genutzt und wenig ansprechend gestaltet

Schwächen des Nahversorgungszentrums EKZ Gölden

Handlungsempfehlungen

Wie von der GMA 2007 empfohlen, wurde für den Lebensmitteldiscounter bereits eine Verkaufsflächenerweiterung durchgeführt, von dem Betreiber des Lebensmittelvollsortimenters sind Erweiterungsabsichten auf rund 1.390 qm Verkaufsfläche bekannt, um die handelswirtschaftliche Funktionsfähigkeit zu stabilisieren. Der im Vergleich der Versorgungszentren geringe Leerstand kann als Folge der durch die Ankermieter hervorgerufenen Kundenfrequenz positiv bewertet werden. Angebotsergänzungen wären in der Warengruppe Drogerie/Kosmetik denkbar. Unter dem Aspekt einer maßstäblichen Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs und der Dimensionierungen der weiteren Planungen im Stadtgebiet wird empfohlen, die Erweiterungsabsicht des Lebensmittelvollsortimenters positiv zu beurteilen.

3.3.8 Nahversorgungszentrum Wiener Straße

Im Stadtteil Hohenstücken ist von der GMA im Jahr 2007 neben dem B-Zentrum Tschirchdamm eine weitere integrierte Versorgungslage abgegrenzt worden: Das Nahversorgungszentrum Willibald-Alexis-Straße (inkl. Einkaufszentrum Havelpassage), für das schon bei der Einzelhandelserfassung im Jahr 2011 erhebliche strukturelle Defizite festgestellt wurden. Die Ergebnisse der Vor-Ort-Erhebung des Einzelhandelsbestands im August 2013 in Verbindung mit der Information, dass die Fa. Aldi ihren Standort in der Willibald-Alexis-Straße aufgeben wird, führen dazu, dass die Abgrenzung eines Nahversorgungszentrums Willibald-Alexis-Straße für die Zukunft nicht weiter empfohlen wird.

Vielmehr begründen städtebauliche Planungen der Stadt Brandenburg an der Havel und Ansiedlungsplanungen der Fa. Edeka die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs „Wiener Straße“, in rund 700 m Entfernung zum Standort Willibald-Alexis-Straße gelegen. Entscheidend ist dabei die Planung der Stadt Brandenburg an der Havel, dass im direkten Standortumfeld ein Kristallisationspunkt von öffentlichen, medizinischen, bildungs- und versorgungsstrukturellen Einrichtungen weiterentwickelt werden soll. Auch die wohnraumpolitischen Planungen nehmen für das Standortumfeld eine bedeutende Rolle ein. Eine angemessene (Grund-)Versorgung auch im Einzelhandel soll durch die Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereichs und entsprechende Betriebsansiedlungen sichergestellt werden.

Standortmerkmale und Angebotssituation

Wenige Meter nach Überquerung der Havel über die August-Bebel-Straße erreicht man aus Richtung der Innenstadt die Gördenallee. Der Gördenallee in Richtung Westen folgend zweigt auf der nördlichen Straßenseite die Wiener Straße ab; dort betreibt NETTO einen Lebensmitteldiscounter. Dieser Betrieb bildet den Kern der wie folgt vorzunehmenden Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs. Der Standort ist durch die Linie 12 der Verkehrsbetriebe Brandenburg an der Havel GmbH und die Haltestelle Wiener Straße funktionsfähig an den ÖPNV angebunden.

Lage

Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs umfasst die Gebäude/Grundstücke, die von der Wiener Straße im Osten, der Berner Straße im Norden und Westen sowie der Gördenallee im Süden begrenzt werden.

räumliche Festlegung

In dem so definierten Bereich sind derzeit 5 Einzelhandelsbetriebe ansässig. Bezogen auf die Gesamtstadt entspricht diese Ausstattung einem Anteil von rund 1 %. Der Anteil der Verkaufsfläche (ca. 1.155 qm) und der generierte Umsatz (ca. 3,3 Mio. EUR) liegen knapp unter 1 %. Damit kann stadtbezogen nur eine unterdurchschnittliche Versorgungsbedeutung festgestellt werden.

Angebotssituation des Einzelhandels

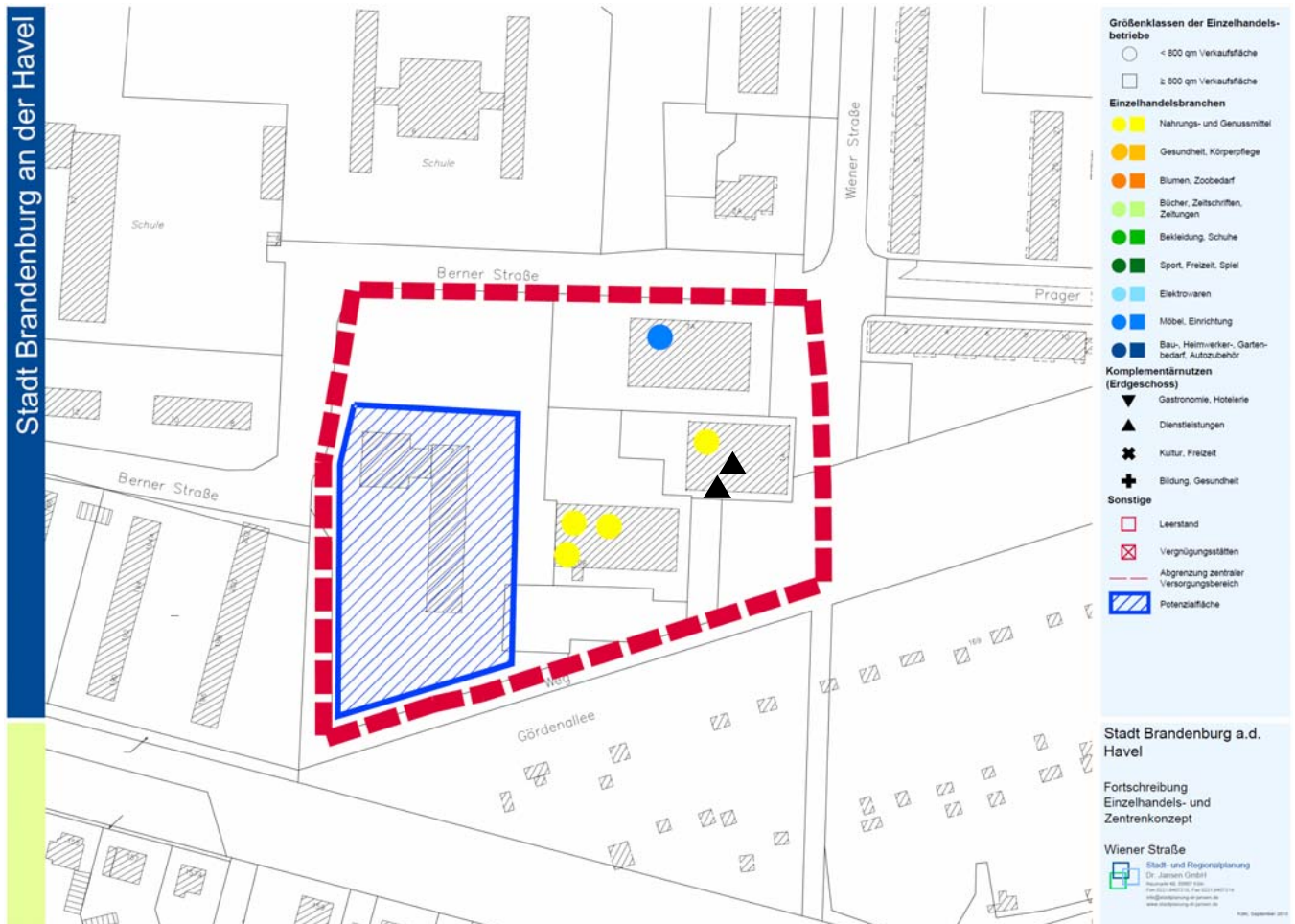
Tabelle 36 Einzelhandelssituation im Nahversorgungszentrum Wiener Straße

Sortimentsgruppe	Betriebe	Betriebe	Verkaufsfläche	Verkaufsfläche
	abs.	(in %)	(in qm)	(in %)
Nahversorgungsrelevant	4	80,0	655	56,7
Zentrenrelevant	-	-	-	-
Nicht zentrenrelevant	1	20,0	500	43,3
Summe	5	100	1.155	100

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Die durchschnittliche Verkaufsfläche/Betrieb von ca. 230 qm liegt hier unter dem städtischen Durchschnitt von rund 300 qm Verkaufsfläche/Betrieb. Bezogen auf die Verkaufsfläche stellen nahversorgungsrelevante Sortimente (ca. 80 % der Betriebe und rund 57 % der Verkaufsfläche) den Angebotsschwerpunkt der Einzelhandelsbetriebe in diesem Standortbereich dar. Zudem ist ein Betrieb ansässig, der ein nicht zentrenrelevantes Kernsortiment führt (Möbeleinzelhandel).

Abbildung 24 Räumliche Festlegung des Nahversorgungszentrums Wiener Straße



Quelle: Kartengrundlage: Stadt Brandenburg an der Havel, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Für den Lebensmitteleinzelhandel wird durch den benannten Betrieb eine strukturprägende Magnetfunktion übernommen, dessen Kundenfrequenz die Umsatzfähigkeit der weiteren ergänzenden Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment stützt.

Magnetbetriebe

Zukünftig wird diese Magnetfunktion durch einen Lebensmittelvollsortimenter gestärkt. Ein leerstehendes, ehemals zu Wohnzwecken genutztes Gebäude westlich des Lebensmitteldiscounters soll abgerissen werden. An gleicher Stelle plant die Fa. Edeka den Bau eines großflächigen Lebensmittelsupermarkts mit rund 1.600 qm Verkaufsfläche.

Derzeit bestehen im Nahversorgungszentrum Wiener Straße zwei Dienstleistungsnutzungen, die den Einzelhandelsbestand ergänzen.

Komplementärnutzungen

Dies kennzeichnet die derzeit noch untergeordnete Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums.

Tabelle 37 Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Wiener Straße

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen	
	Summe	Angebotsschwerpunkt
Gastronomie, Hotellerie	-	-
Dienstleistungen	2	Reisebüro, Friseur
Kultur, Freizeit	-	-
Bildung, Gesundheit	-	-
Summe	2	-

*Anm.: Erdgeschoss

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Leerstände oder Mindernutzungen wurden nicht erfasst.

Tabelle 38 Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum Wiener Straße

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen	
	Summe	
Einzelhandel	5	
Komplementärnutzungen	2	
Leerstände	-	
Mindernutzungen	-	
Summe	7	

*Anm.: Erdgeschoss

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Die Versorgungsfunktion des Einkaufszentrums Wiener Straße ist auf die umliegenden Wohngebiete ausgerichtet. Dabei ist die räumliche Nähe zu den zentralen Versorgungsbereichen Tschirchdamm und Einkaufszentrum Görden zu berücksichtigen. Dem Verflechtungsbereich des Nahversorgungszentrums Wiener Straße können so insgesamt ca. 7.485 Einwohner zugeordnet werden.

Einzugsgebiet und Konkurrenzstandorte

Durch seine Lage befindet sich das Nahversorgungszentrum Wiener Straße insbesondere in Wettbewerb mit den beiden vorgenannten zentralen Versorgungsbereichen, mit den Nutzungen am Standort des ehemaligen Nahversorgungszentrums Willibald-Alexis-Straße, dem Standort der Fa. Lidl in der Upstallstraße sowie der dezentralen Standortagglomeration Upstallstraße. Ebenfalls zu erwähnen ist der derzeit noch existente Standort eines Edeka-Aktiv-

Lebensvollsortimenters in der Haydnstraße, der jedoch im Zuge der erläuterten Standortansiedlung aufgegeben werden soll.

Die derzeitige städtebauliche Bewertung ist analog zur aktuellen faktischen Versorgungsfunktion als verbesserungswürdig einzustufen: Der Standort wird momentan optisch durch den leerstehenden abzureißenden Gebäudekörper sowie das Gebäude des Lebensmitteldiscounters geprägt. Seitlich versetzt führt eine Passage in Richtung Wiener Straße, die Standort der weiteren kleinstrukturierten Nutzungen ist. Die Passage wird jedoch, auch im Hinblick auf die Außenwirkung (Erscheinungsbild, Einsehbarkeit der Nutzungen), zeitgemäßen handelswirtschaftlichen Ansprüchen nicht mehr gerecht.

städtebauliche Bewertung

Der Gesamteindruck des Quartiers wird zudem durch die städtebauliche und wohnraumpolitische Umstrukturierung des direkt nördlich angrenzenden Standortumfelds belastet. So stehen einige optisch dominante Gebäude leer, u. a. eine ehemalige Schule.

Stärken-Schwächen-Profil

In der Zusammenfassung der Angebots- und Standortqualitäten des Nahversorgungszentrums Wiener Straße ergeben sich folgende prägende Stärken:

- + Gute verkehrliche Erreichbarkeit
- + Kristallisationspunkt städtebaulicher Entwicklungsplanungen in der Stadt Brandenburg an der Havel
- + Ergänzung des bestehenden Lebensmitteldiscounter bei Ausübung der Magnetfunktion durch Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters
- + Möglichkeit weiterer Einzelhandelsansiedlungen im Standortumfeld durch städtebauliche Umstrukturierungen gegeben
- + Öffentliche Einrichtungen im Standortumfeld

Stärken des Nahversorgungszentrums Wiener Straße

Hingegen lassen sich folgende Schwächen feststellen:

- Kaum ergänzende private Dienstleistungen
- Aktueller Lebensmittelmagnetbetrieb weist keine Verkaufsflächengröße nach aktuellen Betreiberansprüchen auf
- Städtebauliche Missstände, insbesondere im Bereich der Passage

Schwächen des Nahversorgungszentrums Wiener Straße

Handlungsempfehlungen

Die derzeitige Versorgungsstruktur erfüllt die Anforderungen eines Nahversorgungszentrums nicht. Wie erläutert erfolgt die Ausweisung nur unter der Prämisse, dass die Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelvollsortimenters für die funktionale und städtebauliche Aufwertung des Versorgungsstandorts einen Impuls setzt. Es wird empfohlen, mittels Neuordnung der Gebäudestruktur der Passage attraktive kleinflächige Ladenlokale zu errichten, die sich zur Ansiedlung ergänzender Einzelhandelsbetriebe sowie publikumsorientierter Dienstleistungsnutzungen eignen.

3.3.9 Nahversorgungszentrum Tschirchdamm

Das Nahversorgungszentrum Tschirchdamm befindet sich im Stadtteil Hohenstücken im Nordwesten der Stadt Brandenburg an der Havel.

Die verkehrliche Anbindung verläuft vom Innenstadtring aus in nördlicher Richtung über die August-Bebel-Straße und die Rathenower Landstraße sowie über die südlich des Tschirchdamms gelegene West-Ost-Verbindung Rosa-Luxemburg-Allee/ Upstallstraße. Auch mit dem ÖPNV ist das Nahversorgungszentrum Tschirchdamm zu erreichen: Die Straßenbahnlinie 6 verkehrt zwischen den Stationen Hohenstücken-Nord und Brandenburg Hauptbahnhof. Zudem wird die Einkaufslage von der Omnibuslinie C zwischen Waldcafé Görden und Hohenstücken-Nord angefahren.

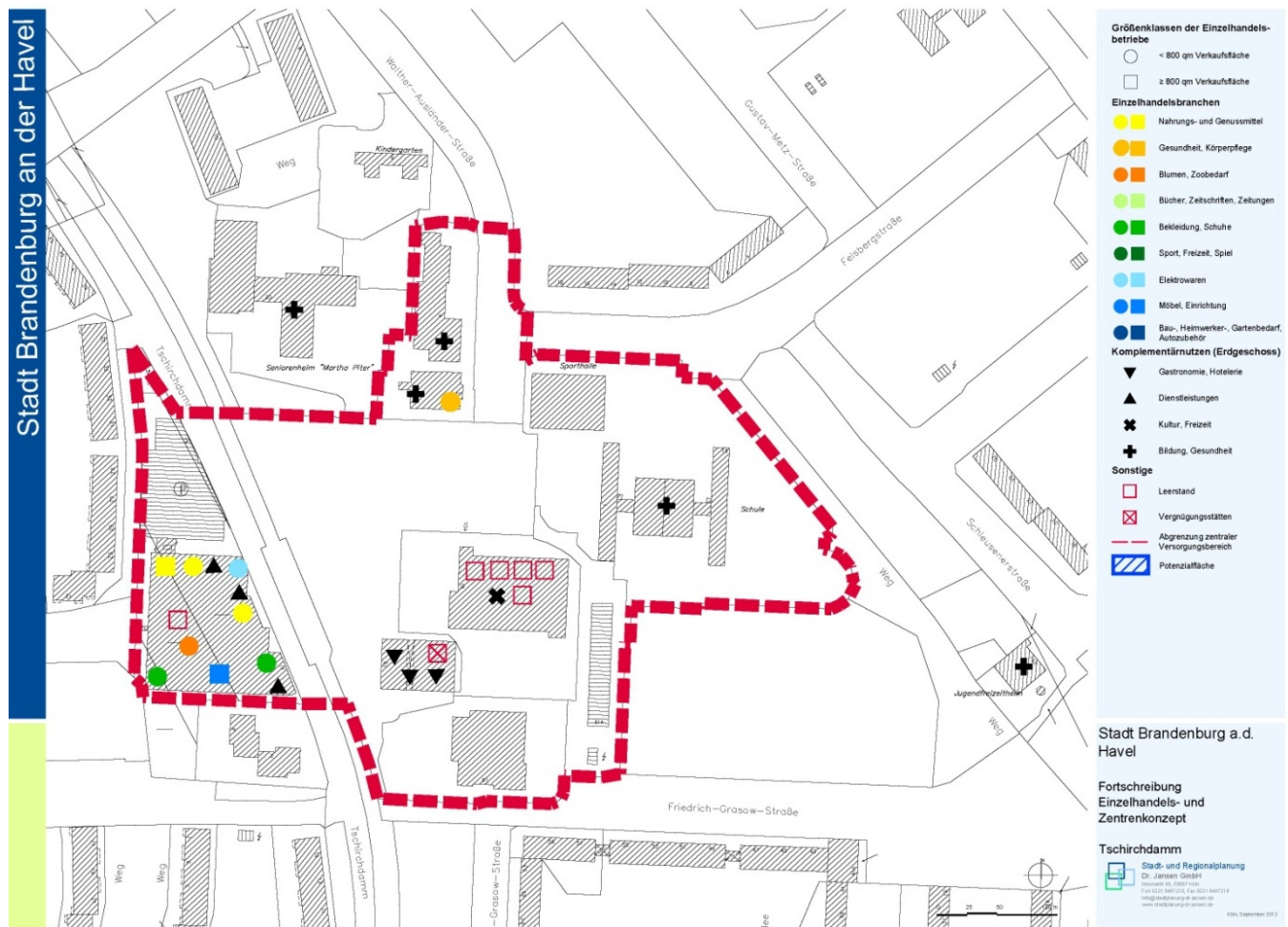
Standortmerkmale und Angebotssituation

Das Nahversorgungszentrum Tschirchdamm umfasst den Altstandort des Rewe-Lebensmittelvollsortimenters³⁵ mit benachbarten Einzelhandelsbetrieben sowie den neuen Standort auf der östlichen Seite des Tschirchdamms mit angrenzenden Grundstücken zwischen Friedrich-Grassow-, Felsberg- und Walther-Ausländer-Straße.

räumliche Festlegung

³⁵ Nach Abschluss der Erhebungen und der Berechnungen fand eine Verlagerung des Rewe-Lebensmittelvollsortimenters auf die andere Straßenseite des Tschirchdamms statt. Diese Verlagerung ging mit einer Verkaufsflächenreduzierung von 1.800 auf 1.350 qm einher. Diese konnte im Datenbestand nicht mehr berücksichtigt werden.

Abbildung 25 Räumliche Festlegung des Nahversorgungszentrums
Tschirchdamm



Quelle: Kartengrundlage: Stadt Brandenburg an der Havel,
Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013,
Erhebungsstand August 2013

Im Nahversorgungszentrum Tschirchdamm befanden sich zum Erhebungszeitpunkt insgesamt neun Betriebe des Einzelhandels und des Ladenhandwerks. Diese repräsentieren einen Anteil an allen Betrieben und der Verkaufsfläche der Stadt Brandenburg an der Havel von jeweils ca. 1,6 %. Die Verkaufsfläche umfasst etwa 3.330 qm. Der von den Einzelhandelsbetrieben generierte Umsatz beträgt ca. 10,2 Mio. EUR (ca. 2,3 % des Gesamtumsatzes). Die durchschnittliche Betriebsgröße von ca. 370 qm und liegt über dem gesamtstädtischen Durchschnitt. Damit konnte die Verkaufsfläche seit dem Jahr 2011 zwar trotz einer Reduzierung der Betriebe (2011: 11 Betriebe) ausgebaut werden (2011: ca. 3.050 qm), der Umsatz ging jedoch minimal zurück (2011: ca. 10,3 Mio. EUR). Im Vergleich zu der Untersuchung aus dem Jahr 2007 ist jedoch eine positive Gesamttendenz feststellbar (2007: ca. 2.800 qm Verkaufsfläche, ca. 9,4 Mio. EUR Umsatz). Der Angebotsschwerpunkt liegt im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente. Fünf Betriebe generieren auf ca. 57 % der Verkaufsfläche einen Umsatzanteil von ca. 85 %. Angebote des

überwiegend zentrenrelevanten Sortimentsbereichs werden von drei Betrieben vorgehalten (ca. 6 % des Umsatzes, ca. 33 % der Verkaufsfläche). Nicht zentrenrelevante Sortimente werden von nur einem Betrieb angeboten (ca. 9 % des Umsatzes, ca. 35 % der Verkaufsfläche).

Tabelle 39 Einzelhandelssituation im Nahversorgungszentrum Tschirchdamm

Sortimentsgruppe	Betriebe	Betriebe	Verkaufs- fläche	Verkaufs- fläche
	abs.	(in %)	(in qm)	(in %)
Nahversorgungsrelevant	5	55,6	1.890	56,8
Zentrenrelevant	3	33,3	270	8,1
Nicht zentrenrelevant	1	11,1	1.170	35,1
Summe	9	100	3.330	100

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Die Versorgungsstruktur des Einzelhandelsstandorts Tschirchdamm prägt ein großflächiger Magnetbetrieb (Rewe-Lebensmittelvollsortimenter). Der übrige Einzelhandelsbesatz ist mit Ausnahme des Sozialkaufhauses kleinteilig strukturiert.

Magnetbetriebe

Ergänzt werden die neun Einzelhandelsnutzungen des Nahversorgungszentrums Tschirchdamm durch 11 Komplementärnutzungen in den Erdgeschossen, welche sich auf die drei Kategorien Gastronomie/Hotellerie, Dienstleistungen und Bildung/Gesundheit verteilen. Durch diese Verteilung wird innerhalb des Versorgungszentrums eine Reihe von Angeboten vorgehalten, die über die Versorgung mit Konsumgütern hinausgehen.

Komplementärnutzungen

Tabelle 40 Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Tschirchdamm

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen	Angebotsschwerpunkt
	Summe	
Gastronomie, Hotellerie	3	Bars, Imbiss, Hostel
Dienstleistungen	4	Friseur, Versicherung, Banken
Kultur, Freizeit	-	-
Bildung, Gesundheit	3	(Fach-)Ärzte, Schule
Summe	10	

*Anm.: Erdgeschoss

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

In den Erdgeschosslagen sind 6 Leerstände zu verzeichnen. Im Verhältnis zu den insgesamt 26 in den Erdgeschossen vorliegenden Gewerbeflächen ergibt sich eine überdurchschnittlich hohe Leerstandsquote von ca. 23 %. Bei der Vorläuferuntersuchung im Jahr

2011 konnten vier Leerstände ausgemacht werden (Leerstandsquote: 13 %). Somit ist in dieser Hinsicht eine Verstärkung festzustellen.

Tabelle 41 Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum Tschirchdamm

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen
	Summe
Einzelhandel	9
Komplementärnutzungen	10
Leerstände	6
Vergnügungsstätten	1
Summe	26

*Anm.: Erdgeschoss

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Das Einzugsgebiet des Nahversorgungszentrums Tschirchdamm dürfte sich auf die umliegenden Wohngebiete richten und somit auch Teile des Stadtteils Görden umfassen. Insgesamt sind dort ca. 6.835 Einwohner wohnhaft.

Einzugsgebiet und Konkurrenzstandorte

In räumlicher Nähe und damit auch in Konkurrenz zum Nahversorgungszentrum Tschirchdamm befinden sich die beiden dezentralen Einzelhandelsstandorte Upstallstraße und Beetzsee-Center sowie die Nahversorgungszentren Wiener Straße und das Einkaufszentrum Görden.

Die städtebauliche Situation des abgegrenzten Nahversorgungszentrums Tschirchdamm ist differenziert zu bewerten. Westlich des Tschirchdamms befinden sich der ehemalige Standort des Magnetbetriebs Rewe sowie bestehende ergänzende Nutzungen in einer Passage. Ein angeschlossenes Parkhaus stellt ausreichende Parkplätze zur Verfügung, sie werden jedoch nicht so stark angenommen wie ebenerdig gelegene. Die Aufenthaltsqualität der Passage ist unzureichend und die Wiederbelegung der leerstehenden Ladenlokale (hier insbesondere der großflächigen vormaligen Rewe-Einheit) sollte prioritär behandelt werden, um einer Fortsetzung der Trading-down-Effekte entgegenzuwirken.

städttebauliche Bewertung

Das gegenüberliegende Grundstück/Gebäude war lange Zeit durch einen stark sanierungsbedürftigen Zustand geprägt. Durch den Neubau für den Rewe-Supermarkt wird hier eine Standortaufwertung initiiert.

Stärken-Schwächen-Profil

In der Gesamtbetrachtung der Angebots- und Standortqualitäten des Nahversorgungszentrums Tschirchdamm ergeben sich folgende

prägenden Stärken:

- + Zufriedenstellende Erreichbarkeit
- + Leistungsfähiger Lebensmittelmagnetbetrieb
- + Nachnutzungspotenziale am Altstandort von Rewe
- + Ausreichendes Angebot an Parkplätzen, teilweise im Parkhaus
- + Hohes Bevölkerungspotenzial im Nahbereich

Stärken des Nahversorgungszentrums Tschirchdamm

Hingegen lassen sich für das Nahversorgungszentrum folgende Schwächen feststellen:

- Gestalterische Defizite (keine Aufenthaltsqualität)
- Hohe Leerstandsquote
- Geringe Außenwirkung zur stark frequentierten Straße hin

Schwächen des Nahversorgungszentrums Tschirchdamm

Handlungsempfehlungen

Der zentrale Versorgungsbereich Tschirchdamm übernimmt überwiegend Nahversorgungsfunktionen. Der Lebensmittelvollsortimenter als Magnetbetrieb hat seine Fläche im Zuge einer Verlagerung vergrößert und modifiziert. Hierdurch ist zukünftig eine weitere Standortaufwertung zu erwarten, weil eine erhöhte Kundefrequenz durch die Attraktivierung des Magnetbetriebs anzunehmen ist, die die Ansiedlung weiterer Versorgungseinrichtungen unterstützen wird.

Der Fokus ist demnach zukünftig vermehrt auf eine städtebauliche Aufwertung des Standorts zu richten, die auch zu einer Verbesserung der Aufenthaltsqualität beitragen soll.

Wichtig erscheint insbesondere eine funktionale Verknüpfung der beiden Straßenseiten. Dies beinhaltet eine qualifizierte fußläufige Verbindung wie auch die Unterstützung von Sichtbeziehungen und eine gemeinsame Vermarktung (Öffnungszeiten, Werbung, Parkplätze etc.). Zu vermeiden ist eine Isolierung des modernisierten Lebensmittel-SB-Betriebs von den weiteren Versorgungseinrichtungen, da so keine Kopplungseffekte entstehen können.

3.3.10 Nahversorgungszentrum Werner-Seelenbinder-Straße

In der dicht besiedelten nördlichen Kernstadt, hier insbesondere im Stadtteil Nord, hat sich die Versorgungsstruktur seit der Vorläuferuntersuchung im Jahr 2007 deutlich gewandelt. Nach der Aufgabe des Magnetbetriebs im EKZ Marienberg (ehemaliges C-Zentrum), das in der Vergangenheit weitreichende Versorgungsaufgaben für den östlichen Teil der nördlichen Kernstadt übernommen hatte, zogen sich auch weitere kleinteilige Anbieter zurück, sodass dieses Geschäftsgebäude aktuell nahezu leer steht. Auch die Geschäftslage Willi-Sänger-Straße, fast ausschließlich durch die dichte Folge dreier verkehrsgünstig zu erreichender Lebensmittel-

SB-Betriebe geprägt, übernimmt keine zentralen Versorgungsfunktionen.³⁶

Für den Standort Werner-Seelenbinder-Straße jedoch kann unter Berücksichtigung der derzeit ansässigen Versorgungseinrichtungen, betrieblicher Standortplanungen, städtebaulicher Entwicklungsziele und einer großen Zahl zu versorgender Einwohner ein zentraler Versorgungsbereich der Kategorie Nahversorgungszentrum abgegrenzt werden.

Standortmerkmale und Angebotssituation

Das Nahversorgungszentrum Werner-Seelenbinder-Straße wird innerhalb des durch die Barnimstraße im Westen, die Emsterstraße im Norden, die Prignitzstraße im Osten und die Werner-Seelenbinder-Straße im Süden umfassten Baublocks abgegrenzt. Hier befindet sich der Betrieb des standortprägenden Lebensmittel-supermarkts und ergänzender Versorgungseinrichtungen. Der Standort ist über den Abschnitt Willi-Sänger-Straße des Innenstadtrings sowie über die Brielower Straße erreichbar. Die Nähe zu Innen- und Altstadt ermöglicht fußläufige Verbindungen in das Zentrum der Stadt Brandenburg an der Havel. Auch an den ÖPNV besteht eine gute Anbindung. Die Haltestellen Ruppinstraße, Freiherr-von-Thüringen-Straße und Werner-Seelenbinder-Straße sind an mehrere Bus- und Straßenbahnlinien der Verkehrsbetriebe Brandenburg an der Havel GmbH angeschlossen.

räumliche Festlegung

³⁶ Einer der beiden Netto-Lebensmitteldiscounter, die weniger Meter voneinander entfernt liegen, wird seinen Betrieb kurzfristig einstellen.

Abbildung 26 Räumliche Festlegung des Nahversorgungszentrums Werner-Seelenbinder-Straße



Quelle: Kartengrundlage: Stadt Brandenburg an der Havel,
Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013,
Erhebungsstand August 2013

Im Nahversorgungszentrum Werner-Seelenbinder-Straße befanden sich zum Erhebungszeitpunkt insgesamt acht Betriebe des Einzelhandels und des Ladenhandwerks mit insgesamt rund 830 qm Verkaufsfläche. Diese repräsentieren einen Anteil an allen Betrieben und der Verkaufsfläche der Stadt Brandenburg an der Havel von jeweils ca. 1,5 % und einen Verkaufsflächenanteil von rund 1 %. Der von den Einzelhandelsbetrieben generierte Umsatz beträgt ca. 2,7 Mio. EUR. Die durchschnittliche Betriebsgröße von ca. 104 qm liegt unter dem gesamtstädtischen Durchschnitt und kennzeichnet eine vornehmlich kleinteilige Betriebsstruktur.

Der Angebotsschwerpunkt liegt bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten. Fünf Betriebe generieren auf ca. 62,5 % der Verkaufsfläche einen Umsatzanteil von ca. 89 %. Zentrenrelevante Sortimente werden von drei Betrieben angeboten (ca. 11 % des Umsatzes, ca. 37,5 % der Verkaufsfläche).

Angebotssituation des Einzelhandels

**Tabelle 42 Einzelhandelssituation im Nahversorgungszentrum
Werner-Seelenbinder-Straße**

Sortimentsgruppe	Betriebe	Betriebe	Verkaufs- fläche	Verkaufs- fläche
	abs.	(in %)	(in qm)	(in %)
Nahversorgungsrelevant	5	62,5	625	75,3
Zentrenrelevant	3	37,5	205	24,7
Nicht zentrenrelevant	-	-	-	-
Summe	8	100	830	100

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Die Versorgungsstruktur des Einzelhandelsstandorts Werner-Seelenbinder-Straße wird von einem Lebensmittel-Supermarkt geprägt, der derzeit eine Verkaufsflächengröße deutlich unterhalb der Großflächigkeit belegt. Dennoch übernimmt er heute bereits eine bedeutende Versorgungsfunktion. Im Zuge der auf die Gesamtstadt bezogenen Umstrukturierungsplanungen der Fa. Edeka (vgl. hierzu Kapitel 2.4.4: Einzelhandelsplanungen) wird eine Vergrößerung und Modernisierung des Betriebs angestrebt.

Magnetbetriebe

Ergänzt werden die acht Einzelhandelsnutzungen im Nahversorgungszentrum Werner-Seelenbinder-Straße durch fünf Komplementärnutzungen aus den Bereichen Dienstleistung und Bildung/Gesundheit in den Erdgeschossen.

Komplementärnutzungen

Tabelle 43 Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Werner-Seelenbinder-Straße

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen	Angebotsschwerpunkt
	Summe	
Gastronomie, Hotellerie	-	
Dienstleistungen	3	Waschsalon, Computer-Service, Friseur
Kultur, Freizeit	-	-
Bildung, Gesundheit	2	Bibliothek, Physiotherapie
Summe	5	

*Anm.: Erdgeschoss

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Darüber hinaus ist in den Erdgeschosslagen des Nahversorgungszentrums ein Leerstand aufgenommen worden. Vergnügungsstätten oder Mindernutzungen wurden nicht festgestellt.

Tabelle 44 Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum Werner-Seelenbinder-Straße

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen
	Summe
Einzelhandel	8
Komplementärnutzungen	5
Leerstände	1
Vergnügungsstätten	-
Summe	14

*Anm.: Erdgeschoss

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Im Einzugsgebiet des Nahversorgungszentrums Werner-Seelenbinder-Straße, der dicht besiedelten nördlichen Kernstadt, leben rund 8.755 Einwohner.

Einzugsgebiet und Konkurrenzstandorte

Die Wettbewerbssituation für das Nahversorgungszentrum Werner-Seelenbinder-Straße wird vornehmlich durch Solitärstandorte des Lebensmitteleinzelhandels geprägt. Hier sind insbesondere die Standorte der Lebensmitteldiscounter in der Ruppinstraße, der Willi-Sänger-Straße und der Karl-Marx-Straße anzuführen. Konkurrenzbezüge zu zentralen Versorgungsbereichen sind am ehesten für die Standorte Wiener Straße und Altstadt anzuführen.

Die städtebauliche Situation des abgegrenzten Nahversorgungszentrums Werner-Seelenbinder-Straße wird durch die mehrgeschossige Block-Wohnbebauung im Standortumfeld geprägt. Im Zentrum des Wohngebiets sind die Versorgungseinrichtungen in einem Funktionsbau untergebracht, der neben dem Lebensmittelvollsortimenter auch eine Einkaufspassage mit kleinteiliger Nutzungsstruktur enthält. Damit wird sowohl in Bezug auf die Verkaufsflächengröße als auch im Hinblick auf architektonische Aspekte nicht den modernen Kundenwünschen und Standortanforderungen der Betreiber entsprochen.

städttebauliche Bewertung

Stärken-Schwächen-Profil

In der Gesamtbetrachtung der Angebots- und Standortqualitäten des Nahversorgungszentrums Werner-Seelenbinder-Straße ergeben sich folgende prägenden Stärken:

- + Zufriedenstellende Erreichbarkeit
- + Gute Anbindung an den ÖPNV
- + Hohes Kunden-/Kaufkraftpotenzial im Standortumfeld
- + Geringe Konkurrenzbezüge zu anderen zentralen Versorgungsbereichen
- + Investitionsplanungen des Lebensmittelsupermarkts

Stärken des Nahversorgungszentrums Werner-Seelenbinder-Straße

Demgegenüber stehen folgende Schwächen:

- Gestalterische Defizite (keine Aufenthaltsqualität)
- Eingeschränkt leistungsfähiger Lebensmittelmagnetbetrieb
- Vergleichsweise geringe Ausstattung an Einzelhandelsnutzungen und ergänzenden Versorgungseinrichtungen

Schwächen des Nahversorgungszentrums Werner-Seelenbinder-Straße

Handlungsempfehlungen

Bisher ist es in der Stadt Brandenburg an der Havel nicht gelungen, einen zentralen Versorgungsbereich in der nördlichen Kernstadt zu etablieren, der die Versorgungseinrichtungen für das hohe Bevölkerungspotenzial im Standortumfeld bündelt, einen leistungsfähigen, modernen Lebensmittelmagnetbetrieb beheimatet und gleichzeitig auch Aufenthalts- und Kommunikationsqualitäten bietet. Die Standortplanungen der Fa. Edeka sollen nun das Startsignal für die Entwicklung der genannten Versorgungsqualitäten bilden. Positiv für diese Entwicklung ist auch, dass nahegelegene Konkurrenzstandorte (z. B. ein Netto-Lebensmitteldiscounter in der Willi-Sänger-Straße) mittelfristig aufgegeben werden.

Ein besonderes Augenmerk gilt es auf die städtebauliche Aufwertung des Standorts zu richten. Die angesprochene Einkaufspassage ist unter heutigen Betreiber- und Kundenansprüchen nicht mehr marktkonform. Hier sollten durch Umbaumaßnahmen Ladenlokale errichtet werden, die von außen gut einsehbar und hell sind, über eine funktionsfähige Verbindung untereinander verfügen und mit dem Lebensmittelmagnetbetrieb verknüpft sind.

Insbesondere aufgrund der Bedeutung der nördlichen Kernstadt als Wohnstandort wird empfohlen, die privaten Investitionen durch städtebauliche Maßnahmen zu begleiten. Hierfür bietet sich eine Umstrukturierung der Gebäude an, in denen sich die Versorgungseinrichtungen befinden. Durch eine attraktive und gleichzeitig funktionale Gestaltung wird die Chance für Ansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben und somit für die Entwicklung und Attraktivierung des Nahversorgungszentrums gesehen.

3.3.11 Nahversorgungszentrum Genthiner Straße

Standortmerkmale und Angebotssituation

Der Stadtteil Plaue liegt im Westen des Stadtgebiets in ca. 10 km Entfernung zur Kernstadt (ebenso wie der Stadtteil Kirchmöser, in dem sich das nachstehend erläuterte Nahversorgungszentrum Wusterwitzer Straße befindet). Für beide Stadtteile ist in Anbetracht der Entfernung und der verkehrlichen Anbindung eine weitgehende Isolierung von der Kernstadt festzustellen. Hierzu beigetragen haben in der Vergangenheit auch die Aufgabe der Straßenbahnverbindung über die Plauer Brücke und der Bau der Umgehungsstraße

Lage

Bundesstraße B 1, die die Ost-West-Verkehre nördlich am Siedlungskern des Stadtteils Plaue vorbeiführt.

Im Stadtteil Plaue gelegen ist die Genthiner Straße vom Stadtzentrum aus über die Bundesstraße 1 (Magdeburger Landstraße/ Plauer Landstraße) zu erreichen. Am Ortseingang Plaue führt die Kietzstraße von der B 1 aus in südliche Richtung. An ihrem Ende beginnt die Genthiner Straße.

Lage

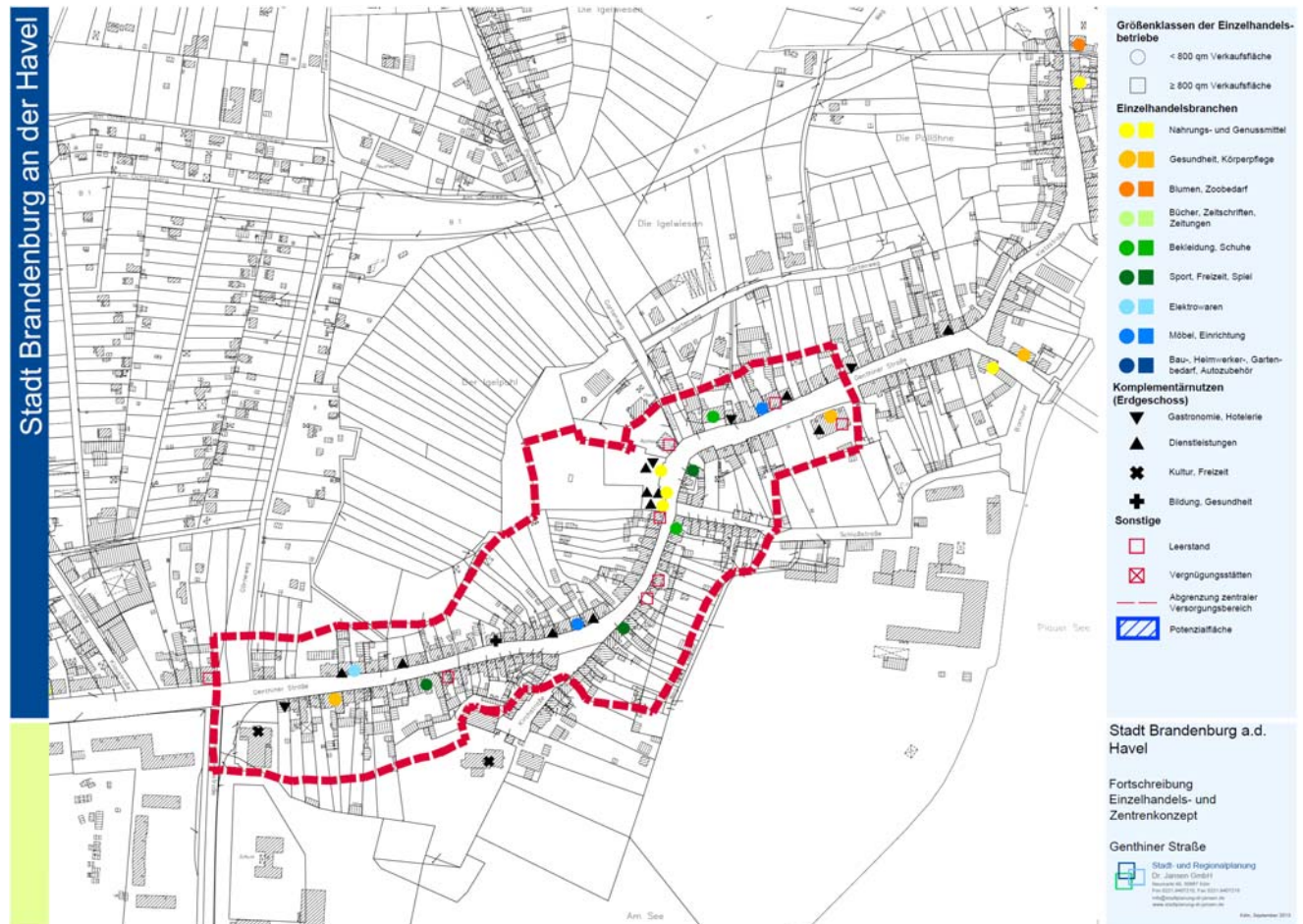
Die Versorgungslage Genthiner Straße hat sich historisch entlang des Straßenverlaufs entwickelt. Zur Abgrenzung und Entwicklung eines zentralen Versorgungsbereichs sind folgende Merkmale zu berücksichtigen:

räumliche Abgrenzung

Der Kern der Versorgungslage wird durch den Standort eines Rewe-Supermarkts mit angeschlossenem Getränkemarkt gebildet, der sich in rückwärtiger Lage auf der nördlichen Straßenseite befindet (Abzweigung zur Straße Gartenweg). In diesem Bereich ist die höchste Nutzungsintensität gewerblicher Versorgungseinrichtungen in Plaue zu erkennen. Von dort aus nimmt die Dichte an Einzelhandels- und Komplementärnutzungen in beiden Richtungen der Genthiner Straße entlang ab. Das östliche Ende der historischen Einkaufslage Genthiner Straße wird durch die Straße Bornufer gebildet. Die hier schon deutlich reduzierte Nutzungsintensität begründet eine enge Abgrenzung, um perspektivisch eine Konzentration der gewerblichen Nutzungen zu erreichen. Deshalb wird die Grenze schon auf Höhe des ehemaligen, heute leer stehenden Schlecker-Drogeriemarkt-Standorts auf der südlichen Seite der Genthiner Straße gezogen. Im westlichen Straßenverlauf werden von der auf der südlichen Straßenseite abzweigenden Schloß- bzw. Kirchstraße jeweils nur die Kreuzungsbereiche in die Abgrenzung aufgenommen. Das westliche Ende des Versorgungsbereichs sollte durch den Verlauf der Koenigsmarckstraße gebildet werden.

Eine Verkaufsflächenausstattung von rund 1.115 qm beschreibt im Verhältnis zur Gesamtstadt eine untergeordnete Handelsbedeutung (weniger als 1 %). Der generierte Umsatz von rund 3,7 Mio. EUR steht in einem ähnlichen Verhältnis zum Umsatz aller Einzelhandelsbetriebe der Stadt Brandenburg an der Havel.

Abbildung 27 Räumliche Festlegung des Nahversorgungszentrums Genthiner Straße



Quelle: Kartengrundlage: Stadt Brandenburg an der Havel, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Bei einer durchschnittlichen Betriebsgröße von rund 85 qm ist für die Versorgungslage Genthiner Straße ein vornehmlich kleinstrukturierter Einzelhandelsbesatz zu konstatieren. Der Angebotschwerpunkt liegt sowohl gemessen an der Verkaufsfläche (ca. 73 %) wie auch am Umsatz (ca. 83 %) bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten.

Angebotssituation

Der Anteil der Verkaufsfläche der zentrenrelevanten Sortimente übernimmt für die Ausstattung eine ebenso geringe Bedeutung wie die der beiden Betriebe mit überwiegend nicht zentrenrelevanten Sortimenten.

Tabelle 45 Einzelhandelssituation im Nahversorgungszentrum Genthiner Straße

Sortimentsgruppe	Betriebe	Betriebe	Verkaufs- fläche	Verkaufs- fläche
	abs.	(in %)	(in qm)	(in %)
Nahversorgungsrelevant	5	38,5	820	73,5
Zentrenrelevant	6	46,1	205	18,4
Nicht zentrenrelevant	2	15,4	90	8,1-
Summe	13	100	1.115	100

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Als Magnetbetrieb fungiert der im Zentrum der Genthiner Straße angesiedelte Lebensmittelsupermarkt, der zusammen mit dem ihm zugehörigen Getränkemarkt wenige Quadratmeter unter der Schwelle zur Großflächigkeit bleibt.

Neben den Einzelhandelsbetrieben ist im Versorgungsbereich Genthiner Straße auch eine Reihe von Komplementärnutzungen angesiedelt. Im August 2013 konnten 14 Erdgeschossnutzungen aus den Bereichen Gastronomie/Hotellerie, Dienstleistungen und Bildung/Gesundheit dokumentiert werden. Mit insgesamt neun Nutzungen war die Sparte der Dienstleistungen dabei am stärksten vertreten. Eine räumliche Konzentration der Komplementärnutzungen ist im Bereich Lebensmittelsupermarkt festzustellen.

Komplementärnutzungen

Tabelle 46 Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Genthiner Straße

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen Summe	Angebotsschwerpunkt
Gastronomie, Hotellerie	3	Bistro, Café
Dienstleistungen	9	Rechtsanwalt, Versiche- rung, Bank, Schneiderei
Kultur, Freizeit	1	Tanzschule
Bildung, Gesundheit	1	Physiotherapie
Summe	14	

*Anm.: Erdgeschoss

Quelle: Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Des Weiteren konnten bei der Bestandserhebung auch sieben Leerstände erfasst werden, die im Verhältnis zu allen gewerblichen Erdgeschossnutzungen eine hohe Leerstandsquote von ca. 21 % ergeben.

Leerstände

Tabelle 47 Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum Genthiner Straße

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen Summe
Einzelhandel	13
Komplementärnutzungen	14
Leerstände	7
Mindernutzungen	-
Summe	34

*Anm.: Erdgeschoss

Es ist zu berücksichtigen, dass Einzelhandels- und Komplementärnutzungen entlang der Genthiner Straße von Wohnraum durchsetzt sind, sodass weitere Attraktivitätsverluste für die fußläufige Erlebbarkeit der Versorgungslage entstehen.

Stärken-Schwächen-Profil

Damit weist die Versorgungslage Genthiner Straße erhebliche handelswirtschaftliche und städtebauliche Defizite auf, die sich wie folgt zusammenfassen lassen:

- Von der Kernstadt abgekoppelte Lage des Siedlungsbereichs
- Keine gute Einsehbarkeit von der Bundesstraße B 1 aus
- Eingeschränkte Funktionsfähigkeit des Lebensmittel-Magnetbetriebs
- Geringes Angebot privater Dienstleistungen und öffentlicher Infrastruktur
- Aufgrund der räumlichen Ausdehnung und der Durchsetzung mit Wohnnutzungen unzureichende Wahrnehmung als zusammenhängender Einkaufsbereich
- Starker Bedeutungsverlust in den letzten Jahren durch verkehrliche Abbindung

*Schwächen der Versorgungslage
Genthiner Straße*

Demgegenüber sind aufgrund der Gegebenheiten folgende Stärken erkennbar:

- + Hohes Identifikationspotenzial einer gewachsenen Versorgungslage mit grundsätzlich ansprechender Bebauung
- + Lebensmittelmagnetbetrieb an zentralem Standort innerhalb der Versorgungslage
- + Anbindung vom Stadtzentrum über die Bundesstraße B 1
- + Gestiegene Aufenthaltsqualität nach Realisierung der Umgehungsstrasse und Reduzierung des Durchgangsverkehrs

*Stärken der Versorgungslage
Genthiner Straße*

Handlungsempfehlungen

Die Versorgungslage Genthiner Straße weist trotz der aufgezeigten Defizite damit die für einen zentralen Versorgungsbereich erforderlichen handelswirtschaftlichen Rahmenbedingungen auf – unter der Voraussetzung, dass die städtebauliche Entwicklung des Standorts zur wirtschaftlichen Aufwertung und Stabilisierung der Versor-

gungsstruktur zukünftig intensiv verfolgt wird. Dafür sollte primär die Standortsituation des Lebensmittelmagnetbetriebs verbessert werden. Hierzu zählen eine auf die Versorgungsfunktionen des Standortbereichs ausgerichtete Erweiterung und die Herrichtung der dazu erforderlichen Zahl von Stellplätzen. Positiv ist in diesem Kontext anzumerken, dass sich die Wettbewerbssituation für den Lebensmittelmagnetbetrieb in der jüngeren Vergangenheit entspannt hat, da ein zwischen Plaue und Kirchmöser verkehrsgünstig gelegener Lebensmitteldiscounter den Betrieb aufgegeben hat. Im Zusammenhang mit der Versorgungslage in der Wusterwitzer Straße sollten alle publikumswirksamen und frequenzerzeugenden gewerblichen Nutzungen zukünftig auf diese beiden Standorte konzentriert werden, um unter Berücksichtigung der geografischen Sondersituation für die beiden Stadtteile eine geeignete Versorgungssituation für die Einwohnerschaft zu gewährleisten.

3.3.12 Nahversorgungszentrum Wusterwitzer Straße

Standortmerkmale und Angebotssituation

Die Wusterwitzer Straße befindet sich im Stadtteil Kirchmöser. Sie verläuft südlich des alten Marktplatzes und mündet in die Straße am Seegarten, die in nördlicher Richtung in den Stadtteil Plaue führt. Sie ist über die Buslinie E an den ÖPNV angeschlossen. Der nördlich angrenzende Stadtteil Plaue bildet über die B 1 eine Scharnierfunktion für den Stadtteil Kirchmöser. Er ist aufgrund der Lage an den durch die Havel gespeisten Seen Plauer See, Breitlingsee sowie Mörscher See in Bezug auf das restliche Stadtgebiet als abgekoppelt zu werten.

Lage

Zwischen den auf der nördlichen Seite gelegenen Abzweigungen zum Marktplatz und in die Gartenstraße befindet sich der Standort eines Lebensmitteldiscounters. Eine gemeinsame Zufahrt und Stellplatzsituation nutzend, wird er durch weitere gewerbliche Nutzungen im selben Gebäude sowie im gegenüberliegenden Baukörper ergänzt.

räumliche Festlegung

Die Abgrenzung des Nahversorgungszentrums beschränkt sich auf diesen Standort.

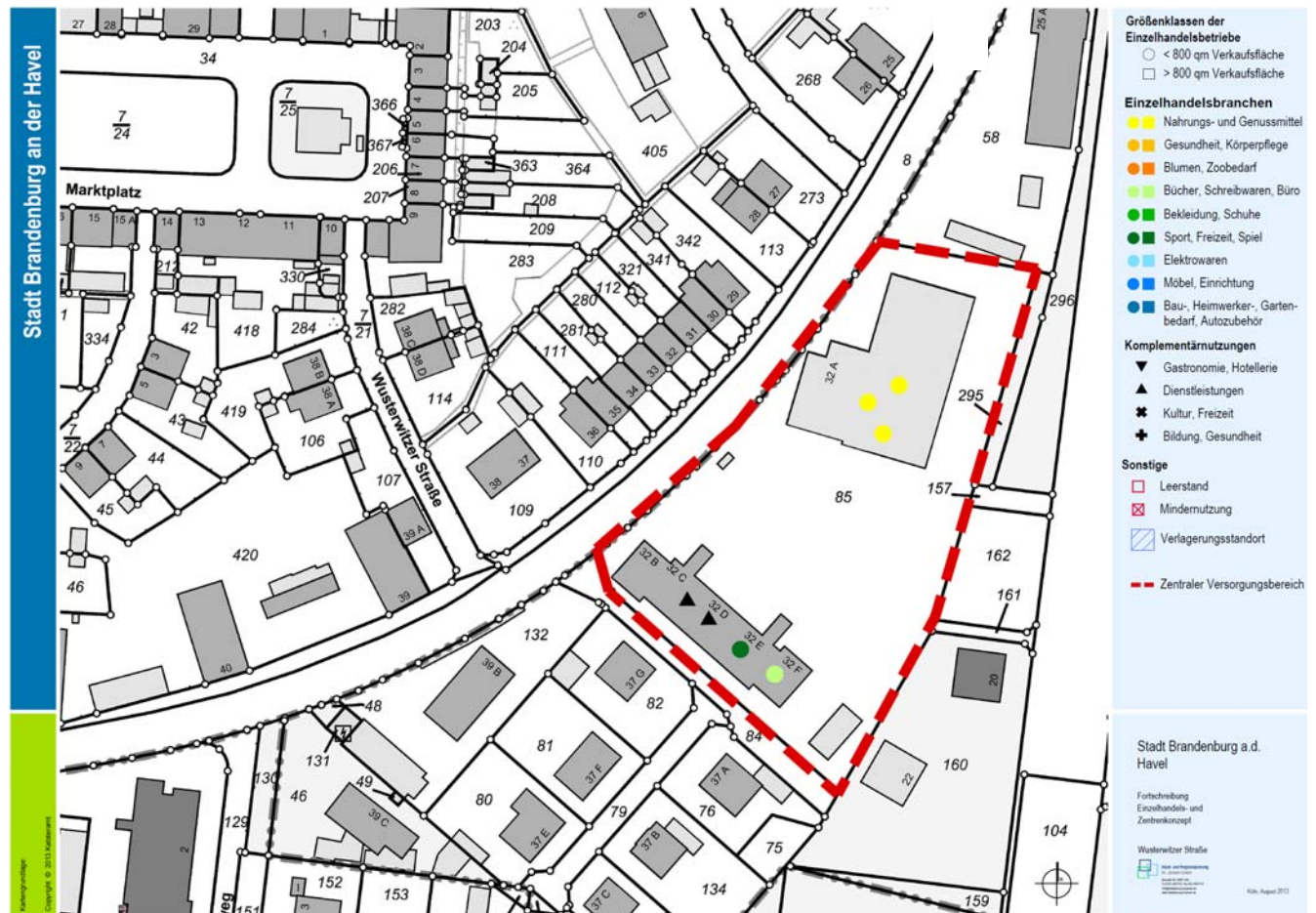
Innerhalb dieses Versorgungsbereichs befinden sich fünf Einzelhandelsbetriebe (ca. 1 % der gesamtstädtischen Ausstattung) mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 700 qm (ca. 0,5 %) und einer Umsatzleistung von rund 2,8 Mio. EUR (ca. 0,6 %).

Angebotssituation des Einzelhandels

Die durchschnittliche Betriebsgröße von 140 qm weist auf einen mit Ausnahme des Lebensmitteldiscounters vornehmlich kleinstrukturierten Einzelhandelbestand hin. Drei Betriebe bieten überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente an, zwei Betriebe führen ein zentrenrelevantes Kernsortiment. Der Verkaufsflächenanteil der

nahversorgungsrelevanten Sortimente liegt bei rund 85,7 % und spiegelt den Versorgungsauftrag des Standortes wider.

Abbildung 28 Räumliche Festlegung des Nahversorgungszentrums
Wusterwitzer Straße



Quelle: Kartengrundlage: Stadt Brandenburg an der Havel,
Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013,
Erhebungsstand August 2013

Tabelle 48 Einzelhandelssituation im Nahversorgungszentrum
Wusterwitzer Straße

Sortimentsgruppe	Betriebe	Betriebe	Verkaufs- fläche	Verkaufs- fläche
	abs.	(in %)	(in qm)	(in %)
Nahversorgungsrelevant	3	60,0	600	85,7
Zentrenrelevant	2	40,0	100	14,3
Nicht zentrenrelevant	-	-	-	-
Summe	5	100	700	100

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013,
Erhebungsstand August 2013

Ebenso wie der Einzelhandelsbestand ist auch die Ausstattung mit arrondierenden Komplementärnutzungen als unterdurchschnittlich

Komplementärnutzungen

zu bewerten. Es existieren nur zwei Dienstleistungsbetriebe innerhalb der vorgeschlagenen Abgrenzung.

Tabelle 49 Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Wusterwitzer Straße

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen Summe	Angebotsschwerpunkt
Gastronomie, Hotellerie	-	-
Dienstleistungen	2	Bank, Versicherung
Kultur, Freizeit	-	-
Bildung, Gesundheit	-	-
Summe	2	

*Anm.: Erdgeschoss

Quelle: Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Zum Zeitpunkt der Erhebungen konnten für den Versorgungsbe-
reich Wusterwitzer Straße weder Leerstände noch Mindernutzen-
gen festgestellt werden.

Leerstand

Tabelle 50 Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum Wusterwitzer Straße

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen Summe
Einzelhandel	5
Komplementärnutzungen	2
Leerstände	-
Mindernutzungen	-
Summe	7

*Anm.: Erdgeschoss

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

Der Einzugsbereich des Versorgungszentrums Wusterwitzer Straße umfasst den ganzen Stadtteil Kirchmöser und somit eine Bevölkerungszahl von rund 3.965 Einwohnern. Wettbewerbsbeziehungen bestehen insbesondere zu dem Standort Am Gleisdreieck (Lebensmitteldiscounter) und zum Nahversorgungszentrum Genthiner Straße.

Einzugsgebiet und Konkurrenzstandorte

Die Einsehbarkeit des Standorts ist ebenso der Versorgungsfunktion eines Nahversorgungszentrums angemessen wie seine Zugänglichkeit/Zufahrt und Parkplatzsituation. Eine Zufahrt kann sowohl von der Wusterwitzer Straße aus erfolgen als auch von der östlich verlaufenden Verbindung Unter den Platanen/Am Seegraben.

Es ist zu konstatieren, dass das Nahversorgungszentrum Wusterwitzer Straße derzeit nur eingeschränkt die Versorgungsfunktionen eines zentralen Versorgungsbereichs übernehmen kann. Am Standort befindet sich ein Lebensmittel-Magnetbetrieb, doch fehlen ergänzende Versorgungsangebote. Die erstmalige Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereichs in Kirchmöser ist jedoch auf Grundlage städtebaulicher und regionalplanerischer Entwicklungsziele zu empfehlen.

planerische Hintergründe der Zentrenausweisung

Wie für den Versorgungsbereich Genthiner Straße erläutert, ist für die beiden Stadtteile Plaue und Kirchmöser eine siedlungs- und versorgungsstrukturelle Sondersituation erkennbar. Beide sind von der Kernstadt Brandenburgs an der Havel durch die zwischenliegenden Seen abgekoppelt. Aufgrund der Entfernungen und Fahrtzeiten verliert deshalb die Versorgungsbedeutung der Innenstadt und auch der Nahversorgungszentren im weiteren Stadtgebiet für Plaue und Kirchmöser an Bedeutung. Daher sollte das Ziel verfolgt werden, geeignete und stabile Versorgungsstrukturen in beiden Stadtteilen aufzubauen, auch wenn derzeit im Vergleich zu anderen zentralen Versorgungsbereichen nur unterdurchschnittliche handelswirtschaftliche Versorgungsstrukturen gegeben sind. Im Hinblick auf die angeführten Kriterien zur Definition zentraler Versorgungsbereiche ist auch diese Einstufung an die Zielsetzung gekoppelt, den zentralen Versorgungsbereich Wusterwitzer Straße in seiner Versorgungsbedeutung weiterzuentwickeln. Dies beinhaltet sowohl eine Ansiedlung/Erweiterung von Verkaufsflächen mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten als auch von arrondierenden Dienstleistungseinrichtungen.

Sondersituation der westlichen Stadtteile

Aus regionalplanerischer Perspektive beinhaltet die Fortschreibung des Regionalplans Havelland-Fläming 2020³⁷ die Empfehlung, das Standortumfeld der Wusterwitzer Straße als Vorzugsraum ‚Siedlung‘ auszuweisen. Wie schon für den zentralen Versorgungsbereich Ziesarer Landstraße erläutert, berücksichtigt diese Ausweisung die öffentliche Infrastruktur im Standortumfeld (Nahversorgungseinrichtung, Schule, Kindergarten und medizinische Versorgung). In den Vorzugsräumen Siedlung, somit auch im Umfeld der Wusterwitzer Straße, wird das Ziel verfolgt, verstärkt Siedlungsentwicklung zu betreiben.

regionalplanerische Perspektive

Die Stabilisierung der Versorgungsfunktion soll durch die Ausweisung und weitere städtebauliche und handelswirtschaftliche Entwicklung des Nahversorgungszentrums Wusterwitzer Straße erfolgen.

³⁷ Liegt derzeit in der 2. Entwurfssfassung vom 24. Oktober 2013 vor.

Stärken-Schwächen-Profil

In der Gesamtbetrachtung der Angebots- und Standortqualitäten des Nahversorgungszentrums Wusterwitzer Straße ergeben sich somit folgende prägende Stärken:

- + Einziger integrierter Versorgungsstandort im Stadtteil Kirchmöser
- + Regionalplanerische und städtebauliche Zielsetzungen sehen vor, das Standortumfeld verstärkt in den Fokus der Siedlungsentwicklung zu nehmen.
- + Einsehbarkeit und Zugänglichkeit sind positiv zu bewerten und unterstützen die angestrebte handelswirtschaftliche Entwicklung am Standort.

Stärken des Nahversorgungszentrums Wusterwitzer Straße

Demgegenüber sind folgende Schwächen festzuhalten:

- Periphere Lage in den westlichen Stadtteilen
- Unterdurchschnittliche Ausstattung mit handelswirtschaftlichen und weiteren gewerblichen Einrichtungen
- Magnetbetrieb besitzt nur unterdurchschnittliche Verkaufsflächenengröße
- Vergleichsweise geringe Bevölkerungszahl im Verflechtungsbereich und im fußläufigen Einzugsbereich

Schwächen des Nahversorgungszentrums Wusterwitzer Straße

Handlungsempfehlungen

Die Ausweisung des zentralen Versorgungsbereichs Wusterwitzer Straße ist mit Handlungsempfehlungen verbunden, die mit denen zum Standort in der Ziesarer Landstraße zu vergleichen sind. Die handelswirtschaftliche Versorgungsbedeutung sollte durch Betriebsansiedlungen (insbesondere mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten) ausgebaut werden. Auch dem Magnetbetrieb sollte ein Erweiterungsspielraum eingeräumt werden, der es ihm erlaubt, eine perspektivisch stabile Marktposition zu übernehmen. Dabei ist zu betonen, dass die nahversorgungsrelevante Kaufkraft in Kirchmöser grundsätzlich nicht für die Tragfähigkeit von zwei Lebensmittel-SB-Betrieben ausreicht, sodass sich die Wettbewerbssituation für den Lebensmitteldiscounter am Standort Am Gleisdreieck durch die Attraktivierung der Wusterwitzer Straße mittelfristig verschärfen wird. Ergänzend wird empfohlen, auch publikumswirksame Dienstleistungen am Standort zu konzentrieren, um die Besucherfrequenz zu erhöhen.

Um die gewerbliche Entwicklung zu unterstützen, sollten städtebauliche Maßnahmen umgesetzt werden. Für den Makrostandort Kirchmöser bedeutet dies, dass jegliche Planungen im Kontext der Zentrenausweisung überprüft werden sollten. Sowohl die Siedlungsentwicklung als auch Standorte der öffentlichen Infrastruktur dienen der Kundenfrequenz am Standort und sollten gesteuert werden. Für den Mikrostandort, die Einkaufslage Wusterwitzer Straße,

ist zudem eine stetige Prüfung geboten, ob die gewünschte gewerbliche Konzentration durch städtebauliche Umstrukturierungen und Grundstücksarrondierungen unterstützt werden kann.

3.4 Definition der „Brandenburger Liste“

Um die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche der Städte und Gemeinden nicht zu beeinträchtigen, spielt die Sortimentsausstattung von geplanten Einzelhandelsprojekten bei der Bewertung möglicher Auswirkungen eine maßgebliche Rolle. Gemäß den Vorgaben des Bundeslandes Brandenburg ist zur Steuerung von Einzelhandelsvorhaben die Definition der in Brandenburg an der Havel als nahversorgungs- und zentrenrelevant zu bewertenden Sortimente („Brandenburger Liste“) erforderlich. Die im Einzelhandelserlass aus dem Jahr 2007 und im Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg (LEP B-B) enthaltenen Empfehlungen sind als Auslegungshilfe zu verstehen und müssen auf die spezifischen Besonderheiten einer Stadt oder Gemeinde zugeschnitten werden. Hierbei sind der Bestand in den Zentren, aber auch die städtebauliche Entwicklungskonzeption zu berücksichtigen. Erst mit Vorliegen einer solchen spezifischen „Brandenburger Liste“ kann im Rahmen der Bauleitplanung oder im Baugenehmigungsverfahren über zulässige, begrenzt zulässige oder nicht zulässige Vorhaben entschieden werden.

„Brandenburger Liste“ ist orts-spezifisch zu gestalten

Bei der Abgrenzung der „Brandenburger Liste“ sind die bestehende räumliche Flächenverteilung der Sortimente sowie die Entwicklungsziele für die zentralen Versorgungsbereiche von Bedeutung. Zudem ist bei der Herleitung der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente zu berücksichtigen, dass Sortimente nicht nur separat betrachtet und bewertet werden sollten, sondern dass die Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz einzelner Sortimente ggf. auch mit der Kopplung von Sortimenten begründet werden kann. Des Weiteren sind planerische Überlegungen zur weiteren Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche in die Argumentation einzubeziehen. Somit können auch solche Sortimente als zentrenrelevant eingestuft und begründet werden, die derzeit noch nicht oder nur in geringem Maße in den zentralen Versorgungsbereichen vorhanden sind, wenn diese im Rahmen der Entwicklungsziele künftig dort verstärkt angesiedelt werden sollen.

Bestand und Entwicklungsziele zu beachten

Als rechtliche Vorgaben sind der Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg (LEP-BB) und der Brandenburger Einzelhandelserlass heranzuziehen. Als nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente sind die in der Anlage des Einzelhandelserlasses aufgeführten Sortimente zu beachten. Folgende Charakteristika zeichnen nahversorgungsrelevante und zentrenrelevante Sortimente aus:

Leitsortimente als Vorgabe des Landes Berlin-Brandenburg

Nahversorgungsrelevante Sortimente sind Waren des täglichen Bedarfs, die wohnungsnah angeboten werden sollen. Sie sind aufgrund ihrer Eigenschaften nahezu immer auch als zentrenrelevant

nahversorgungsrelevante Sortimente

einzustufen. Jedoch kommt diesen Sortimenten im Hinblick auf die Gewährleistung einer adäquaten wohnungsnahen Grundversorgung mit Waren des kurzfristigen Bedarfs im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge eine besondere Aufgabe zu.

Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich dadurch aus, dass sie einen geringen Flächenanspruch haben, viele Besucher anziehen, häufig im Zusammenhang mit anderen Innenstadtnutzungen nachgefragt werden und in der Innenstadt oder in den Nebenzentren am stärksten vertreten sind. In Abgleich mit der Sortimentsliste des LEP B-B wurde im Einzelhandelskonzept des Jahres 2011 eine Definition von nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten vorgenommen. Diese Zuordnungen wurden zwischenzeitlich überprüft. Wie der Tabelle 51 zu entnehmen ist, werden gegenüber der Empfehlung im Jahr 2011 geringfügig abweichende Zuordnungen getroffen. Ebenso gegenüber der Liste des LEP B-B. Die im LEP B-B als zentrenrelevant zu beurteilenden Sortimente sind mit wenigen Ausnahmen bereits heute im Hauptzentrum Innenstadt der Stadt Brandenburg an der Havel vertreten und tragen in unterschiedlich starkem Umfang zur Funktionalität des Hauptzentrums bei. Entsprechend der Empfehlungen in den landesplanerischen Vorgaben können sie auch in der Stadt Brandenburg an der Havel als zentrenrelevant eingestuft werden. Folgende Sortimente, die in den übergeordneten Vorgaben ebenfalls für eine Einstufung als zentrenrelevant empfohlen werden, sind jedoch nicht in der Innenstadt vertreten und bedürfen somit einer weiteren spezifischen Bewertung:

zentrenrelevante Sortimente

- Das Sortiment Beleuchtung wird in der Innenstadt nicht angeboten. Im weiteren Stadtgebiet wird es vorwiegend als Randsortiment (z. B. von Möbelhäusern oder Baumärkten) geführt, ein Fachanbieter existiert nicht. Das Sortiment wird perspektivisch als Ergänzung für das Hauptzentrum Innenstadt empfohlen. Die branchenspezifische Marktsituation lässt nicht den Schluss zu, dass sich kein Beleuchtungsanbieter in der innerstädtischen Einkaufslage ansiedeln wird. So wird mit der Einstufung einerseits konsequent das Ziel verfolgt, die Innenstadt als Einzelhandelsstandort weiterhin zu stärken (u. a. durch einen vielfältigen Branchenmix), andererseits werden mögliche branchenspezifische Entwicklungen berücksichtigt.
- Eine abweichende Bewertung erfolgt für die Sortimente Fahrräder/Fahrradteile und -zubehör, Zoologischer Bedarf und lebende Tiere sowie Heimtextilien. Auch diese Sortimente sind in der Innenstadt zzt. nicht vertreten. Jedoch werden sie in der Stadt Brandenburg an der Havel an anderen (meist dezentralen) Standorten angeboten. Eine zentrenprägende Funktion ist nicht festzustellen. In Anbetracht der Wettbewerbssituation im Stadtgebiet und der branchenspezifischen Standortorientierungen ist zudem derzeit nicht davon auszugehen, dass sich ein Fachanbieter in der Innenstadt ansiedeln wird.

Tabelle 51 Brandenburger Liste 2014

Sortiment (Bezeichnung nach LEP B-B)	WZ 2003
Nahversorgungsrelevante/ zentrenrelevante Sortimente	
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	52.11/ 52.2 ³
Apotheke, medizinische, orthopädische und kosmetische Artikel (einschließlich Drogerieartikel)	52.3
Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren und Bürobedarf	52.47
Sonstige zentrenrelevante Sortimente	
Textilien	52.41
Bekleidung	52.42
Schuhe und Lederware	52.43
Beleuchtungsartikel	52.44.2
Haushaltsgegenstände	52.44.3
Keramische Erzeugnisse und Glaswaren	52.44.4
Holz-, Kork-, Flecht- und Korbwaren	52.44.6
Elektrische Haushaltsgeräte, Geräte der Unterhaltungselektronik und Musikinstrumente	52.48.2
Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel	52.48.5
Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck	52.48.6
Spielwaren	52.49.1
Blumen, Pflanzen und Saatgut, ausgenommen Beetpflanzen, Wurzelstöcke und Blumenerde	52.49.2
Augenoptiker*	52.45
Foto- und optische Erzeugnisse (ohne Augenoptiker)	52.49.4
Computer, Computerteile, periphere Einheiten und Software	52.49.5
Telekommunikationsendgeräte und Mobiltelefone	52.49.6
Sport- und Campingartikel (ohne Campingmöbel), ausgenommen Sport- und Freizeitboote und Zubehör	52.49.8
Sonstiger Facheinzelhandel, ausgenommen Büromöbel und Brennstoffe	52.49.9
Antiquitäten und Gebrauchtwaren	52.5
Nicht zentrenrelevante Sortimente	
Heimtextilien	52.44.7
Zoologischer Bedarf und lebende Tiere	52.49.3
Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör	52.49.7
Kraftwagen**	50.10.3
Kraftwagenteile und Zubehör**	50.30.3
Aus der Unterklasse Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren: Garagen, Gewächshäuser, Gerätehäuschen und Baubuden	51.15.4
Krafträder, Kraftradteile und -zubehör**	50.40.3
Wohnmöbel	52.44.1
Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren (einschließlich Sanitärkeramik)	52.46.1
Anstrichmittel	52.46.2
Bau- und Heimwerkerbedarf	52.46.3
Tapeten- und Bodenbeläge (einschließlich Teppiche)	52.48.1
Aus der Unterklasse Blumen, Pflanzen und Saatgut: Beetpflanzen, Wurzelstöcke und Blumenerde	52.49.1
Aus der Unterklasse Sport- und Campingartikel: Sport- und Freizeitboote und Zubehör	52.49.8
Aus der Unterklasse Sonstiger Facheinzelhandel: Büromöbel und Brennstoffe**	52.49.9
Mineralölerzeugnisse**	51.51.3

* = Die Auflistung des LEP B-B und des Einzelhandelserlasses benennen das Sortiment "Hörgeräte/-akkustik" nicht. Es wird gutachterlich empfohlen, "Hörgeräte/-akkustik" analog zum Sortiment Augenoptik als zentrenrelevant einzustufen

** = Grundsätzlich ist die Auflistung der nicht zentrenrelevanten Sortimente als beispielhaft und nicht abschließend zu bewerten. Dennoch ist darauf hinzuweisen, dass die markierten Sortiment von Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH nicht als klassische Sortimente des Einzelhandels bewertet und im Rahmen der Einzelhandelerfassung auch nicht als solche aufgenommen wurden.

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013, auf Grundlage der Sortimentsliste des Landesentwicklungsplans Berlin-Brandenburg 2009 und der Einzelhandelerfassung im August 2013

Nicht zentrenrelevante Sortimente stellen im Gegensatz zu nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten auch an Standorten außerhalb der Zentren keine wesentliche Gefährdung für die zentralen Versorgungsbereiche dar. Zentren-atypische Sortimente prägen i. d. R. nicht die zentralen Standorte, weisen eine niedrige Flächenproduktivität auf und induzieren nur im geringen Umfange Koppungskäufe. Aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit, dem hiermit zu begründenden großen Platzbedarf, der Notwendigkeit des Transports mittels Pkw oder Kleintransporter und der daraus resultierenden Verkehrsfrequenz werden sie aus planerischer Sicht in der Regel außerhalb der Zentren angeboten; sie sind unter Umständen an dezentralen Standorten sogar erwünscht. Hierzu zählen in Brandenburg sämtliche in den Landesvorgaben als nicht zentrenrelevant eingestuft Sortimente. Es ist jedoch hinzuzufügen, dass nur die Liste der zentrenrelevanten (inkl. der nahversorgungsrelevanten) Sortimente als abschließend zu bewerten ist, während die nicht zentrenrelevanten Sortimente nur beispielhaft und nicht abschließend aufgeführt werden. Grundsätzlich gilt: Jedes Sortiment, das nicht als nahversorgungs- oder zentrenrelevant eingeordnet wird, ist nicht zentrenrelevant.

Der Stadt Brandenburg an der Havel wird empfohlen, die vorliegende „Brandenburger Liste“ durch die Stadtverordnetenversammlung zu beschließen und die Sortimente in die textlichen Festsetzungen bzw. Begründungen der entsprechenden Bauleitpläne zu übernehmen.

Selbstbindung der Stadt

3.5 Nahversorgungssituation

3.5.1 Bedeutung der Nahversorgung

Die Zielsetzung einer flächendeckenden wohnungsnahen Versorgung rückt speziell durch den demografischen Wandel stärker in den Vordergrund. Unter „Nahversorgung“ wird dabei die Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs verstanden. Zur Grund- und Nahversorgung zählen in erster Linie Einzelhandelsbetriebe mit dem Sortimentsschwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel einschließlich der Betriebe des Nahrungsmittelhandwerks (Bäcker, Metzger) sowie derer mit Drogerie- und Kosmetikwaren.

Nahversorgung

Die Nahversorgung umfasst im weiteren Sinne auch Dienstleistungen des täglichen Bedarfs wie Postdienste, Geldinstitute und Gastronomieangebote. Die Nahversorgung ist ein wichtiger Bestandteil der gesellschaftlichen Teilhabe. Ihre Sicherstellung gewährleistet die im Grundgesetz geforderte „Gleichwertigkeit der Lebensverhältnisse“. Das Wegbrechen von Versorgungsstrukturen geht daher mit einem Verlust an Wohn- und Lebensqualität einher.

„Gleichwertigkeit der Lebensverhältnisse“

Die Bewertung der Nahversorgungsqualität einer Kommune konzentriert sich im Rahmen der Erstellung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzepts auf die Lebensmittelbranche.

Bewertungskriterien

3.5.2 Zentrale Versorgungsbereiche und ergänzende wohnungsnahe Standorte

Umfassende und übergeordnete Nahversorgungsfunktionen übernehmen dabei die Lebensmittel-SB-Betriebe in den abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichen, die durch weitere nahversorgungsrelevante Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote ergänzt werden und insofern ein nahezu vollständiges Angebot für den täglichen Bedarf bereitstellen. Dies sind:

Nahversorgungsfunktionen der zentralen Versorgungsbereiche

- Hauptzentrum Innenstadt: Lebensmittelvollsortimenter Rewe
- Nahversorgungszentrum Am Neuendorfer Sand: Zwei Lebensmitteldiscounter Netto, NP-Niedrig-Preis
- Nahversorgungszentrum Neuendorfer Straße: Lebensmittelvollsortimenter Rewe
- Nahversorgungszentrum Wilhelmsdorfer Straße: Lebensmitteldiscounter Norma
- Nahversorgungszentrum Einkaufszentrum Görden: Lebensmittelvollsortimenter Rewe und Lebensmitteldiscounter Penny
- Nahversorgungszentrum Tschirchdamm: Lebensmittelvollsortimenter Rewe
- Nahversorgungszentrum Genthiner Straße: Lebensmittelvollsortimenter Rewe
- Nahversorgungszentrum Wusterwitzer Straße: Lebensmitteldiscounter NETTO
- Nahversorgungszentrum Werner-Seelenbinder-Straße: Lebensmittelvollsortimenter Edeka
- Nahversorgungszentrum Gördenallee: Lebensmitteldiscounter NETTO und Planung des Lebensmittelvollsortimenters Edeka

Der zentrale Versorgungsbereich Altstadt weist bislang keinen Lebensmittelmagnetbetrieb auf.

Ungeachtet der diesen zentralen Versorgungsbereichen zugeordneten Einzugsgebiete ist jeder dieser Magnetbetriebe aus einer bestimmten Distanz fußläufig erreichbar. Das Kriterium „fußläufige Erreichbarkeit“ wird in der Stadt Brandenburg an der Havel mit einem Radius von ca. 700 m als maximal zumutbare fußläufige Entfernung definiert, dies entspricht ca. 10 - 15 Gehminuten. Der tatsächliche Zeitaufwand hängt dabei auch vom Alter und gesundheitlichem Zustand der Kunden sowie den tatsächlichen Wegebeziehungen ab.

Viele der sonstigen Lebensmittel-SB-Betriebe, die aktuell strukturprägend sind, belegen Verkaufsflächen unterhalb der Großflächig-

sonstige nahversorgungsrelevante Betriebe

keit. Nicht aufgenommen hingegen sind die sonstigen für eine erfolgreiche Weiterführung notwendigen Standortfaktoren, z. B. Erreichbarkeit, Stellplatzangebot, Gebäudezustand und Außenwirkung.

Die Betrachtung lässt erkennen, dass insbesondere die siedlungsintegrierten Lebensmittel-SB-Betriebe hohe Einwohnerzahlen im fußläufigen Einzugsbereich aufweisen.

siedlungsintegrierte Standorte

Die Standorte wohnungsnaher Anbieter, die auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche liegen können, sind insbesondere dann im Hinblick auf ihre Weiterführung zu unterstützen, wenn sie einerseits eine hohe Bevölkerungszahl innerhalb des Radius von 700 Metern aufweisen und zudem Siedlungsbereiche abdecken, die nicht den Einzugsbereichen der zentralen Versorgungsbereiche bzw. der dort ansässigen Lebensmittelmagnetbetriebe zuzuordnen sind. Grundsätzlich werden auch die wohnungsnahen Standorte im Baurecht beachtet. Die dezentralen Standortbereiche hingegen sind nicht durch das Baurecht geschützt, genießen insofern Bestandschutz, haben aber keine Erweiterungsmöglichkeit.

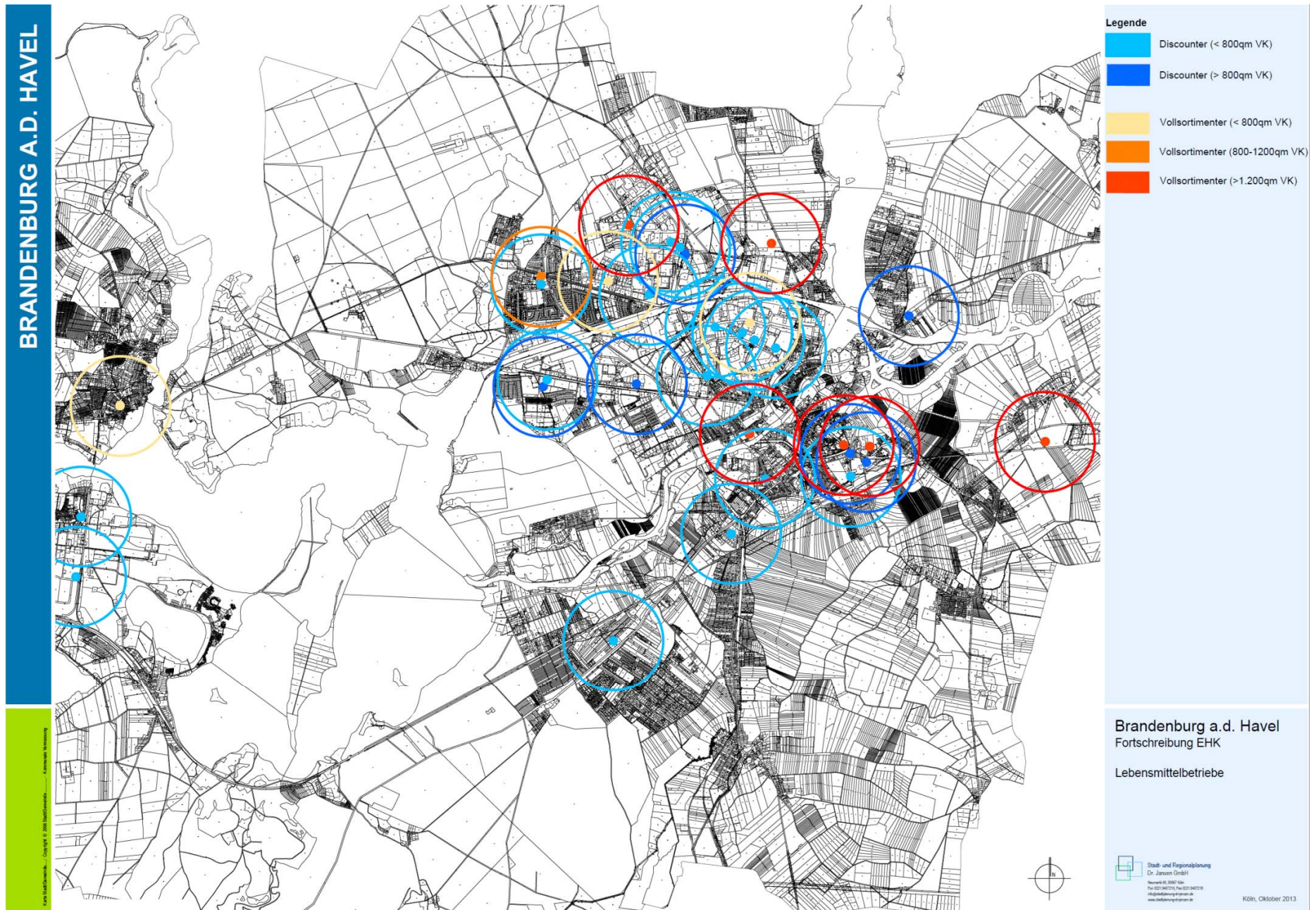
In der Stadt Brandenburg an der Havel ist die Nahversorgungsfunktion von zwei Lebensmittel-SB-Betrieben außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche hervorzuheben: Für die Wohnbevölkerung in den statistischen Bezirken 35 bis 37 (Schmerzke, Wilhelmsdorfer Vorstadt und Götting) sowie 12 bis 15 (Krakauer Vorstadt, Klein Kreutz, Gollwitz und Wust) konnte keine durch einen zentralen Versorgungsbereich gewährleistete Nahversorgungsfunktion festgestellt werden. Hier sind zwei Lebensmitteldiscounter (Norma in der Krakauer Landstraße und Netto in der Göttinger Straße) wichtige Einzelhandelseinrichtungen zur Gewährleistung der wohnungsnahen Grundversorgung. Anders als an den zuvor als Nahversorgungszentrum eingestuften Lagen kann für diese beiden Standorte jedoch weder eine faktische Versorgungsbedeutung eines zentralen Versorgungsbereichs festgestellt werden, noch sind planerische Zielsetzungen dahingehend entwickelt.

Tabelle 52 Lebensmittel-SB-Betriebe in der Stadt Brandenburg an der Havel – Beitrag zur Nahversorgung

Adresse	Ortsteil	Betriebsname	Verkaufs- fläche in m ²	Anzahl Einwohner 2013 innerh. Von 700 Metern	Innerhalb eines ZVBs	Beitrag zur wohnungs- nahen Versorgung
Willi-Sänger-Straße	Altstadt	Aldi	700	7018		
Friedrich-Franz-Straße	Altstadt	Lidl	900	2511		
Karl-Marx-Straße	Altstadt	NETTO Supermarkt	600	4780		
Magdeburger Landstraße	Altstadt	Netto Marken-Discount	795	2046	X	
Willi-Sänger-Straße	Altstadt	Netto Marken-Discount	700	7412		
Willi-Sänger-Straße	Altstadt	Netto Marken-Discount	700	7375		
Am Neuendorfer Sand	Altstadt	NP-Niedrig-Preis	1.230	2146	X	
Neuendorfer Straße	Altstadt	REWE	1.475	5157	X	
An der Bundesstraße	Dom	Kaufland	8.200	358		
Krakauer Landstraße	Dom	Norma	800	851		X
Haydnstraße	Görden	Edeka	650	7151		
Gördenallee	Görden	NETTO Supermarkt	600	5174	X	
Veilchenweg	Görden	PENNY Markt	775	3900	X	
Veilchenweg	Görden	REWE	870	4435	X	
Willibald-Alexis-Straße	Hohenstücken	Aldi	680	4371		
Upstallstraße	Hohenstücken	Lidl	890	4162		
Rosa-Luxemburg-Allee	Hohenstücken	Netto Marken-Discount	690	4787		
Brielower Landstraße	Hohenstücken	Real	4.750	246		
Tschirchdamm	Hohenstücken	REWE	1.500	7072	X	
Am Gleisdreieck	Kirchmöser	NETTO Supermarkt	750	549		
Wusterwitzer Straße	Kirchmöser	Netto Marken-Discount	565	1943	X	
Geschwister-Scholl-Straße	Neustadt	Aldi	770	3771		
Werner-Seelenbinder-Straße	Neustadt	Edeka Aktiv-Markt	500	6614	X	
Potsdamer Straße	Neustadt	Lidl	900	2222		
Ziesarer Landstraße	Neustadt	NETTO Supermarkt	600	1713	X	
Göttiner Straße	Neustadt	Netto Marken-Discount	540	2616		X
Potsdamer Straße	Neustadt	Netto Marken-Discount	775	3182		
Wilhelmsdorfer Straße	Neustadt	Norma	650	8141	X	
Alte Potsdamer Straße	Neustadt	Real	4.645	1849		
Sankt-Annen-Straße	Neustadt	REWE	1.280	6287	X	
Ruppinstraße	Nord	Norma	650	6053		
Genthiner Straße	Plaue	Rewe	550	1109	X	

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013

Abbildung 29 Strukturprägende Lebensmittel-SB-Betriebe in der Stadt Brandenburg an der Havel



3.5.3 Exkurs: Standortentscheidungen und Tragfähigkeit von frequenzstarken Nahversorgungsbetrieben

Die Größe der Betriebseinheiten, die im Zusammenhang mit den gestiegenen Anforderungen an die Tragfähigkeit steht, hat sich in den letzten Jahren sukzessive erhöht. Neue Lebensmitteldiscounter fordern heute eine Verkaufsfläche von 800 bis 1.200 qm, 5.000 qm Grundstücksfläche und die Lage an einer Hauptverkehrsstraße, verbunden mit einem umfangreichen Parkplatzangebot. Vollsortimenter werden aktuell meist in Größenordnungen zwischen 1.200 qm und 2.500 qm Verkaufsfläche realisiert. Für diese Betriebsgrößen ist es zunehmend schwierig geworden, adäquate Entwicklungsflächen in den gewachsenen Zentren zu finden, was auch mögliche Erweiterungsflächen bestehender Betriebe betrifft.

Derzeit verlaufen im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel folgende vier Entwicklungstrends parallel:

Entwicklungstrends

Das Ernährungs- und Einkaufsverhalten der Verbraucher ist im Umbruch. Immer mehr große Lebensmittelvollsortimenter profilieren sich über hochwertigen Food-Service für den Sofortverzehr mit einer sogenannten Markt-Gastronomie. Dies wird sich auf die Flächenansprüche der Anbieter auswirken.

große Vollsortimenter

Neue City-Märkte werden auf einer Verkaufsfläche von ca. 500 bis 1.000 qm etwa 8.000 Artikel anbieten, darunter ein überdurchschnittliches Angebot an Obst, Gemüse und Convenience-Produkten. Auch Bedientheken für Fleisch, Wurst und Käse werden wieder eingeführt. Das Unternehmen Rewe sieht in Deutschland ein Potenzial von 400 innerstädtischen Supermärkten. Noch offen ist, ob sich vergleichbare Konzept auch in dünner besiedelten Gebieten durchsetzen lassen.

neue Konzepte für innerstädtische Supermärkte

Es wurde daher in der Vergangenheit eine Reihe von Ansätzen entwickelt, um in Siedlungsbereichen, in denen die Tragfähigkeit für einen Lebensmittelvollsortimenter nicht gegeben ist, die gewünschte Nahversorgung mit sogenannten Nachbarschaftsläden zu sichern. Erfolgreich sind solche Modelle dann, wenn ein hohes Engagement der Betreiber gegeben ist, eine Ergänzung des Nahrungsmittelangebots durch Kooperation mit Ladenhandwerkern erfolgt und flankierende Leistungen wie z. B. Postagentur, Reinigungsannahme, Pflegedienst, Bankautomaten, Lotto- und Totoannahme oder Dienstleistungen der Stadtverwaltung bereitgestellt werden. Funktionierende Beispiele belegen, dass die Konzepte immer auf die jeweilige örtliche Situation zugeschnitten und angepasst werden müssen.³⁸

Nachbarschaftsläden

³⁸ DSSW-Leitfaden, Nahversorgung als Basis der Zentrenbildung. Aktuelle Modelle, Strategien und Konzepte gegen weg brechende Handels- und Dienstleistungsnutzungen, DSSW-Schriften 56, Berlin 2007

Beispiele für Integrationsmärkte sind CAP-Märkte.³⁹ Die Märkte werden zum Teil mit behinderten Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen betrieben. Voraussetzung für die Realisierung eines solchen Markts sind eine Mindesteinwohnerzahl im Einzugsbereich, eine ausreichende Verkaufsfläche und direkt zugeordnete Parkplätze. Allerdings steht bei den Integrationsmärkten anders als bei herkömmlichen Angebotsformen die Zielsetzung der Integration behinderter Menschen in den Arbeitsmarkt und weniger die reine Gewinnmaximierung im Vordergrund.

Integrationsmärkte

3.6 Agglomerationsstandorte des großflächigen Einzelhandels

Im vorangegangenen Abschnitt wurden die zentralen Versorgungsbereiche beleuchtet sowie die Siedlungsbereiche, in denen hinsichtlich der Ausgestaltung der integrierten Versorgungsstrukturen Verbesserungsbedarf besteht. Während der zentrale Versorgungsbereich Hauptzentrum überwiegend zentrenrelevante Sortimente aufweist, sind die Einzelhandelsstrukturen der Nahversorgungszentren durch nahversorgungsrelevante Sortimente, insbesondere Nahrungs- und Genussmittelangebote, geprägt. In Ergänzung dieser integrierten Standortsituationen des Einzelhandels gibt es Ansiedlungen in dezentraler Lage, die teilweise als Konkurrenzlagen, aber auch als sinnvolle Angebotsergänzungen für die integrierten Einzelhandelslagen fungieren. Von besonderer Bedeutung sind dabei die folgenden Standorte:

- Agglomerationsstandort Brandenburger Einkaufszentrum Wust
- Agglomerationsstandort Potsdamer Straße/ Alte Potsdamer Straße
- Agglomerationsstandort Upstallstraße
- Agglomerationsstandort Beetzsee-Center

Im Rahmen der Entwicklungsempfehlungen für den gesamtstädtischen Einzelhandel der Stadt Brandenburg an der Havel werden diese Agglomerationsstandorte im Folgenden betrachtet. Da sich die Ansiedlung von nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten zukünftig auf die zentralen Versorgungsbereiche konzentrieren soll, ist in diesem Zusammenhang die Frage zu klären, welche Ansiedlungsbereiche für den großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten vorzusehen sind.

³⁹ Der Name CAP-Markt leitet sich von Handicap ab, der englischen Bezeichnung für Benachteiligung.

3.6.1 Agglomerationsstandort Brandenburger Einkaufszentrum Wust

Das Einkaufszentrum Wust befindet sich im Stadtteil Dom und ist seit der Eingemeindung der Gemeinde Wust der Stadt Brandenburg an der Havel zugehörig. Es ist vom Stadtzentrum aus über die Berliner Straße (Bundesstraße B 1) in östlicher Richtung zu erreichen. Der Standort ist deutlich getrennt vom Siedlungskörper der Stadt Brandenburg an der Havel.

Lage

Mit einer Verkaufsfläche von rund 28.030 qm, die sich auf 36 Betriebe verteilt, hat das Einkaufszentrum einen Anteil von ca. 17 % an der gesamten städtischen Verkaufsfläche und ca. 7 % der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe inne. Im Vergleich zur innerstädtischen Verkaufsfläche nimmt das Einkaufszentrum somit eine leicht übergeordnete Bedeutung ein.

Angebots- und Sortimentsstruktur

Auffällig ist die sukzessive abnehmende Bedeutung dieser Einkaufslage in den letzten Jahren: Im Jahr 2007 wurden 60 Einzelhandelsbetriebe mit insgesamt 31.105 qm Verkaufsfläche erfasst, im Jahr 2011 waren es 48 Betriebe mit insgesamt 29.700 qm Verkaufsfläche. Damit einhergehend nimmt die Zahl der leerstehenden Ladenlokale zu.

Entwicklung des Einzelhandelsstandorts seit 2007

Sieben Betriebe belegen Verkaufsflächen oberhalb der Schwelle zur Großflächigkeit: Die Fachmärkte toom, expert, Spiele Max, Dänisches Bettenlager, Kranepuhls Optimale Möbelmärkte, Intersport sowie das SB-Warenhaus Kaufland. Die durchschnittliche Verkaufsfläche aller ansässigen Einzelhandelsbetriebe beträgt circa 780 qm.

Der Angebotsschwerpunkt von 32 Betrieben (ca. 88 %) liegt im Bereich der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente. Die Warengruppe Bekleidung, Schuhe (inkl. Uhren, Schmuck) ist mit 15 Einzelhandelsbetrieben stark vertreten. Nur vier Einzelhandelsbetriebe bieten, allerdings auf einer Verkaufsfläche von insgesamt etwa 10.815 qm, schwerpunktmäßig nicht zentrenrelevante Sortimente an. Hierbei handelt es sich um die erwähnten großflächigen Anbieter toom, Dänisches Bettenlager und Kranepuhls Optimale Möbelmärkte sowie einen Zoofachmarkt.

Das Einkaufszentrum Wust steht aufgrund seiner Sortimentsstruktur in direkter Standortkonkurrenz zum innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich. Ein Ausbau der Verkaufsflächen mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten sollte nicht erfolgen. Aufgrund der peripheren Lage sind im Vergleich zu anderen bestehenden Agglomerationsstandorten im Stadtgebiet auch (großflächige) Angebotserweiterungen im Bereich der nicht zentrenrelevanten Sortimente nicht zu empfehlen, um einem Bedeutungsausbau des Standorts vorzubeugen.

Handlungsempfehlung

3.6.2 Agglomerationsstandort Potsdamer Straße/ Alte Potsdamer Straße

Der Agglomerationsstandort Potsdamer Straße/ Alte Potsdamer Straße befindet sich im Stadtteil Neustadt südöstlich des Hauptzentrums Innenstadt. Von dort aus bildet die Potsdamer Straße die Verlängerung der Sankt-Annen-Straße. Wenige Meter vor dem Kreuzungsbereich zur Bundesstraße B 1 zweigt die Alte Potsdamer Straße in nordöstlicher Richtung von der Potsdamer Straße ab. Während die Einsehbarkeit der Betriebe an der Alten Potsdamer Straße von der Bundesstraße aus unzureichend ist, profitiert der Einzelhandelsbestand an der Potsdamer Straße eben von guten Sichtbeziehungen.

Lage

Insgesamt befinden sich im Standortbereich (der von der Potsdamer Straße nur den Bereich der Kreuzung zur Alten Potsdamer Straße und zur Bundesstraße einbezieht) 11 Einzelhandelsbetriebe und zwei Tankstellenshops, die aufgrund ihrer Versorgungsbedeutung (insbesondere wegen der ausgedehnten Öffnungszeiten) einbezogen werden. Die Verkaufsflächenausstattung beträgt etwa 7.895 qm (ca. 5 % der gesamten Verkaufsfläche der Stadt Brandenburg an der Havel), die durchschnittliche Betriebsgröße liegt bei ca. 605 qm.

Angebots- und Sortimentsstruktur

Die Versorgungsbedeutung dieser Einzelhandelsagglomeration ist in den letzten beiden Jahren weitestgehend unverändert. Bei der Einzelhandelserfassung im Jahr 2011 konnten 7.670 qm Verkaufsfläche in 12 Einzelhandelsbetrieben und zwei Tankstellen-shops aufgenommen werden. Die Daten aus dem Jahr 2007 (sechs Einzelhandelsbetriebe mit 5.040 qm Verkaufsfläche) können nur eingeschränkt übertragen werden, da die Einzelhandelslage damals auf den Bereich der Alten Potsdamer Straße begrenzt wurde.

Entwicklung der Einzelhandelslage seit 2007

Der Angebotsschwerpunkt liegt bei überwiegend nahversorgungsrelevanten Sortimenten. Ein SB-Warenhaus (Real) und zwei Lebensmitteldiscounter (Lidl und Netto) belegen großflächige Verkaufsflächen. Ergänzt wird das Angebot mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten durch einen Getränkemarkt sowie drei Betriebe des Lebensmittelhandwerks. Insgesamt werden rund 89 % der Verkaufsfläche durch diese Sortimente belegt. Den Angebotsbereich der zentrenrelevanten Sortimente repräsentieren jeweils ein Anbieter der Warengruppe Bekleidung bzw. Elektrowaren. Überwiegend nicht zentrenrelevante Sortimente werden von zwei Betrieben (Zoobedarf/ Tiernahrung und Bau-/Heimwerkerbedarf) auf insgesamt rund 490 qm Verkaufsfläche angeboten.

Angebotsschwerpunkt

Das Angebot des dezentralen Agglomerationsstandorts Potsdamer Straße/Alte Potsdamer Straße ist überwiegend als nahversorgungs- und zentrenrelevant zu bewerten. Aufgrund der räumlichen Nähe zum Hauptzentrum ist für diesen Agglomerationsstandort keine Ausweitung der Verkaufsfläche zu empfehlen.

Handlungsempfehlung

3.6.3 Agglomerationsstandort Upstallstraße

Der dezentrale Agglomerationsstandort Upstallstraße befindet sich am nördlichen Siedlungsbereich der Kernstadt im Stadtteil Hohenstücken. Im Kreuzungsbereich der Rathenower Landstraße und der Upstallstraße gelegen, besteht über die August-Bebel-Straße und die Rathenower Landstraße eine günstige verkehrliche Erreichbarkeit vom Stadtzentrum aus.

Lage

Am Standort haben sich nebeneinander gelegen fünf Fachmärkte in einem Gebäude angesiedelt und belegen insgesamt eine Verkaufsfläche von rund 9.945 qm, sodass eine überdurchschnittliche Betriebsgröße von etwa 1.990 qm Verkaufsfläche erreicht wird.⁴⁰

Angebots- und Sortimentsstruktur

Der Angebotsschwerpunkt liegt bei nicht zentrenrelevanten Sortimenten. Ein großflächiger Anbieter der Warengruppe Bau- und Gartenbedarf (Praktiker), ein großflächiger Fachmarkt mit dem Angebotsschwerpunkt Haus- und Heimtextilien/Teppiche (Hammer Heimtextilien) sowie zwei Fachmärkte mittlerer Größenordnung mit Küchen (Reddy Küchen) und Zoobedarf/ Tiernahrung belegen zusammen etwa 95 % der Verkaufsfläche. Ein Schuhfachmarkt (Reno) hingegen bietet überwiegend zentrenrelevante Sortimente an.

Aufgrund der günstigen verkehrlichen Erreichbarkeit sollte die Entwicklung des dezentralen Agglomerationsstandorts Upstallstraße im Fachmarktsektor unterstützt werden. Jedoch sollten entsprechend der „Brandenburger Liste“ nur Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten angesiedelt werden. In diesem Segment wäre auch ein Ausbau des Standorts möglich, da er sich von allen anderen Standorten durch seine geringen Wettbewerbseffekte auf integrierte Versorgungslagen unterscheidet.

Handlungsempfehlungen

3.6.4 Agglomerationsstandort Beetzsee-Center

Das Beetzsee-Center befindet sich in unmittelbarer Nähe des Fachmarktzentrums Upstallstraße im Stadtteil Hohenstücken im Kreuzungsbereich von Upstallstraße und Brielower Landstraße. Über die Brielower Straße ist der Standort unmittelbar an den Innenstadtring angebunden.

Lage

Im Einkaufszentrum Beetzsee-Center sind derzeit 20 Einzelhandelsbetriebe ansässig. Eine Verkaufsflächenausstattung von ca. 23.575 qm ist gleichbedeutend mit einem Anteil von rund 14 % an der Gesamtverkaufsfläche der Stadt Brandenburg an der Havel. Bei Vergleich aller Einzelhandelsstandorte wird die Verkaufsflächenaus-

Angebots- und Sortimentsstruktur

⁴⁰ Zwischenzeitlich hat der am Standort bislang existente Praktiker Bau- und Gartenfachmarkt seinen Standort aufgegeben, eine Nachnutzung ist bislang nicht bekannt. Es wird empfohlen, eine Nachnutzung vom gleichen Betriebstyp - Bau- und Gartenfachmarkt - anzustreben.

stattung des Beetzsee-Centers nur vom Hauptzentrum Innenstadt und vom Brandenburger Einkaufszentrum Wust übertroffen.

Bezogen auf die Verkaufsfläche bilden die nicht zentrenrelevanten Sortimente den Angebotsschwerpunkt des Beetzsee-Centers. Die beiden großflächigen Betriebe der Warengruppen Möbel/ Einrichtung (Roller) und Bau- und Gartenbedarf (Praktiker) belegen zusammen etwa 58 % der Verkaufsfläche des Beetzsee-Centers. Sieben Betriebe bieten auf rund 7.435 qm überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente an. Ein SB-Warenhaus (Real) fungiert dabei als Magnetbetrieb für das Einkaufszentrum. Die übrigen zehn Betriebe sind als Anbieter überwiegend zentrenrelevanter Sortimente einzuordnen. Ein großflächiger Betrieb der Warengruppe Bekleidung (Bekleidungsfachmarkt Adler) belegt dabei rund 82 % der sortimentspezifischen Verkaufsfläche von etwa 2.375 qm.

Zwar liegt der Schwerpunkt der Verkaufsfläche im Bereich der nicht zentrenrelevanten Sortimente, jedoch bieten 17 Betriebe (ca. 85 % der Einzelhandelsbetriebe im Beetzsee-Center) überwiegend nahversorgungs- oder zentrenrelevante Sortimente an. Eine Erweiterung dieser Angebote sollte nicht befürwortet werden, da die Entwicklungsperspektiven der Brandenburger Innenstadt im Vergleich der Standorte prioritär zu verfolgen sind.

Handlungsempfehlungen

4 Ziele der Einzelhandelsentwicklung in Brandenburg an der Havel

Die Zielsetzungen der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Brandenburg an der Havel bilden die Voraussetzungen für eine räumliche Steuerung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung. Nur unter konsequenter Einhaltung dieser Ziele bei zukünftigen Entscheidungs- und Genehmigungsprozessen kann eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Brandenburg an der Havel gelingen. Die nachfolgenden Ziele sollten von der Stadtverordnetenversammlung der Stadt Brandenburg an der Havel offiziell anerkannt werden, um die darauf aufbauende bauleitplanerische und genehmigungsrelevante Steuerung zu legitimieren.

Grundvoraussetzung für räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

Es ist zu betonen, dass der Großteil der nachstehend aufgeführten Ziele auch schon im Vorläufergutachten verankert wurde. Deren Verfolgung wird auch unter Berücksichtigung der zwischenzeitlichen Veränderungen in der Einzelhandelsstruktur weiterhin empfohlen.

Vorrangige Ziele der Einzelhandelsentwicklung sind weiterhin die Sicherung und der Ausbau der landesplanerischen Funktion als Oberzentrum. Der Einzelhandel der Stadt Brandenburg an der Havel kommt dieser Versorgungsfunktion in den Warengruppen derzeit unterschiedlich stark nach. Es gilt, die Versorgung in den Warengruppen zu verbessern, in denen eine vergleichsweise geringe regi-

oberzentrale Versorgungsfunktion ausbauen

onale Strahlkraft vorhanden ist. Die Verbesserung der oberzentralen Versorgungsfunktion umfasst auch die Ansiedlung weiterer zentrenprägender Dienstleistungsangebote, die zu einer Stärkung der zentralörtlichen Bedeutung beitragen.

Innerhalb der Zentrenstruktur in der Stadt Brandenburg an der Havel ist das Hauptzentrum Innenstadt auch zukünftig prioritär zu betrachten. Dabei geht es sowohl um eine quantitative als auch um eine qualitative Verbesserung der Versorgung durch die Entwicklung zentrenrelevanter Einzelhandels- (und Dienstleistungs) angebote, um die Attraktivität des Hauptzentrums zu erhalten bzw. weiter steigern zu können. Die wesentlichen Handelsentwicklungen, insbesondere bei den zentrenprägenden Sortimenten, sind somit auf das Hauptzentrum zu konzentrieren, um die Zentralität des Stadtzentrums perspektivisch zu erhöhen. Um dieser Konzentration einen geeigneten Entwicklungsspielraum einzuräumen, wird die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt angepasst. Auch zukünftig sollte bei der Durchführung von städtebaulichen Maßnahmen im Zentrumsbereich stets dessen gesamtstädtische Versorgungsfunktion, insbesondere im Bereich des Einzelhandels, im Fokus stehen.

Um die Entwicklungschancen des Brandenburger Einzelhandels auf die Brandenburger Innenstadt zu lenken, sollten künftig auch möglichst viele Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment unterhalb der Grenze zur Großflächigkeit im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO in diesem zentralen Versorgungsbereich angesiedelt werden.

Die in der Zentrenhierarchie dem Hauptzentrum untergeordneten Nahversorgungszentren gilt es zu erhalten und in Bezug auf ihre Versorgungsstruktur zu entwickeln. Dabei werden für die verschiedenen Nahversorgungszentren unterschiedliche Entwicklungsstrategien zu verfolgen sein, da sich die Nahversorgungszentren derzeit in der Qualität ihrer städtebaulichen und handelswirtschaftlichen Situation deutlich voneinander unterscheiden. Grundsätzlich werden für die Stärkung der Nahversorgungszentren folgende wesentliche Aufgaben zu erfüllen sein: Sicherung der Standortsituationen der Magnetbetriebe, Ergänzung weiterer Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote, städtebauliche Aufwertung sowie Verbesserung der funktionalen Anbindung/ Zugänglichkeit. Ziel ist, diese Einzelhandelslagen zu erhalten und – wenn möglich – so auszubauen, dass die Versorgungsfunktion gestärkt wird, ohne die Entwicklung anderer integrierter Versorgungsbereiche im Stadtgebiet oder in angrenzenden Kommunen zu beeinträchtigen.

Die Abgrenzung der Nahversorgungszentren hat an den Standorten Altstadt, Genthiner Straße, Wusterwitzer Straße, Wilhelmsdorfer Straße, Ziesarer Landstraße und Gördenallee zur Formulierung von Handlungsempfehlungen geführt, ohne deren Umsetzung die Etablierung stabiler Nahversorgungszentren schwierig oder gar unmög-

Stärkung und Entwicklung des Hauptzentrums Innenstadt

Konzentration der zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsentwicklung auf das Hauptzentrum

Erhaltung und Strukturverbesserung der Nahversorgungszentren

besondere Entwicklungsaufgaben in den Nahversorgungszentren Altstadt, Genthiner-, Wusterwitzer und Wilhelmsdorfer Straße, Ziesarer Landstraße und Gördenallee

lich ist. Somit wird deren zielgerichtete städtebauliche und handelswirtschaftliche Entwicklung als eines der Ziele der Einzelhandelsentwicklung aufgenommen.

Ziel ist es weiterhin, eine möglichst flächendeckende wohnungsnah Versorgung im Stadtgebiet sicherzustellen, insbesondere im Bereich Nahrungs- und Genussmittel; dies auch unter dem Gesichtspunkt der demografischen Entwicklung. Dieses Ziel umfasst die Verbesserung des Nahversorgungsangebots an integrierten Lagen in Wohnquartieren. Aufgrund der Siedlungsstruktur im Stadtgebiet Brandenburg an der Havel wird die für die Tragfähigkeit moderner Lebensmittel-SB-Betriebe erforderliche Einwohnerzahl in einigen Siedlungsbereichen nicht erreicht. Bestehende kleinteilige Anbieter sollten daher erhalten und ggf. alternative Versorgungskonzepte geprüft werden, um dieses Ziel umzusetzen.

Sicherung der wohnungsnahen Versorgungssituation

An den Einzelhandelsstandorten außerhalb der integrierten Lagen (insbesondere an den Agglomerationsstandorten Einkaufszentrum Wust, Beetzsee-Center, Upstallstraße und Potsdamer Straße/ Alte Potsdamer Straße) sollte die Einzelhandelsentwicklung ebenfalls unter dem Ziel der Zentrenstärkung verfolgt werden. Das heißt, es sollte langfristig das Ziel verfolgt werden, die dort angebotenen zentrenrelevanten Sortimente auf die Innenstadt bzw. die weiteren zentralen Versorgungsbereiche zu verlagern und ggf. durch nicht zentrenrelevante Angebote zu ersetzen.

keine zentrenschädigenden Einzelhandelsentwicklungen an den dezentralen Agglomerationsstandorten

5 Empfehlungen zur Einzelhandelssteuerung in der Stadt Brandenburg an der Havel

In Abstimmung mit den übergeordneten Vorgaben zur Einzelhandelssteuerung auf Bundes- und Landesebene wurden folgende Arbeitsschritte zur Vorbereitung einer konsequenten und rechtssicheren Einzelhandelssteuerung im Stadtgebiet Brandenburg an der Havel vorgenommen:

Formulierung von Zielvorstellungen und strategischen Ausrichtungen

- Die Entwicklungsziele für die Einzelhandelsentwicklung im Stadtgebiet Brandenburg an der Havel wurden formuliert. Zentrale Versorgungsbereiche wurden identifiziert.
- Die Versorgungsbedeutung und das Zusammenspiel der zentralen Versorgungsbereiche im Rahmen einer Zentrenhierarchie wurden abgestimmt.
- Eine räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Brandenburg an der Havel ist nicht nur unter Einzelhandelsaspekten, sondern auch unter Berücksichtigung der komplementären Dienstleistungsangebote/ Infrastruktur, der städtebaulichen Situation sowie der Entwicklungspotenziale und -ziele erfolgt.
- Die „Brandenburger Liste“ mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten, die vorrangig in den zentralen Versor-

gungsbereichen der Stadt Brandenburg an der Havel anzusiedeln sind, wurde erstellt.

- Es wurden die Standorte von Lebensmittelbetrieben benannt, die aktuell in Ergänzung der zentralen Versorgungsbereiche wohnungsnah Versorgungsfunktionen übernehmen.

Aufbauend auf diesen Arbeitsgrundlagen sollte die systematische Umsetzung des Konzepts erfolgen, die insbesondere über die Handlungsempfehlungen zu den einzelnen zentralen Versorgungsbereichen, die Ziele der Einzelhandelsentwicklung und die nachstehend erläuterten Ansiedlungsleitlinien abgeleitet werden kann.

Grundsätzlich sind Wettbewerbsintensivierungen, die die Gefährdung oder Schwächung zentraler Versorgungsbereiche nach sich ziehen (städtebauliche Auswirkungen), zu vermeiden. Das zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung im Stadtgebiet bereitstehende Instrumentarium sollte daher konsequent genutzt werden. Folgende Stadtbereiche sind aus unserer Sicht höherem Ansiedlungsdruck von insbesondere großflächigen Betrieben mit nahversorgungs- oder zentrenrelevantem Kernsortiment ausgesetzt:

- An zentrale Versorgungsbereiche anschließende Gebiete: Bei Ansiedlungen an solchen Standorten besteht die Gefahr einer unerwünschten Ausweitung und der Veränderungen des Standortgefüges innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs.
- Einfallstraßen: Die gute Pkw-Erreichbarkeit und hohe Außenwirkung ziehen das Interesse vieler ansiedlungswilliger Einzelhandelsbetriebe auf sich; auch Solitärlagen werden akzeptiert, bewirken aber eine weitere Zersplitterung der Einzelhandelslandschaft und stehen dem Ziel der Realisierung kompakter Versorgungslagen entgegen.
- Gewerbegebiete, meist mit vorhandenem Einzelhandelsbesatz: Die gute Pkw-Erreichbarkeit, die Verfügbarkeit größerer Flächen meist günstigere Grundstückspreise als in den siedlungsintegrierten Lagen und die möglichen Agglomerationseffekte ermöglichen eine schnelle Positionierung eines neuen Einzelhandelsbetriebs.

„Tabubereiche“ für Einzelhandel

In diesen genannten Standortkategorien empfiehlt sich der konsequente Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten, möglichst auch unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit. Besonderes Augenmerk ist auch auf die Randsortimente von Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment zu legen, für die die Landesplanung eine Maximalgrenze von 10 % der Gesamtverkaufsfläche vorsieht.

Grundsätzlich gilt, dass alle Bebauungspläne der Standortbereiche, die als potenziell gefährdend einzustufen sind, auf ihre einzelhandelsbezogenen Entwicklungsmöglichkeiten überprüft werden sollten.

Überprüfung von Bebauungsplänen

- In Gewerbegebieten sollte grundsätzlich von der Steuerungsmöglichkeit des Einzelhandels Gebrauch gemacht werden, um auch keine bodenrechtlichen Spannungen hervorzurufen. Die Skala der planungsrechtlichen Steuerungsmöglichkeiten reicht vom völligen Ausschluss über die ausnahmsweise Zulässigkeit zur Versorgung der dort Beschäftigten (Kiosk oder Tankstellen-shop) bis hin zur Zulässigkeit räumlich und funktional untergeordneten Einzelhandels.
- Festgesetzte Kerngebiete sollten dahingehend überprüft werden, ob sie der gesteuerten Unterbringung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben und anderen kerngebietstypischen Nutzungen dienen sollen.
- Unbeplante Innenbereiche gemäß § 34 BauGB, die einem potenziellen Ansiedlungsdruck aufgrund ihrer Lage oder wegen des bereits vorhandenen Einzelhandelsbestands unterliegen, sollten auf planerischen Handlungsbedarf insbesondere bei Ansiedlungsvorhaben und die Steuerungsmöglichkeiten im Rahmen des § 9 Abs. 2 a BauGB überprüft werden.

Es ist abschließend darauf zu verweisen, dass nur die konsequente Umsetzung der Inhalte eines Einzelhandelskonzepts in die Bauleitplanung das Erreichen der angestrebten Ziele der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Brandenburg an der Havel ermöglicht.

5.1 Ansiedlungsleitlinien

Mit der Definition von Ansiedlungsleitlinien kann der Stadt Brandenburg an der Havel ein Leitfaden an die Hand gegeben werden, wie die Zentrenentwicklung der Stadt durch eine strategische Standortplanung des Einzelhandels unterstützt werden kann.

Es ist zu betonen, dass diese Leitlinien nicht dazu führen, dass bei jedem Vorhaben eine städtebauliche und planungsrechtliche Bewertung durch die Verwaltung der Stadt Brandenburg an der Havel erfolgen muss – nur so kann die tatsächliche Zulässigkeit des Vorhabens abgeleitet werden. Insofern kann über die Ansiedlungsleitlinien nur die Eignung eines Standorts für ein Vorhaben unter Berücksichtigung gesamtstädtischer Entwicklungsziele abgeleitet werden. Für Erweiterungsvorhaben gelten die Leitlinien analog, bei bestehenden Betrieben ist grundsätzlich auf einen Bestandsschutz hinzuweisen.

- 1.) Insbesondere großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sollen zukünftig auf Standorte innerhalb von zentralen Versorgungsbereichen konzentriert werden. Ausnahmsweise, als Beitrag zur wohnungsnahen Versorgung, kann auch eine Ansiedlung außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche erfolgen.

*nahversorgungsrelevantes
Kernsortiment*

Hinweise darauf, dass ein Beitrag zur wohnungsnahen Versorgung geleistet wird, sind:

- Der Standort ist städtebaulich integriert.
- Innerhalb eines Radius von 700 m (fußläufige Erreichbarkeit) befindet sich ein maßgeblicher Anteil an Wohnbebauung, der zur Tragfähigkeit des Betriebs beiträgt.
- Es wird keine Überschneidung der Verflechtungsbereiche mit einem zentralen Versorgungsbereich begründet.
- Die Abschöpfung der sortimentsspezifischen Kaufkraft im Versorgungsbereich soll eine Quote von 35 - 40 % nicht übersteigen.

- 2.) Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen grundsätzlich auf das Hauptzentrum Innenstadt konzentriert werden, für großflächige Einzelhandelsbetriebe gemäß § 11 (3) BauNVO sollte dahingehend auf Ausnahmen verzichtet werden. Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment und einer Verkaufsfläche von weniger als 800 qm können dagegen auch ausnahmsweise, z. B. zur Ergänzung des dortigen Bestands, in den Nahversorgungszentren angesiedelt werden. Auch unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit ist jedoch eine für den jeweiligen Versorgungsbereich maßstäbliche Verkaufsflächengröße zu berücksichtigen.

zentrenrelevantes Kernsortiment

An allen anderen Standorten sollte auf die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment verzichtet werden.

- 3.) Auch für Ansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment wird unter der prioritären Zielsetzung der Zentrenentwicklung empfohlen, Standorte in zentralen Versorgungsbereichen zu favorisieren.

nicht zentrenrelevantes Kernsortiment

Da jedoch insbesondere für großflächige Betriebe (z. B. Bau- und Gartenmärkte) in den zentralen Versorgungsbereichen in der Regel keine geeigneten Standorte auszuweisen sind, sind hier selbstverständlich auch in anderen (ggf. städtebaulich nicht integrierten) Lagen Ansiedlungsoptionen offen zu halten. Als geeignet sind hier insbesondere die vier bestehenden dezentralen Einzelhandelsagglomerationen in der Stadt Brandenburg an der Havel zu beurteilen (Brandenburger Einkaufszentrum Wust, Potsdamer Straße/Alte Potsdamer Straße, Upstallstraße, Beetzsee-Center), an denen zum Beispiel auch als Ersatz bisher ansässiger Betriebe mit einem zentrenrelevantem Kernsortiment eine Ansiedlung erfolgen könnte.

Für Standorte außerhalb zentraler Versorgungsbereiche wird eine Beschränkung der Verkaufsfläche mit zentrenrelevanten Randsortimenten auf 10 % empfohlen.

6 Zusammenfassung der Untersuchung

Als Fazit der vorliegenden Untersuchung werden nachfolgend die vorrangigen Ergebnisse der Bestandsanalyse und die Handlungsempfehlungen zusammengefasst:

- Die Stadt Brandenburg an der Havel, die über ein Bevölkerungspotenzial von rund 71.150 Einwohnern verfügt, wird in der landesplanerischen Hierarchie als Oberzentrum eingestuft. Die verkehrliche Erreichbarkeit mit MIV wie ÖPNV lässt sich als gut bezeichnen. Begründet durch eine prognostizierte stark rückläufige Einwohnerentwicklung bis zum Jahr 2030 sind keine Impulse für den Einzelhandelsstandort Brandenburg an der Havel durch die Bevölkerungsentwicklung zu erwarten.
- Das vorliegende Konzept wurde unter Berücksichtigung der Bundesrechtlichen und landesplanerischen Vorgaben sowie der sonstigen Erfordernisse der Raumordnung erarbeitet.
- Die Einzelhandelsposition der Stadt Brandenburg an der Havel in der Region wird durch ihre Lage in einem Gebiet mit überwiegend ländlicher Raumstruktur geprägt. Aufgrund ihrer Lagebeziehungen, Größen und Ausstattungen sind nicht die Kommunen im direkten Umfeld als Hauptwettbewerbsstandorte einzuschätzen, sondern die brandenburgische Landeshauptstadt Potsdam und die Metropole Berlin. Das potenzielle Kerneinzugsgebiet des Einzelhandels in der Stadt Brandenburg an der Havel bezieht sich vornehmlich auf die angrenzenden Landkreise Potsdam-Mittelmark, Havelland und Jerichower Land.
- Die Einzelhandelsausstattung der Stadt Brandenburg an der Havel umfasst aktuell insgesamt 549 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 165.020 qm und einer Bruttoumsatzleistung von ca. 437,3 Mio. EUR (im Jahr 2012). Das größte flächenbezogene Angebot in der Stadt Brandenburg an der Havel erstreckt sich auf die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Bau-/Heimwerker-/Gartenbedarf. Der großflächige Einzelhandel nimmt in Brandenburg an der Havel mit einem Flächenanteil von ca. 64 % im interkommunalen Vergleich eine überdurchschnittliche Bedeutung ein.
- Der derzeitige Einzelhandelsbestand kann mit Daten aus den Jahren 2007 (Einzelhandelskonzept der GMA) und 2011 (Einzelhandelserfassung durch unser Büro) verglichen werden. Seit 2007 ist ein Anstieg der Verkaufsfläche von etwa 147.400 qm auf rund 165.020 qm (ca. 12 %) zu konstatieren; der Umsatz steigerte sich im gleichen Zeitraum (preisbereinigt) um rund 18 %. Die Zahl der Betriebe dagegen nimmt ab. Eine Entwicklung von 607 Einzelhandelsbetrieben im Jahr 2007 auf 549 Betriebe im Jahr 2013 steht in einem bundesweit nachvollziehbaren Kontext von sich zahlenmäßig verringernden und gleichzeitig flächengrößeren Be-

übergeordnete Rahmenbedingungen

Rechtliche Vorgaben

regionale Wettbewerbssituation

*Einzelhandelsausstattung der Stadt
Brandenburg an der Havel*

*Verkaufsflächenentwicklung
seit 2007*

triebsstrukturen. Die Entwicklung seit dem Jahr 2011 ist weniger dynamisch als im Zeitraum seit 2007.

- Die Versorgungsfunktionen des Oberzentrums Brandenburg an der Havel beziehen sich auf das Stadtgebiet sowie Teile der Landkreise Potsdam-Mittelmark, Havelland und Jerichower Land. Dieses Einzugsgebiet des Brandenburger Einzelhandels umfasst derzeit insgesamt rund 153.870 Einwohner. Diese Einwohner verfügen über ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial von insgesamt ca. 776,5 Mio. EUR; davon entfallen ca. 350,9 Mio. EUR auf das Stadtgebiet. Eine Gesamtzentralität von rund 125, die sich aus dem Verhältnis von Umsatz zur Kaufkraft errechnet, ist für ein Oberzentrum wie Brandenburg an der Havel trotz seiner spezifischen Lage als ausbaufähig zu bewerten.
- Von dem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial in der Stadt Brandenburg an der Havel werden durch den ansässigen Einzelhandel aktuell ca. 85 % gebunden (ca. 297,0 Mio. EUR). Mit auswärtigen Kunden wird ein Umsatzanteil von ca. 32 % erzielt. Der Kaufkraftabfluss aus der Stadt Brandenburg an der Havel bewegt sich über alle Einzelhandelsbranchen in einer Größenordnung von ca. 53,8 Mio. EUR (ca. 15 % der in Brandenburg an der Havel vorliegenden Kaufkraft).
- Vor dem Hintergrund der derzeitigen Einzelhandelsausstattung in Brandenburg an der Havel ergibt sich bis zum Jahr 2030 aufgrund der rückläufigen Einwohnerzahlen ein deutlicher Verkaufsflächenüberhang. Dieser Verkaufsflächenüberhang variiert trotz angestrebter höherer Marktanteile in Abhängigkeit von der Stärke des Bevölkerungsrückgangs. Insbesondere im Lebensmittel Einzelhandel ist jedoch davon auszugehen, dass künftig Flächen und Standorte innerhalb des Stadtgebietes wegfallen. Der Zielsetzung einer Steuerung und geordneten Einzelhandelsentwicklung im Stadtgebiet kommt daher künftig eine stärkere Bedeutung zu denn je. Nur wenn es gelingt, verbleibende Potenziale auf städtebaulich geeignete Standorte zu lenken, sind mittelfristig stabile und wohnungsnah Versorgungsstrukturen für die Bevölkerung zu sichern.
- Im Rahmen der Entwicklung des Zentrenkonzepts wurden dabei folgende Ziele formuliert:
 - Stärkung der oberzentralen Versorgungsfunktion
 - Stärkung und Weiterentwicklung des Hauptzentrums Innenstadt
 - Konzentration der zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsentwicklung auf das Hauptzentrum
 - Erhaltung und Strukturverbesserung der Nahversorgungszentren
 - Städtebauliche und handelswirtschaftliche Aufwertung der Nahversorgungszentren Altstadt, Wilhelmsdorfer Straße,

Einzugsbereich, Kaufkraftpotenzial und Zentralität

Kaufkraftbewegungen in Brandenburg an der Havel

Verkaufsflächenüberhang zu erwarten

Ziele der Einzelhandelsentwicklung

Wiener Straße, Werner-Seelenbinder-Straße, Genthiner Straße, Wusterwitzer Straße und Ziesarer Landstraße

- Sicherung einer fußläufigen Nahversorgung – möglichst im gesamten Stadtgebiet
- Keine zentrenschädigenden Einzelhandelsentwicklungen an den dezentralen Agglomerationsstandorten
- Im Rahmen des Zentrenkonzepts kommt dem Hauptzentrum Innenstadt, dessen räumliche Abgrenzung vorgenommen wurde, die höchste Bedeutung zu. Durch die Ansiedlung der Sankt Annen Galerie konnte dieser Bereich in den letzten Jahren deutlich gestärkt werden. Die Einbeziehung von Entwicklungsstandorten für Einzelhandelsansiedlungen ermöglichen in den kommenden Jahren weitere Aufwertungsimpulse. In Bezug auf den gesamtstädtisch identifizierten Verkaufsflächenüberhang nimmt die Innenstadt eine Sonderposition ein. Hier sollen weitere Entwicklungen, insbesondere von sogenannten innerstädtischen Leitsortimenten (z. B. Bekleidung, Schuhe, Sport) trotz der restriktiven Rahmenbedingungen realisiert werden. Der sich infolgedessen intensivierende Wettbewerbsdruck wird sich in besonderem Maße zu Lasten der Anbieter an den dezentralen Agglomerationsstandorten auswirken. Hier könnten frei werdende Verkaufsflächen ggf. durch nicht zentrenrelevante Angebote wiederbelegt werden.
- Die Einzelhandelssituation in den abgegrenzten elf Nahversorgungszentren ist nur in Teilen als stabil zu bezeichnen. Planerische Herausforderungen stellen sich insbesondere in den Nahversorgungszentren Altstadt, Wilhelmsdorfer Straße, Wiener Straße, Werner-Seelenbinder-Straße, Genthiner Straße, Wusterwitzer Straße und Ziesarer Landstraße. Von hoher Bedeutung ist, dass die handelswirtschaftliche Stabilisierung im Rahmen einer auf die Nahversorgungsfunktionen dieser Einkaufslagen abgestimmten maßstäblichen Entwicklung erfolgt, damit die Entwicklungsperspektiven des Hauptzentrums und benachbarter Nahversorgungszentren nicht beeinträchtigt werden.

Hauptzentrum weiter ausbauen

Nahversorgungszentren stabilisieren

Zur Sicherung und Stärkung der städtebaulich integrierten Versorgungszentren ist eine konsequente bauleitplanerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung – insbesondere hinsichtlich der Standorte mit nahversorgungs- sowie zentrenrelevanten Sortimenten – erforderlich. So kommt der Reglementierung nah- und zentrenversorgungsrelevanter Sortimente an Standorten außerhalb des abgegrenzten, städtebaulich integrierten Versorgungsbereichs in Anbetracht der gesetzlichen Vorschriften des Baugesetzbuchs eine Schlüsselrolle für eine städtebaulich ausgerichtete Einzelhandels- und Standortentwicklung zu. Der Stadt Brandenburg an der Havel wird daher empfohlen, die Zentrenhierarchie, die Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche und die „Brandenburger Liste“ durch die Stadtverordnetenversammlung zu beschließen.

bauleitplanerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

7 ANHANG

Glossar

Betriebsform/-typ

Betriebsformen/-typen des Einzelhandels werden im institutionellen Sinne mit Bezug auf die von ihnen eingesetzten absatzpolitischen Instrumente (z. B. Bedienungsform), Branche, Fläche und Standort definiert. So gibt es deutliche Ähnlichkeiten der Betriebe innerhalb einer Betriebsform, während sich Betriebsformen in einem oder mehreren Merkmalen stark voneinander unterscheiden. Durch eine Dynamik in den Betriebsformen entstehen neue Betriebsformen, während alte ausscheiden. Zu den Betriebsformen im Einzelhandel zählen z. B. das Fachgeschäft, das Spezialgeschäft, der Fachmarkt, das Warenhaus, das Kaufhaus, der Discounter, der Supermarkt, der Verbrauchermarkt und das SB-Warenhaus.

Einkaufslagen

Einkaufslagen werden u. a. nach folgenden Kriterien abgegrenzt:

- Passantenfrequenz
- Besatzdichte
- Attraktivität des Besatzes
- Branchen- und Betriebstypenmix
- Ladenleerstandsquote, nichtadäquate Nutzungen u. ä.

Einzelhandel

Im funktionalen Sinne liegt Einzelhandel vor, wenn Marktteilnehmer Güter, die sie i. d. R. nicht selbst be- oder verarbeiten, von anderen Marktteilnehmern beschaffen und an private Haushalte absetzen.

Im institutionellen Sinne umfasst der Einzelhandel jene Institutionen, deren wirtschaftliche Tätigkeit ausschließlich oder überwiegend dem Einzelhandel im funktionellen Sinne zuzurechnen sind. Ein Betrieb wird dem Einzelhandel zugerechnet, wenn die Wertschöpfung der Einzelhandelstätigkeit größer ist als aus sonstigen Tätigkeiten.

Fachgeschäft

Das Fachgeschäft ist ein Einzelhandelsbetrieb, der ein branchenspezifisches oder bedarfsspezifisches Sortiment in großer Auswahl und in unterschiedlichen Qualitäten und Preislagen anbietet. Entscheidender Unterschied zu Fachmärkten sind die hier angebotenen ergänzenden Serviceleistungen (z. B. Kundendienst). Die Verkaufsfläche liegt i. d. R. deutlich unter 800 qm.

Fachmarkt

Der Fachmarkt ist ein meist großflächiger und im allgemeinen ebenerdiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und tiefes Sortimentsangebot aus einem Warenbereich (z. B. Bekleidungsfach-

markt, Elektrofachmarkt), einem Bedarfsbereich (z. B. Sportfachmarkt, Baufachmarkt) oder einem Zielgruppenbereich (z. B. Möbel- und Haushaltswarenfachmarkt für designorientierte Kunden) in übersichtlicher Warenpräsentation bei tendenziell niedrigen bis mittlerem Preisniveau anbietet. Die Standorte sind meist autokundenorientiert, davon einige Sortimente innenstadtnah (Drogeriewaren), andere isoliert in gewachsenen oder geplanten Zentren. Die Größenordnung variiert je nach Fachmarkttyp (z. B. Drogeriefachmärkte ca. 800 qm, Elektrofachmärkte 1.500 bis 4.000 qm, Möbelmarkt bis zu 50.000 qm).

Filialunternehmen

Ein Filialunternehmen (Filialbetrieb) verfügt über (mindestens fünf) unter einheitlicher Leitung stehenden Verkaufsfilialen an unterschiedlichen Standorten. Bei 10 und mehr Filialen gilt das Unternehmen als Großbetriebsform des Einzelhandels.

Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben

Der Begriff der Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben orientiert sich am § 11 Abs. 3, Satz 3, BauNVO 1990. Bei einer Geschossfläche von mehr als 1.200 qm werden in der hierin enthaltenen Vermutungsregel Auswirkungen auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung unterstellt. Nach einem Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 ist die Großflächigkeit eines Handelsbetriebes über 800 qm Verkaufsfläche gegeben.

Kaufhaus

Ein Kaufhaus ist ein größerer Einzelhandelsbetrieb, der überwiegend im Wege der Bedienung Waren aus zwei oder mehr Branchen, davon wenigstens eine Branche in tiefer Gliederung, anbietet. Am stärksten verbreitet sind Kaufhäuser mit Textilien, Bekleidung und verwandten Bedarfseinrichtungen. Im Vergleich zum Warenhaus erfolgt eine stärkere Konzentration auf ausgewählte Warengruppen, wobei ein größeres Lebensmittelangebot i. d. R. nicht vorhanden ist. Die Verkaufsfläche liegt bei mehr als 1.000 qm.

Kaufkraft

Die Geldmenge, die den privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraums zur Verfügung steht. Errechnet wird die Kaufkraft aus den Nettoeinnahmen zuzüglich der Entnahmen aus Ersparnissen und aufgenommenen Krediten abzüglich der Bildung von Ersparnissen und der Tilgung von Schulden.

Kaufkraftbindung

Der Teil der Kaufkraft einer Region, der in dieser Region im hier ansässigen Einzelhandel ausgegeben wird. Ein Kaufkraftzufluss liegt vor, wenn Kaufkraftanteile von außerhalb der Region zufließen; ein Kaufkraftabfluss liegt vor, wenn ein Teil der regionalen Kaufkraft außerhalb ausgegeben wird.

Kaufkraftkennziffer

Die Kaufkraftkennziffer stellt das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial einer Kommune im Vergleich zum Bundesdurchschnitt dar. Übersteigt die örtliche Kaufkraftkennziffer den Bundesdurchschnitt von 100, verfügt die Kommune über ein um den entsprechenden Prozentsatz höheres Kaufkraftniveau und umgekehrt.

Ladenhandel

Der Ladenhandel umfasst alle Ladengeschäfte des institutionellen Einzelhandels ohne Berücksichtigung der Branchen „Kraftstoffe, Fahrzeuge und Brennstoffe“; hinzu kommen Geschäfte des Ladenhandwerks wie Bäcker, Fleischer, Optiker/Akustiker (hier nur die reine Verkaufsfläche ohne Café oder Werkstatt) und Apotheken und Sanitätshäuser/Orthopädietechnik, Tankstellenshops, Kioske und Hofläden.

Lebensmitteldiscounter

Lebensmitteldiscounter bieten ein spezialisiertes, auf raschen Umschlag ausgerichtetes Sortiment zu niedrigen Preisen an. Bei hoher Werbeintensität ähnelt die Angebotsstrategie einer permanenten Sonderangebotsstrategie. Weitere Merkmale sind Selbstbedienung, funktionale Ladenausstattung und aggressive Marketingstrategien. Die Verkaufsfläche liegt pro Betrieb in der Regel bei 500 - 800 qm mit steigender Tendenz. Der Umsatzanteil mit Nonfood-Artikeln liegt zwischen 10 und 15 %.

SB-Warenhaus

Das SB-Warenhaus ist ein großflächiger und meist ebenerdiger Einzelhandelsbetrieb. Das Sortiment ist umfassend und bietet im Bereich des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf bis zu 100.000 Artikel an. Der Umsatzschwerpunkt liegt mit mindestens 50 % im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel. Der Nonfood-Anteil beim Umsatz liegt bei ca. 35 - 50 %, bei der Verkaufsfläche bei ca. 60 - 75 %. Das SB-Warenhaus bietet seine Waren ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst mit hoher Werbeaktivität in Sonderangebotspreispolitik an. Der Standort ist grundsätzlich autokundenorientiert, entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren. Die Verkaufsfläche liegt nach der amtlichen Statistik bei mindestens 3.000 qm.⁴¹

Supermarkt

Der Supermarkt ist ein Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 qm Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren (z. B. Obst, Gemüse, Südfrüchte, Fleisch) und ergänzend Waren des täglichen und des kurzfristigen Bedarfs anderer Branchen vorwiegend in Selbstbedienung anbietet. Nach der amtlichen Statistik hat der Supermarkt höchstens eine Verkaufsflä-

⁴¹ Laut Definition des EHI, Handel aktuell 2008/09, liegt die Verkaufsfläche eines SB-Warenhauses bei mindestens 5.000 qm.

che von 1.000 qm, wobei hinsichtlich der Verkaufsflächenobergrenze in der Handelsfachliteratur divergierende Auffassungen erkennbar sind.⁴²

Trading-down

Beim Trading-down handelt es sich um Maßnahmen, durch die sich ein Handelsbetrieb geänderten Präferenzen der Konsumenten (z. B. aufgrund eines konjunkturellen Nachfragerückgangs) anpassen kann. Zu den Maßnahmen zählen u. a. Senkung des Qualitäts- und Preisniveaus, Reduzierung der Auswahl und Dienstleistungen, Verminderung der Mitarbeiterzahl als Voraussetzung für niedrigere Kosten und möglicherweise eine niedrigere Handelsspanne.

Weiterhin ist der Begriff im Zusammenhang mit der Beschreibung der Entwicklung von Einkaufslagen zu gebrauchen. Hier bezeichnet Trading-down den Trend zum Ersatz hoch- bzw. höherwertiger und durch niedrigpreisige Anbieter. Damit verbunden ist die Verflachung des Angebots, der Warenpräsentation, des Qualifikationsniveaus der Beschäftigten und der Außenwirkung im Hinblick auf die Werbung.

Verbrauchermarkt

Der Verbrauchermarkt ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs überwiegend in Selbstbedienung anbietet; häufig wird entweder auf eine Dauerniedrigpreispolitik oder auf eine Sonderangebotspolitik abgestellt. Die Verkaufsfläche liegt nach der amtlichen Statistik bei mindestens 1.000 qm.⁴³ Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert, entweder in Alleinlage oder innerhalb von Einzelhandelszentren.

Verkaufsfläche

Das Bundesverwaltungsgericht hat den Begriff *Verkaufsfläche* für diejenigen Fälle präzisiert, in denen in der verbindlichen Bauleitplanung keine Begriffsbestimmung erfolgte. Nach dem Urteil des BVerwG (4 C 10.04 vom 24. November 2005) umfasst die Verkaufsfläche die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf. Zusätzlich zu der durch die Kunden zu betretenden reinen Flächen umfasst die Verkaufsfläche die Flächen für Warenpräsentation, die vom Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht betreten werden dürfen, in denen aber die Ware für ihn sichtbar ausliegt (z. B. Thekenbereiche). Zudem sind der Kassenvorraum mit „Pack- und Entsorgungszone“ und der Windfang zur Verkaufsfläche zu zählen. Nicht dazu gehören reine Lagerflächen und Flächen, die der

⁴² Laut Definition des EHI, Handel aktuell 2008/09, liegt die Verkaufsflächenobergrenze eines Supermarktes bei mindestens 1.500 qm.

⁴³ Laut Definition des EHI, Handel aktuell 2008/09, liegt die Verkaufsfläche eines Verbrauchermarktes bei mindestens 1.500 qm.

Vorbereitung/Portionierung der Waren dienen sowie Sozialräume, WC-Anlagen etc.

Warenhaus

Das Warenhaus ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der in der Regel auf mehreren Etagen breite und überwiegend tiefe Sortimente mehrerer Branchen mit tendenziell hoher Serviceintensität und eher hohem Preisniveau an Standorten in der Innenstadt oder in Einkaufszentren anbietet. Die Warensortimente umfassen überwiegend Nichtlebensmittel der Bereiche Bekleidung, Heimtextilien, Sport, Hausrat, Möbel, Einrichtung, Kosmetik, Drogeriewaren, Schmuck, Unterhaltung sowie oft auch Lebensmittel. Dazu kommen Dienstleistungssortimente der Bereiche Gastronomie, Reisevermittlung und Finanzdienstleistungen.

Zentrale Versorgungsbereiche

In Anlehnung an die Rechtsprechung (z. B. § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO) sind zentrale Versorgungsbereiche gesetzlich begründeter Gegenstand der Bauleitplanung. Zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen die Innenstadt-, Neben-, Stadtteil- oder Ortsteilzentren und die Nahversorgungszentren.

Zentralität

Verhältnis zwischen Umsatz- und Kaufkraftpotenzial in einem Gebiet. Werte über 100 % weisen bei Städten auf eine Anziehungskraft hin, die diese auf ihr Umland ausübt und dessen Bewohner stärker zum Einkauf in ihrem Einzelhandel bewegt als umgekehrt die eigene Bevölkerung ihre Kaufkraft nach außen trägt.



Stadt Brandenburg an der Havel Wirkungen und Tragfähigkeit von Einzelhandelsnutzungen in der Neuendorfer Straße

Dipl.-Geogr. Timo Grebe

Dipl.-Volksw. Angelina Sobotta

Geschäftsführende Gesellschafter:

Dipl.-Geogr. Ursula Mölders
Stadt- und Regionalplanerin SRL

Dipl.-Ing. Dominik Geyer
Stadtplaner AK NW, Bauassessor
Stadt- und Regionalplaner SRL

Gesellschafter/Seniorpartner:

Dr. Paul G. Jansen

HRB Köln 62236

Neumarkt 49
50667 Köln

Fon 02 21.940 72-0

Fax 02 21.940 72-18

info@stadtplanung-dr-jansen.de

www.stadtplanung-dr-jansen.de



1	AUFGABENSTELLUNG UND BEARBEITUNGSANSATZ	1
2	ÜBERGEORDNETE STANDORT- UND RAHMENBEDINGUNGEN	3
2.1	Makrostandort Brandenburg an der Havel	3
2.1.1	Lage und Verkehrsanbindung	3
2.1.2	Bevölkerungs- und Siedlungsentwicklung	5
2.1.3	Einzelhandelsgefüge	7
2.2	Mikrostandort Neuendorfer Straße	8
2.3	Übergeordnete Branchenentwicklungen	12
2.3.1	Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels	12
2.3.2	Bau- und Gartenfachmärkte	14
2.3.3	Möbel- und Einrichtungshäuser	17
3	EINZUGSGEBIET, NACHFRAGEVOLUMEN, POTENZIELLE MARKTBEDeutUNG	20
3.1	Abgrenzung der Einzugsgebiete	20
3.1.1	Einzugsgebiet eines Lebensmittel-SB-Betriebs	20
3.1.2	Einzugsgebiet für die Betriebstypen Bau- und Gartenmarkt sowie Möbelmarkt	22
3.2	Nachfragevolumen	24
4	WETTBEWERBSSITUATION	27
4.1	Methodische Vorgehensweise	27
4.2	Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet	27
4.2.1	Nahrungs- und Genussmittel	27
4.2.2	Bau- und Gartenbedarf	29
4.2.3	Möbelmarkt	32
5	AUSWIRKUNGS- UND TRAGFÄHIGKEITSANALYSE	34
5.1	Handelswirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen eines Lebensmittel-SB-Betriebs	34
5.1.1	Methodik	34
5.1.2	Umsatzerwartungen der drei Betriebstypen	36
5.1.3	Umsatzumverteilungseffekte und städtebauliche Auswirkungen des Lebensmitteldiscounters	37
5.1.4	Umsatzumverteilungseffekte und städtebauliche Auswirkungen des Supermarktes	40
5.1.5	Umsatzumverteilungseffekte und städtebauliche Auswirkungen des Großen Supermarktes	43
5.1.6	Auswirkungen auf die wohnungsnahе Versorgung in der Stadt Brandenburg an der Havel	46
5.1.7	Zusammenfassung der handelswirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen	49
5.2	Tragfähigkeitsanalyse eines Bau- und Garten- sowie eines Möbelmarktes	49
5.2.1	Methodik	49
5.2.2	Marktbedeutung und Umsatzerwartung des Bau- und Gartenmarkts	50
5.3	Marktbedeutung und Umsatzerwartung des Möbelmarkts	51
6	BEWERTUNG DER ANALYSEERGEBNISSE ANHAND ÜBERGEORDNETER VORGABEN	52
6.1	Lebensmittel-SB-Betrieb	52



6.1.1	Lebensmitteldiscounter	53
6.1.2	Supermarkt	53
6.1.3	Großer Supermarkt	54
6.2	Bau- und Gartenmarkt sowie Möbelmarkt	57
7	ZUSAMMENFASSUNG	57

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Lage der Stadt Brandenburg an der Havel im Raum und zentralörtliche Gliederung	3
Abbildung 2	Bevölkerungsentwicklung differenziert nach Stadtteilen zwischen 1999 und 2012	7
Abbildung 3	Nahversorgungszentrum Neuendorfer Straße	11
Abbildung 4	Entwicklung der Umsatzanteile im Lebensmittel- Einzelhandel in %	14
Abbildung 5	Verkaufsflächenentwicklung der Top 20 der größten deutschen DIY-Märkte in qm (2002-2012)	15
Abbildung 6	Flächenentwicklung der Top 20 der deutschen Garten-Centerbetreiber in qm (2002 – 2012)	16
Abbildung 7	Verkaufsflächenentwicklung der Top 30 der deutschen Möbelhäuser 2001 – 2013 (in qm)	18
Abbildung 8	Umsatzentwicklung des Möbelhandels in Deutschland 2002 – 2012 (in Mrd. EUR)	18
Abbildung 9	Einzugsgebiet des Bau- und Gartenmarktes und des Möbelmarkts	23
Abbildung 10	Wettbewerbssituation Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	30
Abbildung 11	Wettbewerbssituation Möbelbedarf	33
Abbildung 12	Fußläufige Einzugsbereiche der Lebensmittel-SB-Betriebe in der Stadt Brandenburg an der Havel	48

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Einwohner in Brandenburg an der Havel nach Stadtteilen	5
Tabelle 2	Einwohnerentwicklung der Stadt Brandenburg an der Havel 1999 - 2012	6
Tabelle 3	Einzelhandelsausstattung im Nahversorgungszentrum Neuendorfer Straße	10

Tabelle 4	Stärken-Schwächen-Profil des Vorhabenstandorts /Nahversorgungszentrums Neuendorfer Straße	11
Tabelle 5	Leistungskennzahlen der Betriebstypen im filialisierten Lebensmitteleinzelhandel	13
Tabelle 6	Verkaufsflächenentwicklung der größten deutschen Möbelhäuser (1998 - 2012)	17
Tabelle 7	Einzugsbereich des Lebensmittel-SB-Betriebs	21
Tabelle 8	Einwohnerpotenzial innerhalb des Einzugsgebiets des Bau- und Gartenmarktes und des Möbelmarktes	23
Tabelle 9	Projektrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet für die beiden Vorhaben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment	25
Tabelle 10	Lage- und Betriebskategorien der Lebensmittel-SB-Betriebe in der Stadt Brandenburg an der Havel	29
Tabelle 11	Umsatzumverteilungseffekte des Lebensmitteldiscounters	39
Tabelle 12	Umsatzumverteilungseffekte des Supermarktes	41
Tabelle 13	Umsatzumverteilungseffekte des Großen Supermarktes	44
Tabelle 14	Kaufkraftabschöpfung für einen Bau- und Gartenmarkt	50
Tabelle 15	Kaufkraftabschöpfung für einen Möbelmarkt	51
Tabelle 16	Kompatibilität der Betriebstypen eines Lebensmittel-SB-Marktes mit dem Ziel 4.7. des Landesentwicklungsplans Berlin-Brandenburg	56

In dem nachfolgenden Text verwenden wir eine geschlechtsneutrale Sprache. Bei der konkreten Ansprache von Personen werden sowohl die weiblichen als auch die männlichen Personen genannt, z. B. „Bewohnerinnen und Bewohner“. Sollte aus Versehen oder aus Gründen der besseren Lesbarkeit an einigen Stellen nur die männliche Form, z. B. „Akteure“ gewählt sein, meinen wir aber immer auch die weiblichen Personen, nämlich die Akteurinnen. Selbstverständlich sind für uns immer Männer und Frauen gleichzeitig, gleichgestellt und chancengleich angesprochen.

Dieses Gutachten unterliegt dem Urheberrecht. Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung des Gutachtens in Teilen oder als Ganzes sind nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt, soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart ist.

1 Aufgabenstellung und Bearbeitungsansatz

Das Isarkies-Grundstück in der Neuendorfer Straße der Stadt Brandenburg an der Havel steht seit längerer Zeit für die Ansiedlung von (großflächigen) Einzelhandelsbetrieben in der Diskussion.

Planvorhaben

Im Jahr 2009 wurde durch die BBE Handelsberatung GmbH bereits eine Verträglichkeitsanalyse in Bezug auf das Vorhaben und gemeinsam von BBE Handelsberatung GmbH und GMA Gesellschaft für Absatzforschung GmbH im Jahr 2010 eine Stellungnahme zur Einzelhandelsentwicklung am Standort erarbeitet.

Durch unser Büro wurde im Jahr 2013 ebenfalls Stellung zu den Vorhaben und den entsprechenden Analysen bezogen. Außerdem haben wir im Januar 2011 das Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Brandenburg an der Havel vorgelegt, das sich aktuell in der Fortschreibung befindet.

Gegenstand des hier vorliegenden Gutachtens ist es, die möglichen einzelhandelsbezogenen Nutzungen am Standort weiter zu konkretisieren. Im Rahmen einer Auswirkungsanalyse werden für den östlichen Teil des Geländes, der zur Erweiterung des zentralen Versorgungsbereichs Neuendorfer Straße genutzt werden könnte, die Auswirkungen der Ansiedlung eines weiteren Lebensmittel-SB-Betriebs, differenziert nach Betriebstypen, untersucht. Für den westlichen Teil des Areals sind die Nutzungsüberlegungen derzeit noch nicht durch Ansiedlungsinteressen getragen. Es erfolgt daher eine Tragfähigkeitsprüfung für zwei Betriebstypen mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment, welche die weitere Vermarktung der Fläche ggf. unterstützen soll.

Die vorhabenbezogene Auswirkungsanalyse wird für folgende Betriebstypen/Verkaufsflächen erarbeitet und beschäftigt sich mit den handelswirtschaftlichen und städtebaulichen Effekten einer möglichen Ansiedlung am Standort Neuendorfer Straße:

- Lebensmitteldiscounter mit 1.000 qm Verkaufsfläche
- Supermarkt mit 1.500 qm Verkaufsfläche
- Großer Supermarkt mit 3.500 qm Verkaufsfläche

Die Tragfähigkeitsprüfung bezieht sich auf die Betriebstypen Bau- und Gartenmarkt sowie Möbelmarkt und endet mit einem Orientierungswert für die rentable Verkaufsfläche im jeweiligen Kernsortiment.

Vor dem Hintergrund der skizzierten Inhalte sowie auf Basis der Beauftragung von Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH durch die Stadt Brandenburg an der Havel umfasst die vorliegende Ausarbeitung folgende Leistungsbausteine:

Ziel der Machbarkeitsstudie

- Bewertung der Standortqualitäten der Stadt Brandenburg an der Havel und des Planstandortes
- Darstellung und Bewertung der aktuellen projektrelevanten Wettbewerbssituation
- Abgrenzung der neuen Einzelhandelsvorhaben in mittelfristig erschließbaren Einzugsbereichen
- Berechnung des verfügbaren projektrelevanten Kaufkraftpotenzials nach Warengruppen innerhalb des Einzugsgebietes auf Basis aktueller Bevölkerungswerte und Kaufkraftdaten
- Analyse und Bewertung handelswirtschaftlicher und städtebaulicher Effekte für die Lebensmittel-SB-Märkte
- Berechnung der mittelfristigen Umsatzerwartung für die Kernsortimente von Bau- und Gartenmarkt sowie Möbelmarkt
- Überprüfung der Vereinbarkeit der Nutzungsoptionen mit übergeordneten Vorgaben zur Einzelhandelsentwicklung.

Mit dem vorliegenden Gutachten soll eine Entscheidungsgrundlage für die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben am Standort Neuen-dorfer Straße in der Stadt Brandenburg an der Havel bereitgestellt werden.

2 Übergeordnete Standort- und Rahmenbedingungen

2.1 Makrostandort Brandenburg an der Havel

2.1.1 Lage und Verkehrsanbindung

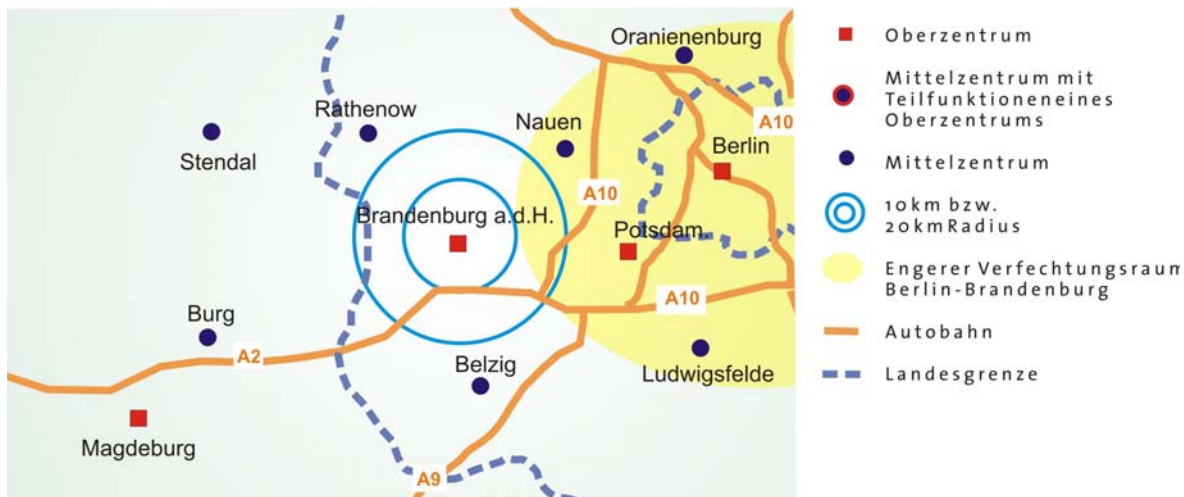
Die kreisfreie Stadt Brandenburg an der Havel befindet sich im Westen des Bundeslands Brandenburg. Gemessen an der Einwohnerzahl, ist sie die flächengrößte und die drittgrößte Stadt des Bundeslandes. Brandenburg an der Havel wird fast komplett vom brandenburgischen Landkreis Potsdam-Mittelmark umschlossen und grenzt nur im äußersten Nordwesten zudem an den Landkreis Havelland. In der landesplanerischen Hierarchie wird Brandenburg an der Havel als eines von vier Oberzentren in Brandenburg eingestuft.

Lage im Raum

Die Stadt befindet sich außerhalb des engeren Verflechtungsraums um die Bundeshauptstadt Berlin – der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg – im sog. äußeren Entwicklungsraum. In seiner Funktion als Oberzentrum übernimmt Brandenburg an der Havel eine Versorgungsaufgabe für einen über das Stadtgebiet hinausreichenden Verflechtungsbereich, welcher Teile der Landkreise Potsdam-Mittelmark und Havelland sowie Grenzregionen Sachsen-Anhalts umfasst. Der Einkaufsstandort Brandenburg an der Havel steht insbesondere in Wettbewerb mit den Oberzentren Potsdam, Berlin und Magdeburg sowie mit den nächstgelegenen Mittelzentren Rathenow (im Norden), Nauen (im Nordosten) und Belzig (im Süden).

oberzentrale Versorgungsfunktion

Abbildung 1 Lage der Stadt Brandenburg an der Havel im Raum und zentralörtliche Gliederung



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013, nach Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg 2009 und Landesentwicklungsplan für das Land Sachsen Anhalt 2010

Neben der Wettbewerbssituation wird die Entwicklung des Einzelhandels in Brandenburg an der Havel u. a. durch die Verkehrsanbindung beeinflusst.

Die nächstgelegenen Verbindung zu einer Autobahn besteht zur Bundesautobahn A 2 in etwa 10 km Entfernung vom Stadtzentrum über die gleichnamige Anschlussstelle Brandenburg. Die A 2 führt in östlicher Richtung auf die Bundesautobahn A 10, den sog. Berliner Ring, und in westlicher Richtung über Magdeburg bis nach Hannover. Von regionaler Verkehrsfunktion sind zudem die Bundesstraße 1 (Ost-West-Verbindung) und 102 (Nord-Süd-Verbindung), an deren Schnittpunkt Brandenburg an der Havel liegt.

regionale PKW-Anbindung

Über den Regionalexpress 1 des Verkehrsverbunds Berlin-Brandenburg besitzt Brandenburg an der Havel einen direkten Anschluss an die Schienenverbindung zwischen Magdeburg, Potsdam und Berlin, Frankfurt an der Oder und Eisenhüttenstadt. Die RB 51 verbindet einmal pro Stunde den Brandenburger Hbf mit Rathenow. Zudem wird der Bahnhof Brandenburg an der Havel einmal täglich vom Intercity 56 der Deutschen Bahn zwischen Magdeburg und Cottbus angefahren.

*regionale Schienen-
verkehrsanbindung*

Der innerstädtische Betrieb des ÖPNV wird durch die Verkehrsbetriebe Brandenburg an der Havel übernommen. Zurzeit werden vier Straßenbahnlinien angeboten:

*öffentlicher Personennahverkehr in
Brandenburg an der Havel*

- Linie 1: Zwischen der Anton-Saefkow-Allee im Nordosten der Stadt durch die Innenstadt zum Hauptbahnhof.
- Linie 2: Von der Quenzbrücke im Westen der Stadt durch die Innenstadt zum Hauptbahnhof.
- Linie 12: Zwischen Anton-Saefkow-Allee und Quenzbrücke (ersetzt Sonn- und Feiertags die Linien 1 und 2)
- Linie 6: Von Hohenstücken-Nord durch die Innenstadt zum Hauptbahnhof.

Zudem werden neun Omnibuslinien betrieben und drei Nachtbusse, die besonders in den von der Straßenbahn nicht befahrenen Stadtgebieten für eine flächendeckende Mobilität der Bevölkerung mittels des ÖPNV in Brandenburg an der Havel sorgen.

Für die Stadt Brandenburg an der Havel übernimmt außerdem die Anbindung an die Wasserstraßen eine wichtige Transportfunktion. Die Stadt liegt unmittelbar am Hauptschiffahrtsweg Unter-Havel-Wasserstraße und ist darüber direkt in das innerdeutsche Kanalsystem angebunden, welches eine Verbindung zu Rhein, Weser, Elbe und Oder ermöglicht. Die Güterverschiffung erfolgt über den öffentlichen Stadthafen der Stadt Brandenburg an der Havel, der auf einem Areal von 36.000 m² über sechs Liegeplätze für Gütermotorschiffe verfügt.

Wasserstraßen

2.1.2 Bevölkerungs- und Siedlungsentwicklung

Für die aktuelle Einzelhandelssituation, aber auch die Entwicklungspotenziale des Einzelhandels in Brandenburg an der Havel, sind auch die Bevölkerungsverteilung und die Bevölkerungsstruktur wichtig.

Zum 31.12.2012 hat die Stadt Brandenburg an der Havel eine Einwohnerzahl von 71.235 Einwohnern, die sich nach der statistischen Stadtteilgliederung auf die acht Stadt- und Ortsteile Dom, Altstadt, Neustadt, Görden, Hohenstücken, Nord, Kirchmöser und Plaue verteilen.

Einwohnerzahl und Stadtgliederung

Tabelle 1 Einwohner in Brandenburg an der Havel nach Stadtteilen

Einwohner nach Stadtteilen

Stadtteil	Einwohner
Dom	3.394
Altstadt	13.198
Neustadt	20.303
Görden	9.905
Hohenstücken	8.211
Nord	9.662
Kirchmöser	3.965
Plaue	2.597
Gesamtstadt	71.235*

Quelle: Daten: Stadt Brandenburg an der Havel, stadtteilbezogen aus dem Jahr 2012; Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013

*Anm: Die Einwohnerzahlen in den Tabellen 1 und 2 (Einwohnerentwicklung und Einwohner nach Stadtteilen) weichen in der Summe leicht von der tatsächlichen Zahl, der zum 31.12.2012 in der Stadt Brandenburg an der Havel lebenden Bevölkerung ab. Zur Berechnung des Nachfragepotenzials wurde eine Einwohnerzahl von 71.149 berücksichtigt.

Die Aufteilung der Bevölkerung auf die Stadtteile zeigt eine deutliche Konzentration auf die zentral gelegenen Stadtteile Neustadt, Altstadt, Görden sowie Nord. Besonders die flächenmäßig großen Stadtteile Plaue und Kirchmöser weisen eine deutlich geringere Bevölkerungsdichte auf.

Seit der gesamtdeutschen Wiedervereinigung im Jahr 1990 gibt es in der Stadt Brandenburg an der Havel einen Bevölkerungsrückgang um ca. 19.000 Einwohner. Damit betrug der Bevölkerungsrückgang in diesem Zeitraum etwa 20 %. In den letzten 12 Jahren ist eine geringere Dynamik des Bevölkerungsrückgangs zu verzeichnen.

*Einwohnerentwicklung
1990 bis 2012*

Differenziert nach Stadtteilen, ist Hohenstücken als „Schrumpfungskern“ zu bezeichnen. Innerhalb der letzten 12 Jahre betrug der Bevölkerungsrückgang in diesem Stadtteil ca. 48 %. Ebenfalls ein starker Rückgang der Bevölkerungszahl ist für die Stadtteile Kirch-

möser (ca. 19 %) und Nord (ca. 14 %) zu konstatieren. Einem Rückgang von rund 7 % in Plaue und Görden steht eine nahezu stagnierende Bevölkerungsentwicklung im südöstlich angrenzenden Stadtteil von Görden, der Altstadt, gegenüber.

**Tabelle 2 Einwohnerentwicklung der Stadt Brandenburg an der Havel
1999 - 2012**

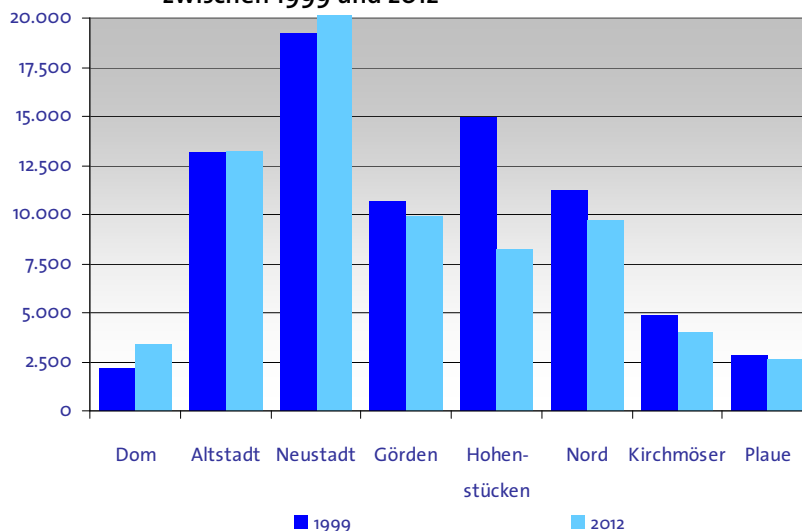
Jahr	Einwohner	
	absolut	1999=100
2000	77.516	100,0 %
2001	76.351	98,5 %
2002	75.276	97,1 %
2003	75.485	97,3 %
2004	74.875	96,5 %
2005	74.129	95,6 %
2006	73.475	94,7 %
2007	72.954	94,1 %
2008	72.516	93,5 %
2009	72.264	93,2 %
2010	71.778	92,6 %
2011	71.534	92,3 %
2012	71.235	91,9 %

Quelle: Daten: Stadt Brandenburg an der Havel, stadtteilbezogen aus dem Jahr 2012; Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013

Der bevölkerungsreichste Stadtteil Neustadt hingegen verzeichnete im Betrachtungszeitraum ein Bevölkerungswachstum von ca. 6 %. Die ansteigende Bevölkerungszahl für den Stadtteil Dom von ca. 60 % resultiert überwiegend aus der Eingliederung der ehemals selbstständigen Gemeinden Wust und Gollwitz.

*Einwohnerentwicklung
in den Stadtteilen*

Abbildung 2 Bevölkerungsentwicklung differenziert nach Stadtteilen zwischen 1999 und 2012



Quelle: Daten: Stadt Brandenburg an der Havel und Statistik Berlin-Brandenburg, Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013

Um Aussagen zu der zukünftigen Bevölkerungsentwicklung der Stadt Brandenburg an der Havel treffen zu können, kann auf die im Oktober 2012 aktualisierte Bevölkerungs- und Wohnungsmarktprognose der Stadt Brandenburg an der Havel zurückgegriffen werden. Hier werden ein Leitbild- („best case“) und ein Stagnationsszenario („worst case“) unterschieden. Die Annahmen zur natürlichen Bevölkerungsentwicklung wurden für beide städtischen Prognose-szenarien übernommen. Die „Stellschraube“ der beiden Szenarien bleibt somit die prognostizierte Migration. Insgesamt wird im Leitbildszenario für das Jahr 2030 eine Bevölkerungszahl von 62.000 Einwohnern und im Stagnationsszenario von 58.500 Einwohnern angenommen.

Bevölkerungsprognose

2.1.3 Einzelhandelsgefüge

Das Einzelhandelsgefüge der Stadt Brandenburg an der Havel wird im städtischen Einzelhandels- und Zentrenkonzept bewertet, das derzeit aktualisiert und fortgeschrieben wird.

In der Stadt Brandenburg an der Havel konnten bei der Einzelhandelserfassung für die Konzeptfortschreibung im August 2013 in 550 Einzelhandelsbetrieben eine Verkaufsfläche von rund 164.700 qm aufgenommen werden¹. Seit dem Jahr 2011 sind somit eine sich in den Trend der gesamtdeutschen Einzelhandelsentwicklung einfü-

Einzelhandelsbestand

¹ Die Bestandsdaten sind unter Vorbehalt zu bewerten und werden erst im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts der Stadt Brandenburg an der Havel (voraussichtlich Anfang 2014) diskutiert.

gende, sinkende Anzahl der Einzelhandelsbetriebe (2011: 601) und eine steigende Verkaufsfläche ablesbar (162.985 qm).

Die Stadt Brandenburg an der Havel besitzt ein Netz von Einzelhandelslagen, die zwei Hierarchiestufen zuzuordnen sind. Neben dem Hauptzentrum Innenstadt sind sechs Nahversorgungszentren und zwei potenzielle (zu entwickelnde) Nahversorgungszentren vorgeschlagen worden. Der Vorhabenstandort befindet sich innerhalb des bestehenden Nahversorgungszentrums Neuendorfer Straße.

Zentrenstruktur

Bei der derzeitigen Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts zeichnet sich bereits eine Veränderung des Zentrenkonzeptes ab. Um insbesondere im Rahmen der Auswirkungsanalyse des Lebensmittel-SB-Betriebs Auswirkungen in allen ggf. abzugrenzenden zentralen Versorgungsbereichen zu berücksichtigen, werden sowohl die bestehenden als auch die in der Diskussion stehenden zentralen Versorgungsbereiche in die Betrachtung einbezogen:

- Altstadt
- Am Neuendorfer Sand
- Einkaufszentrum Görden
- Genthiner Straße
- Innenstadt
- Krakauer Landstraße
- Neuendorfer Straße
- Tschirchdamm
- Werner-Seelenbinder-Straße
- Wiener Straße/Berner Straße/Gördenallee
- Wilhelmsdorfer Straße
- Willibald-Alexis-Straße
- Wusterwitzer Straße
- Ziesarer Straße

2.2 Mikrostandort Neuendorfer Straße

Die Neuendorfer Straße erstreckt sich zwischen Nikolaiplatz und Otto-Sidow-Straße über mehr als einen Kilometer. Über diese Entfernung ist im Rahmen der ersten Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts im Jahr 2011 nur in Teilabschnitten eine für zentrale Versorgungsbereiche angemessene Einzelhandels- und Dienstleistungsdichte erkannt worden. Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs beschränkte sich somit auf den Ausschnitt der Neuendorfer Straße, in dem der Angebotsschwerpunkt ausgemacht werden konnte. Im Zentrum des Versorgungsbereichs befand sich zum Zeitpunkt der Erhebungen für das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Brandenburg an der Havel ein REWE-Vollsortimenter in einer Hinterhoflage. Dieser Markt hat seinen Standort mittlerweile um etwa 250 m in Richtung Stadtzentrum verlagert und auf eine Verkaufsfläche von ca. 1.400 qm vergrößert.

Er wird nun sowohl optisch als auch funktional (Verkaufsfläche, Parkierung, Zuwegung u. a.) den derzeitigen Marktansprüchen im Lebensmitteleinzelhandel gerecht und fungiert als leistungsfähiger Magnetbetrieb innerhalb des Nahversorgungszentrums.

Im Rahmen der Einzelhandelserfassungen für die zweite Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes, die den politischen Gremien Anfang des Jahres 2014 vorgeschlagen werden soll, wurde eine ansteigende Betriebs- und Verkaufsflächenzahl im Nahversorgungszentrum Neuendorfer Straße festgestellt. Insgesamt befinden sich sieben Einzelhandelsbetriebe (2011: 4) mit ca. 3.010 qm (2011: ca. 1.415 qm) Verkaufsfläche innerhalb der abgegrenzten Einzelhandelslage. Diese werden durch neun (2011: 7) Komplementärnutzungen ergänzt.

Hinzukommen wird ein Drogeriemarkt mit einer Verkaufsfläche von rund 625 qm neben dem Verlagerungsstandort der Fa. REWE.

Des Weiteren ist auf die Ansiedlungsplanungen einer Apotheke (ca. 95 qm Verkaufsfläche), eines Textilfachmarkts (ca. 460 qm) und eines Schuhfachmarkts (ca. 370 qm) zu verweisen, die sich noch im Genehmigungsverfahren befinden. Es ist somit eine deutliche Aufwertung der Versorgungsbedeutung des Nahversorgungszentrums Neuendorfer Straße festzustellen und auch weiterhin zu erwarten.

Durch die bereits erfolgten sowie die geplanten Einzelhandelsansiedlungen findet keine räumliche Neuorientierung des Versorgungsschwerpunktes statt. In Verbindung mit der folgend noch zu konkretisierenden, weiterhin bestehenden Entwicklungsfläche für Einzelhandelsnutzungen auf dem Gelände der ehem. Stärkefabrik, kann die räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs somit als unverändert angenommen werden.

Beibehaltung der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Neuendorfer Straße

Im Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Brandenburg² wurde die Empfehlung ausgesprochen, den vorhandenen Lebensmittelvollsortimenter funktional durch die Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters auf der Entwicklungsfläche zu ergänzen. Der Standort innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs wurde als geeignet dargestellt, weil so die Entwicklung einer zusammenhängenden Laufage zwischen zwei Lebensmittelmagnetbetrieben initiiert würde³.

Empfehlung im Einzelhandelskonzept

² Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept wurde den politischen Gremien vorgelegt jedoch nicht durch die Stadtverordnetenversammlung beschlossen.

³ Für die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs wurde gutachterlich empfohlen, nur den östlichen Teil des Isarkies-Geländes in den zentralen Versorgungsbereich einzubeziehen und mögliche spätere Ansiedlungen von nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten in diesem Bereich vorzusehen. Die Stadt Brandenburg an der Havel sieht jedoch vor, eine Abgrenzung wie in Abbildung 3 dargestellt für den Beschluss durch die politischen Gremien vorzuschlagen.

**Tabelle 3 Einzelhandelsausstattung im Nahversorgungszentrum
Neuendorfer Straße**

	Anzahl Betriebe			Verkaufsfläche in qm		
	2011	2013	Entw. in %	2011	2013	Entw. in %
im Bestand	4	7	+ 75,0	1.415	3.010	+ 112,7
bereits genehmigt	-	1	-	-	625	-
im Genehmigungs- verfahren	-	3	-	-	925	-
Summe	4	11	+ 175,0	1.415	4.560	+ 222,6

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013

Der Vorhabenstandort, die Fläche der ehemaligen Stärkefabrik befindet sich zwischen der Wilhelm-Weiting-Straße und der Otto-Sidow-Straße. Der potenzielle Standort für den Lebensmittel-SB-Betrieb befindet sich auf der östlichen Seite der Entwicklungsfläche, westlich davon befindet sich der Standort, der sich für die Ansiedlung eines großflächigen Fachmarkts mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment anbietet.

*Planstandort teilweise im
zentralen Versorgungsbereich*

Der Standort ist über die vierspurige Otto-Sidow-Straße an das innerstädtische und überörtliche Verkehrsnetz angebunden. Die Otto-Sidow-Straße weist als Teilabschnitt der Bundesstraße eine hohe Bedeutung sowie ein hohes Verkehrsaufkommen auf.

Verkehrsanbindung

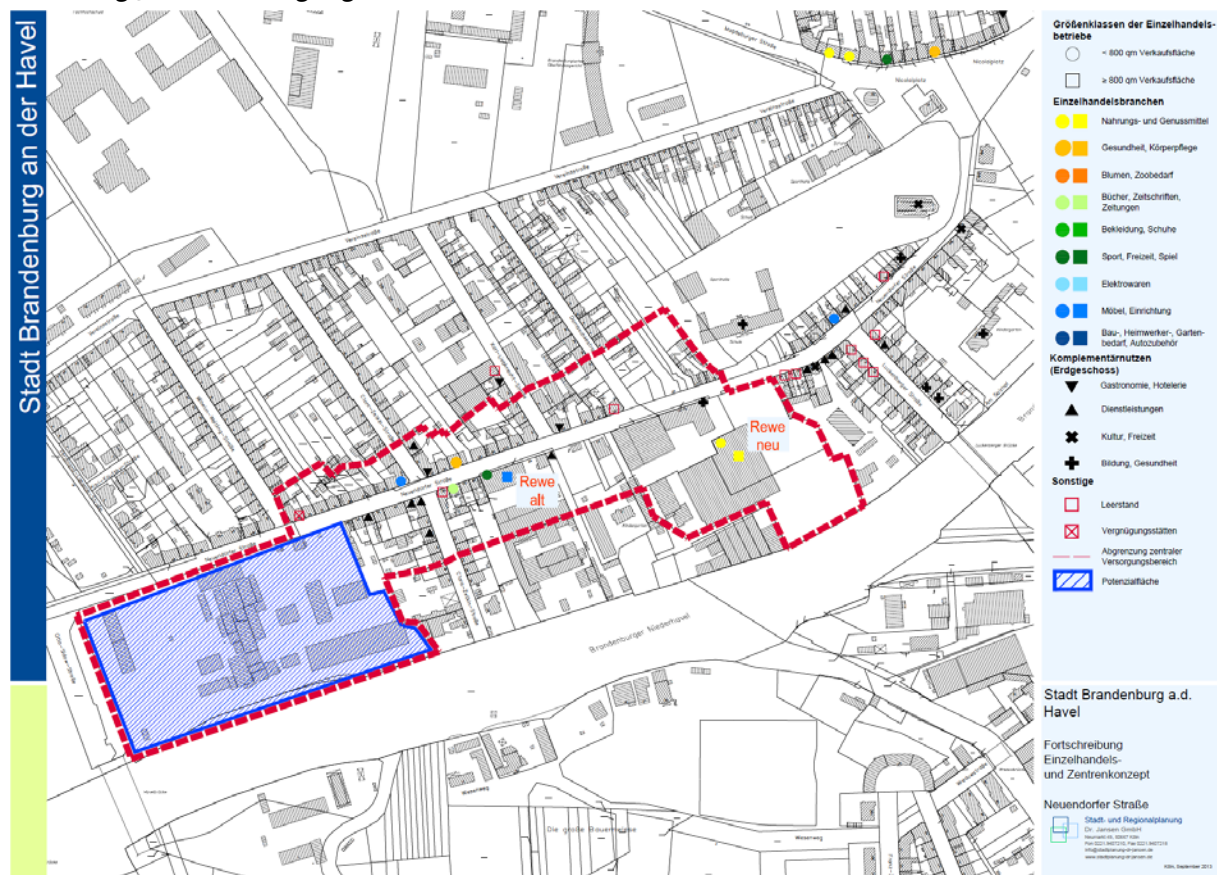
Die Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr erfolgt über die Bushaltestelle Ferdinand-Lasalle-Straße, die von den Buslinien F (Neuendorf – Segelflugplatz/Klein Kreutz) und H (Schmerzke – Hauptbahnhof – Fontanestraße) bedient wird.

ÖPNV

Derzeit besteht kein Bebauungsplan für das Vorhabengrundstück. Für die Schaffung der planungsrechtlichen Voraussetzungen zur Realisierung der hier thematisierten Einzelhandelsansiedlungen wäre die Ausweisung eines Sondergebiets „Großflächiger Einzelhandel“ gem. §11 (§) BauNVO geboten. Derzeit weist der Flächennutzungsplan dieses Areal als Gemischte Baufläche aus.

Planungsrecht

Abbildung 3 Nahversorgungszentrum Neuendorfer Straße



Quelle: Kartengrundlage: Stadt Brandenburg an der Havel, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2013, Erhebungsstand August 2013

In der Gesamtbetrachtung der Angebots- und Standortqualitäten des Nahversorgungszentrums Neuendorfer Straße bzw. des Vorhabenstandorts ergeben sich folgende prägenden Stärken und Schwächen:

Stärken-Schwächen-Profil

Tabelle 4 Stärken-Schwächen-Profil des Vorhabenstandorts /Nahversorgungszentrums Neuendorfer Straße

Stärken	Schwächen
+ frequenzerzeugender und marktgerechter Lebensmittel-SB-Betrieb, fungiert als Magnetbetrieb + gewachsenes Versorgungszentrum + positive Entwicklung seit 2011 + sehr gute verkehrliche Anbinde + Erreichbarkeit mit dem ÖPNV gegeben	- keine gleichmäßige Dichte der Versorgungseinrichtungen über gesamten Verlauf des Versorgungszentrums - branchenbezogen ausgeprägter Wettbewerbsdruck

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

2.3 Übergeordnete Branchenentwicklungen

2.3.1 Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels

Der Handelsverband Deutschland unterscheidet im Lebensmitteleinzelhandel verschiedene Betriebstypen. Zur Einordnung der drei zu untersuchenden Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel sowie zur Abgrenzung konkurrierender Konzepte werden ausgewählte Betriebsformen im Folgenden definiert. Hierbei wird sowohl nach der Größe der Verkaufsfläche als auch nach dem Sortimentskonzept unterschieden.

Lebensmittelvollsortimenter mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 qm werden vom Handelsverband Deutschland e.V. (HDE) als Supermarkt definiert. Im Jahr 2012 konnten für die rund 10.505 Supermärkte in Deutschland auf einer gemittelten Verkaufsfläche von ca. 1.390 qm durchschnittlich ca. 10.530 Artikel pro Betrieb erfasst werden. Das Lebensmittel-Sortiment wird in der Regel auf rund 80 % der Verkaufsfläche angeboten, die übrigen 20 % können der Nonfood-Branche zugeordnet werden.⁴

Supermarkt

Die Betriebstypendynamik berücksichtigend, unterscheidet der HDE seit dem Jahr 2007 die Klasse der Großen Supermärkte von den zuvor genannten Märkten bis 2.500 qm Verkaufsfläche. Große Supermärkte werden über eine Verkaufsfläche von 2.500 qm bis 5.000 qm definiert und so von SB-Warenhäusern abgegrenzt. Im Jahr 2012 sind in dieser Kategorie insgesamt 1010 Betriebe mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von 3.190 qm erfasst worden. Dabei wurden im Jahr 2011 pro Betrieb durchschnittlich 29.725 Artikel geführt. Auch in Großen Supermärkten wird prioritär ein Lebensmittelvollsortiment angeboten (ca. 62 %). Im Unterschied zu den kleineren Supermärkten ist das Nonfood-Angebot durch ein breiteres Sortiment geprägt mit einem größeren Anteil sogenannter Nonfood II-Produkte.⁵

Große Supermärkte

Lebensmittelvollsortimenter mit einer Verkaufsfläche von mehr als 5.000 qm werden der Kategorie SB-Warenhaus zugeordnet. Diese Warenhäuser führen ein umfangreiches Nonfood II-Angebot mit durchschnittlich ca. 50.980 Artikeln pro Betrieb, sodass etwa 70 % aller Artikel dem Nonfood-Bereich zuzuordnen sind.⁶ Im Jahr 2012 wurden 16.393 SB-Warenhäuser mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von 7.230 qm aufgenommen.

SB-Warenhäuser

⁴ Die Anzahl der Artikel bezieht sich auf eine Datengrundlage aus dem Jahr 2009.

⁵ Nach Definition des HDE gehören Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung zum Bereich Nonfood I. Dagegen werden die Ge- und Verbrauchsgüter aller Bedarfssparten wie zum Beispiel Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher, Presseartikel etc. zum Bereich Nonfood II gezählt.

⁶ Die Anzahl der Artikel bezieht sich auf eine Datengrundlage aus dem Jahr 2008.

Tabelle 5 Leistungskennzahlen der Betriebstypen im filialisierten Lebensmitteleinzelhandel

	Betriebsgröße Ø (in qm)	Artikelzahl/Betrieb Ø			Nettoumsatz/Betrieb Ø (in Mio. EUR)	Flächenproduktivität/Betrieb Ø (in EUR/qm)	Kundenfrequenz/Betrieb pro Tag Ø
		Ingesamt	Food	Nonfood			
Supermarkt	1.390	10.528**	7.925**	2.603**	3,7	5.030	1.345
Großer Supermarkt	3.190	29.725***	18.525***	11.200***	13,0	4.790	2.269
SB-Warenhaus	7.230	50.979*	15.448*	35.531*	21,3	4.550	3.128
Discounter	738	2.093	1.584	509	3,7	4.020	918*

Anm: * Zahl für das Jahr 2008, ** Zahl für das Jahr 2009, *** Zahl für das Jahr 2011

Quelle: EHI Handelsdaten aktuell 2013, Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen 2013

Von den genannten Betriebstypen abzugrenzen ist der Betriebstyp des Lebensmitteldiscounters. Dieser ist geprägt durch ein verhältnismäßig flaches und schmales Warensortiment. Der HDE berechnete eine durchschnittliche Artikelanzahl pro Betrieb von ca. 2.100 mit einem Food-/Nonfood-Verhältnis von ca. 76 % zu 24 %. Die Verkaufsfläche liegt laut Definition unter 1.000 qm, in der Realität zumindest bei den neuen Standorten jedoch darüber. Die gemittelte Verkaufsfläche bei den 16.393 Discountern, die 2012 erfasst wurden, beträgt 738°qm.

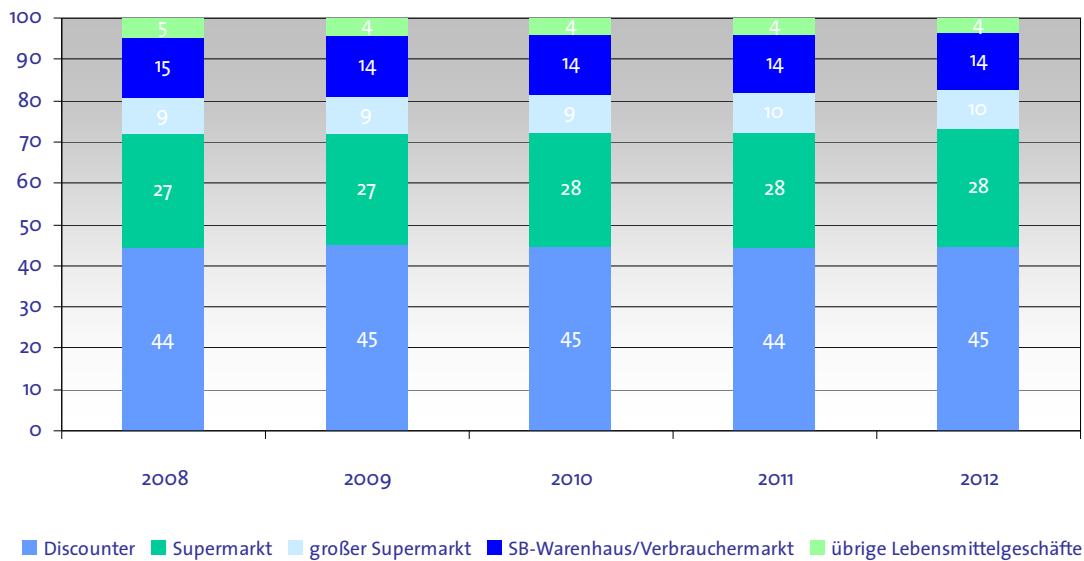
Lebensmittel-Discounter

Anhand der Daten wird deutlich, dass sich für die Gewährleistung einer flächendeckenden Nahversorgung insbesondere Supermärkte anbieten. Das Sortimentskonzept ermöglicht eine im Vergleich mit dem Lebensmitteldiscounter weitergehende Versorgungsfunktion. Dies gilt für innerstädtische Standorte wie für weniger verdichtete ländliche Lagen, deren Rentabilität jedoch vielfach niedriger ist. Dort ist daher auch stärker ein Wiederaufleben der klassischen Nachbarschaftsläden zu erkennen.

*Marktsituation des
Lebensmitteleinzelhandels*

Im deutschen Lebensmitteleinzelhandel nehmen die Lebensmittel-discounter nach wie vor eine dominierende Marktposition ein. Wie folgender Abbildung zu entnehmen ist, erzielten sie im Jahr 2012 ca. 45 % des Gesamtumsatzes im Lebensmitteleinzelhandel. Durch die Supermärkte wird ein Anteil von 28 %, durch die Großen Supermärkte ein Anteil von 10 % gehalten.

Abbildung 4 Entwicklung der Umsatzanteile im Lebensmittel-Einzelhandel in %



Quelle: EHI Retail Institute, Handelsdaten 2013, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013

Die Entwicklungen belegen jedoch, dass die Marktanteile von Supermärkten und Großen Supermärkten seit 2009 wieder leicht zunehmen.

2.3.2 Bau- und Gartenfachmärkte

Während die Bau-, Heimwerker- und Gartenmarktbranche viele Jahre durch Wachstumstendenzen geprägt war, ist sie gegenwärtig eher durch Marktberaumigungsprozesse gekennzeichnet. Das Streben nach Marktanteilen hat bereits zum Ausscheiden einer großen Anzahl von – v. a. kleineren – Anbietern aus dem Markt geführt. Parallel sind ein stetiges Verkaufsflächenwachstum sowie eine Zunahme der durchschnittlichen Betriebsgröße zu beobachten.

Die Verkaufsfläche der 20 größten deutschen Baumarktbetreiber ist seit 2002 von ca. 14,2 Mio. qm um rund 5,2 Mio. qm auf ca. 19,4 Mio. qm im Jahr 2012 angestiegen. Das entspricht einem Wachstum von rund 37 %. Demgegenüber stieg die Zahl der Betriebsstandorte im gleichen Zeitraum nur unterproportional (ca. 27 %). Der dadurch ablesbare Anstieg der durchschnittlichen Verkaufsfläche pro Betrieb von ca. 3.475 qm auf ca. 4.680 qm (Steigerung von etwa 35 %) dokumentiert die zunehmende Konzentration der Wettbewerbsstruktur. Für diese durch den Verkaufsflächenanstieg ablesbaren Prozesse sind unterschiedliche Entwicklungen ursächlich:

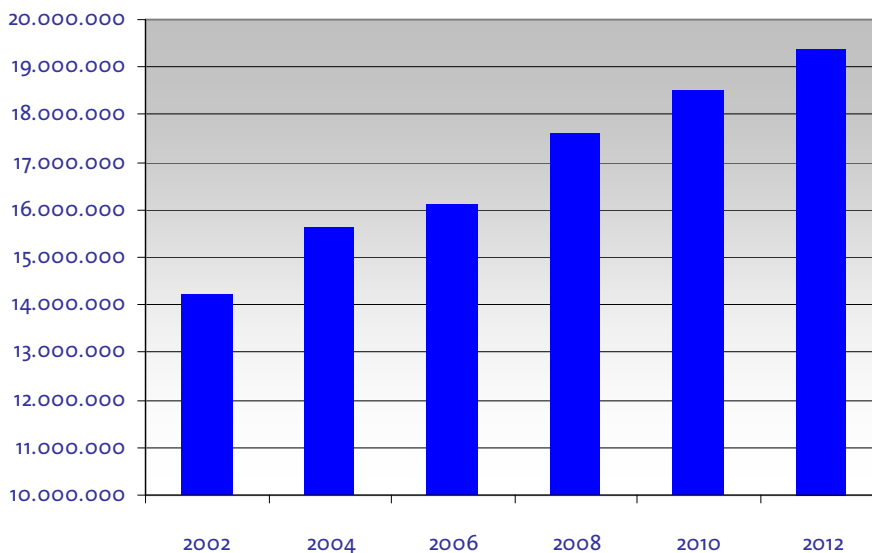
*Verkaufsflächenwachstum
im Baumarktsektor*

- Die Aufgabe kleiner und wenig rentabler Märkte
- Die Realisierung neuer Betriebsstätten mit modernen Flächen- und Sortimentskonzepten
- Die Übernahme rentabler Wettbewerbsstandorte oder solcher mit Entwicklungspotenzialen

Die durchschnittliche Flächenproduktivität der Top 20 Baumärkte wird durch die Dähne Verlags GmbH für das Jahr 2012 mit ca. 1.542 EUR/qm angegeben. Das beschreibt einen leichten Anstieg gegenüber dem Vorjahr von ca. 3 EUR/qm⁷. Seit 2002 (vgl. 1.535 EUR/qm) sind bezüglich des Flächenumsatzes eher stagnierende Tendenzen zu beobachten.

Flächenproduktivität

Abbildung 5 Verkaufsflächenentwicklung der Top 20 der größten deutschen DIY-Märkte in qm (2002-2012)



Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2011 auf Basis Dähne Statistik DIY 2012, Dähne Verlag GmbH (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

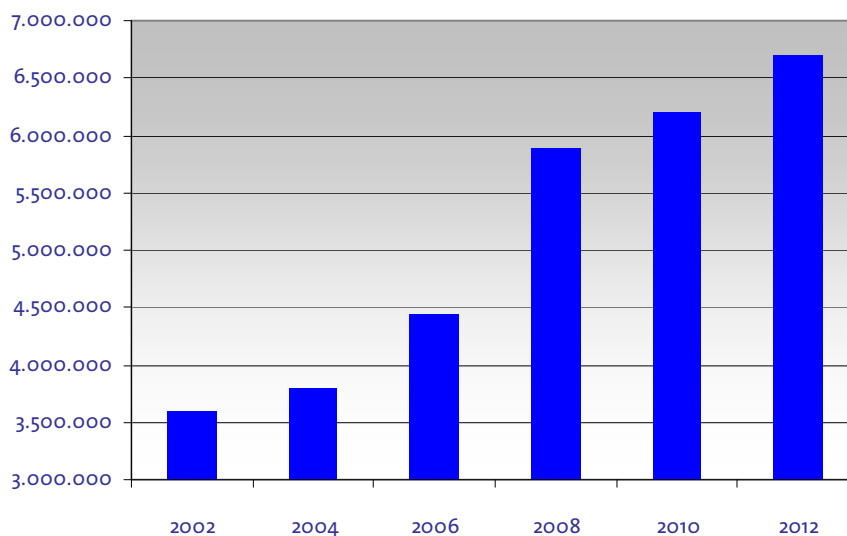
Eng verknüpft mit dem Baumarktsektor und in ihrer Entwicklungsdynamik ähnlich präsentiert sich die Gartencenterbranche. Viele Baumärkte beherbergen im Rahmen der Aufnahme weiterer renditestarker und gut frequentierter Sortimente mittlerweile eigene Gartencenter und/oder Zoologieabteilungen. So lassen sich unter den TOP 10 der umsatzstärksten Gartencenterbetreiber sechs Betriebe wiederfinden, die auch in der TOP 10 der umsatzstärksten Baumarktbetreiber geführt werden (Dähne Statistik Garten 2012 & Dähne Statistik DIY 2012).

*Verkaufsflächenwachstum
im Gartenmarktsektor*

⁷ Vgl. Dähne Statistik DIY 2011, Seite 5

Seit 2002 ist die Verkaufsfläche der Top 20 der deutschen Gartencenterbetreiber von ca. 3,6 Mio. qm auf rund 6,7 Mio. qm angestiegen (ca. 75 %). Die Zahl der Top 20 Betriebe erhöhte sich von ca. 1.630 auf etwa 3.563 (ca. 119 %). Zu berücksichtigen ist, dass in der Statistik seit 2008 die Unternehmen Egesa-Zookauf, Ekaflor und Sagaflor berücksichtigt werden, sodass der in der folgenden Abbildung erkennliche Anstieg der Verkaufsflächen zwischen 2006 und 2008 relativiert werden muss.

Abbildung 6 Flächenentwicklung der Top 20 der deutschen Garten-Centerbetreiber in qm (2002 – 2012)



Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2011 auf Basis der Dähne Statistik DIY 2012 Dähne Verlag GmbH (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Kunden des Bau- und Gartenbedarfs fragen zunehmend ein breiter und tiefer aufgestelltes Sortiment nach. Hierauf ist unter anderem auch der weiterhin anhaltende Zuwachs an Verkaufsfläche zurückzuführen. Es zeichnet sich jedoch auch eine verstärkte Kundenorientierung hin zum Onlinehandel ab, auf die bereits einige stationäre Baumarktbetreiber reagieren. Gleichzeitig wächst der Bedarf an Fachberatung in den Baumärkten, der vor allem durch das umfassendere Angebot in Zukunft an Bedeutung gewinnen wird. Nur wenn es den Baumärkten perspektivisch gelingt, die wichtige Zielgruppe der Kunden mit Kapital, aber ohne ausgeprägtes Heimwerker-Know-how, zu binden, werden sich Umsatzzuwächse bei den stationären Baumarktbetreibern erzielen lassen.

*Kundenverhalten und
Nachfrage Trends*

Speziell Bau- und Gartenfachmärkte sind aufgrund ihres überwiegend nicht zentrenrelevanten Angebotes in Randlagen angesiedelt. Mitunter werden sie als ursächlich für die Entwicklung des großflächigen Einzelhandels an den Siedlungskörperrändern angesehen. Eine Verlagerung von noch in Innenstadtlagen bestehenden Bau-

Standorte

märkten ist aufgrund des auch für die Zukunft zu erwartenden Verkaufsflächenwachstums bereits abzusehen. Dabei werden bevorzugt Standorte in der Nähe zu Fachmarkttagglomerationen mit gleichen Zielgruppen gewählt, um zum einen direkt mit Marktwettbewerbern konkurrieren zu können und zum anderen, um sogenannte Kopplungskäufe initiieren zu können.

2.3.3 Möbel- und Einrichtungshäuser

Auch der Möbele Einzelhandel, der im Bundesgebiet noch durch viele mittelständische Anbieter geprägt wird, ist durch zunehmende Marktberäumigungsprozesse gekennzeichnet.

Dabei erzielten die großflächigen Möbelanbieter von 2001 bis 2011 noch einen nahezu konstanten Verkaufsflächenzuwachs von insgesamt ca. 5,8 % pro Jahr. Im vergangenen Jahr jedoch hat sich das Tempo des Flächenwachstums verlangsamt, sodass die Gesamtverkaufsfläche nur um rund 1,2 % gegenüber dem Vorjahr angestiegen ist. Gleichzeitig mit dem Flächenwachstum steigt auch die Anzahl der Anbieter mit besonders großen (>30.000 bis >50.000 qm) Verkaufsflächen. So verfügten im Jahr 2012 insgesamt 49 Möbelhäuser über mehr als 40.000 qm Verkaufsfläche. Im Jahr 2011 waren es 47, 2010 45 und zehn Jahre zuvor, im Jahr 2002, nur 24 Anbieter.⁸

Flächenzuwachs

Tabelle 6 Verkaufsflächenentwicklung der größten deutschen Möbelhäuser (1998 - 2012)

Flächenbezogen größte Möbelanbieter	1998	2002	2011	2012
	durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb in qm			
Top 10	48.600	-	56.600	-
Top 20	42.250	-	51.740	52.000
Top 30	39.100	-	48.560	-
Top 50	-	40.800	-	45.200
Top 100	-	34.700	-	39.600

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013, Datengrundlage: Basis Möbel Zahlen Daten und Möbelkultur Paläste 2013, Ferdinand Holzmann-Verlag (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Parallel dazu schritt die Konzentration im Möbelhandel kontinuierlich voran. Die Anzahl der Anbieter nahm weiter ab. Derzeit ist ein Ende der Marktberäumigung im Möbele Einzelhandel in Deutschland nicht erkennbar. Im Zuge der Konzentrationsprozesse werden v. a. Anbieter mit einem zu geringen Flächenangebot vom Markt verdrängt.

Marktberäumigungsprozesse im Möbele Einzelhandel

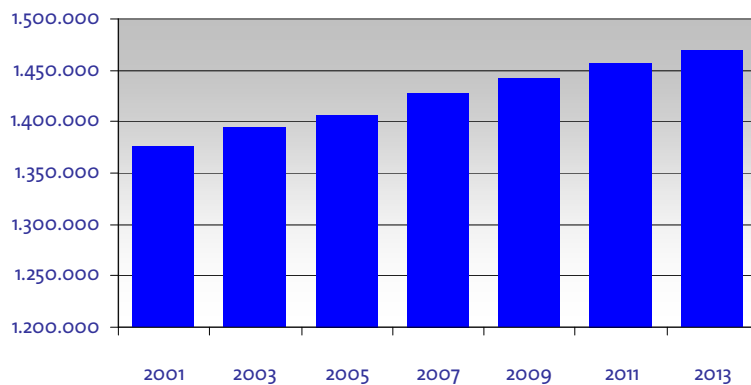
Einen wesentlichen Anteil an den oben beschriebenen dynamischen Entwicklungen im Möbelsektor übernimmt das veränderte Kunden-

Kundenverhalten

⁸ Vgl. Möbelkultur Paläste 2013, Ferdinand Holzmann Verlag GmbH

verhalten. Die Ansprüche an großflächige Möbelhäuser richten sich auf ein breites wie tiefes Möbelkernsortiment sowie ergänzende Randsortimente und Spezialangebote; sie fordern eine ansprechende, zeitgemäße Produktpräsentation mit Bezug zum Erlebniseinkauf, ergänzende gastronomische Einrichtungen und Serviceleistungen (z. B. Kinderbetreuung).

Abbildung 7 Verkaufsflächenentwicklung der Top 30 der deutschen Möbelhäuser 2001 – 2013 (in qm)

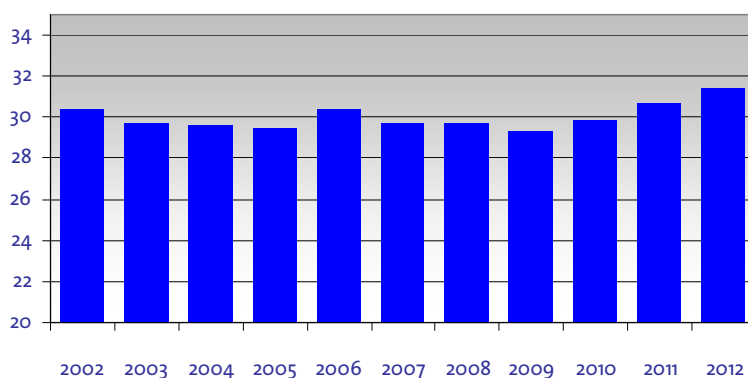


Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013; Datengrundlage: Möbelkultur Paläste 2011 und 2013, Ferdinand Holzmann Verlag GmbH

Trotz der Verkaufsflächenexpansion und der Arrondierung des Angebotes verändern sich die Umsatzzahlen seit dem Jahr 2002 unterschiedlich und lassen – wenn überhaupt – nur unterproportionale Steigerungsraten erkennen. Im Jahr 2012 lag der Gesamtumsatz bei ca. 31,4 Mrd. EUR.

Umsatzentwicklung

Abbildung 8 Umsatzentwicklung des Möbelhandels in Deutschland 2002 – 2012 (in Mrd. EUR)



Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013; Datengrundlage: Der Mittelstandverbund – ZGV e.V.; EHI Retail Institute

Auch für die kommenden Jahre ist nicht mit starken Umsatzzuwächsen zu rechnen, da sich die Einzelhandelsausgaben nur geringfügig erhöhen und eine Umschichtung der Ausgaben hin zu Wohn- und Einrichtungsbedarf bereits in der Vergangenheit erfolgt ist.

Die Aussagen zu den Flächenleistungen der Möbelhäuser variieren. Grundsätzlich zu unterscheiden sind dabei die Flächenproduktivitäten der in einem Möbelhaus angebotenen Sortimente. In der Gesamtbetrachtung erwirtschaftet ein Möbelhaus mit mehr als 20.000 qm Verkaufsfläche rund 1.200 EUR/qm Verkaufsfläche⁹. Die branchenführenden „Möbelpaläste“ mit einer hohen Leistungsfähigkeit können jedoch nach Ansicht von Experten sowie eigenen Einschätzungen auch 1.700 bis 1.800 EUR/qm übertreffen.

Klassische Betriebsformen des Möbeleinzelhandels finden sich aufgrund der Betriebsgrößen in der Regel nicht in den Innenstädten. Die Anbieter bevorzugen stattdessen verkehrsgünstig gelegene Solitärstandorte oder die Einbindung ihrer Standorte in Fachmarktzentren. Mittlerweile verstärkt sich in der Möbelbranche der Trend zu Agglomerationen verwandter Einrichtungen und Angebote, da der zunehmende Wettbewerbsdruck auch in der Möbelbranche eine schärfere Profilierung von Standorten erfordert. Vor allem Standorte mit etablierten Magnetbetrieben weisen dabei mittelfristig die besten Zukunftsaussichten auf.

Standorte im Möbelsektor

⁹ BBE Handelsberatung: Struktur und Marktdaten im Einzelhandel 2010, München 2011

3 Einzugsgebiet, Nachfragevolumen, potenzielle Marktbedeutung

3.1 Abgrenzung der Einzugsgebiete

Die Abgrenzung des Einzugsgebiets kennzeichnet grundsätzlich den Raum, in dem Kunden einen Einzelhandelsstandort voraussichtlich regelmäßig aufsuchen werden. Bei der Abgrenzung der Einzugsgebiete für die zu prüfenden Betriebstypen wurden insbesondere folgende Aspekte berücksichtigt:

Abgrenzungskriterien

- Zeit-Distanz-Werte (Zeit bzw. Entfernung, die durch die Kundschaft für die Anfahrt aufgewendet werden muss)
- Attraktivität und Leistungsfähigkeit der Projektplanung
- Verkehrsinfrastrukturelle Situation, Erreichbarkeit und Barrierewirkungen
- Spezifische topografische, siedlungsstrukturelle und stadträumliche Gegebenheiten
- Derzeitige und zukünftige lokale und ggf. auch regionale Wettbewerbssituation
- Häufigkeit der Bedarfsdeckung in bzw. Nutzungsdauer bei den vorgesehenen Sortimenten
- Traditionelle Einkaufsorientierungen
- Zentralörtliche Funktion der Standortgemeinde

Aufgrund der unterschiedlichen Angebotsstruktur der zu prüfenden Betriebstypen unterscheidet sich das Einzugsgebiet eines Lebensmittel-SB-Betriebs von dem Einzugsgebiet, der durch einen Betriebstyp mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment (aperiodischer Bedarf) erschlossen werden kann.

3.1.1 Einzugsgebiet eines Lebensmittel-SB-Betriebs

Unter Berücksichtigung der oben genannten Parameter lässt sich das Einzugsgebiet eines Lebensmittel-SB-Betriebs auf dem Isarkies-Gelände unter folgenden Kriterien abgrenzen:

- Die innerstädtische verkehrliche Erreichbarkeit des Standorts ist über die Bundesstraßen 1 und 102 (Zander-/Otto-Sidow-Straße) überdurchschnittlich gut.
- Lebensmittel sind durch eine tägliche Bedarfsdeckung gekennzeichnet, die häufige Einkäufe erfordern. Folglich sind die für eine Versorgung in Kauf genommenen Entfernungen und Fahrtzeiten gering, vielfach wird auch eine fußläufige Erreichbarkeit eingefordert. Das Einzugsgebiet kann damit grundsätzlich auf Teile des Stadtgebietes Brandenburg an der Havel begrenzt werden.
- Die wesentlichen Wettbewerber befinden sich in den nahe gelegenen Stadtteilen 1 bis 6 der Stadt Brandenburg an der Havel. Jedoch sind auch Wettbewerbsbezüge in die Stadtteile Kirchmöser

Rahmenbedingungen für das Einzugsgebiet des Planvorhabens

und Plaue (Stadtteile 7 und 8) für bestimmte Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels nicht auszuschließen.

- Je nach projektiertem Betriebstyp werden – der Logik des „Systemwettbewerbes“¹⁰ folgend – unterschiedliche Lebensmittel-SB-Betriebe als Hauptwettbewerbsstandorte zu bewerten sein.

Um die unterschiedliche Nachfrageintensität und -frequenz der Kunden zu erfassen, wird das Einzugsgebiet in zwei Zonen unterteilt. Die Abgrenzung der Zonen erfolgt nach Stadtteilgrenzen, obwohl die Nachfrageintensität in Abhängigkeit von der Erreichbarkeit des Vorhabens sowie der lokalen Versorgungssituation auch innerhalb eines Stadtteils unterschiedlich stark ausgeprägt sein kann.

Einzugsgebiet des Planvorhabens

Sowohl auf die Berechnung des Nachfragepotenzials als auch die spätere Berechnung der Umsatzumverteilungswirkungen hat die Zuordnung zu den Zonen 1 bis 2 nur nachgeordneten Einfluss, weil die Umsatzumverteilungswirkungen für die untersuchten zentralen Versorgungsbereiche und Betriebe jeweils individuell ermittelt worden sind.

Als Zone 1, d. h. als Kerneinzugsgebiet für einen Lebensmittel-SB-Betrieb am Standort Neuendorfer Straße, wird der Stadtteil Altstadt abgegrenzt. In dieser Zone werden insgesamt die intensivsten Einkaufsverflechtungen vorliegen. Die Zone 2 umfasst alle übrigen Stadtteile der Stadt Brandenburg an der Havel. Auch hier sind Einkaufsbeziehungen, jedoch abgeschwächt, zu erwarten.

Zonen 1 und 2

Tabelle 7 Einzugsbereich des Lebensmittel-SB-Betriebs

Zonen	Stadt bzw. Gemeinde	Einwohner
Zone 1	Stadtteil Altstadt der Stadt Brandenburg an der Havel	13.198
Zone 2	Übrige Stadtteile der Stadt Brandenburg an der Havel	57.951
Zone 1 - 2	Summe	71.149

Quelle: Einwohnerdaten der Stadt Brandenburg an der Havel (Stand: 31.12.2012,)

Im fußläufigen Einzugsbereich, für den ein Radius um den potenziellen Ansiedlungsstandort von 700 Metern berücksichtigt wird, kann eine Einwohnerzahl von ca. 4.030 angeführt werden.

¹⁰ Es ist davon auszugehen, dass sich Wettbewerbseffekte von Einzelhandelsansiedlungen auf solche Standorte auswirken, die ein gleiches/vergleichbares Angebot aufweisen. Hierin unterscheiden sich zu prüfenden Betriebstypen.

3.1.2 Einzugsgebiet für die Betriebstypen Bau- und Gartenmarkt sowie Möbelmarkt

Wie dargestellt, ergibt sich aufgrund von Umfang und Struktur des Angebotes eines Bau- und Gartenmarktes oder eines Möbelmarktes in erster Linie ein ausgedehnteres Einzugsgebiet als das eines Lebensmittel-SB-Betriebs. Am Standort Neuendorfer Straße sind folgende Faktoren für die Abgrenzung des Einzugsgebietes entscheidend:

- Die gute innerstädtische verkehrliche Erreichbarkeit des Standorts wird durch eine zufriedenstellende überörtliche Anbindung ergänzt. Aufgrund eines fehlenden nahe gelegenen Autobahnanschlusses wird jedoch keine überdurchschnittliche Pkw-Anbindung erreicht.
- Die durch eine aperiodische Bedarfsdeckung gekennzeichneten Kernsortimente sorgen dafür, dass längere/weitere Zeiten/Entfernungen für einen Einkauf akzeptiert werden.
- Wesentliche Wettbewerber für beide Betriebstypen befinden sich in der Regel an autokundenorientierten Standorten und außerhalb städtebaulich integrierter Lagen.
- Auch für diese beiden Betriebstypen ist zu erwarten, dass die größten Konkurrenzbeziehungen im Systemwettbewerb begründet werden.

Rahmenbedingungen für das Einzugsgebiet des Planvorhabens

Die Einteilung des Einzugsgebiets in drei Zonen entspricht der Zonierung des Einzugsgebiets, das im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Brandenburg an der Havel für den gesamtstädtischen Einzelhandel mit seinen oberzentralen Versorgungsaufgaben abgegrenzt wurde. Auch hier ist von einer abgestuften Anbindungsintensität an die Einzelhandelsbetriebe auszugehen.

Einzugsgebiet des Planvorhabens

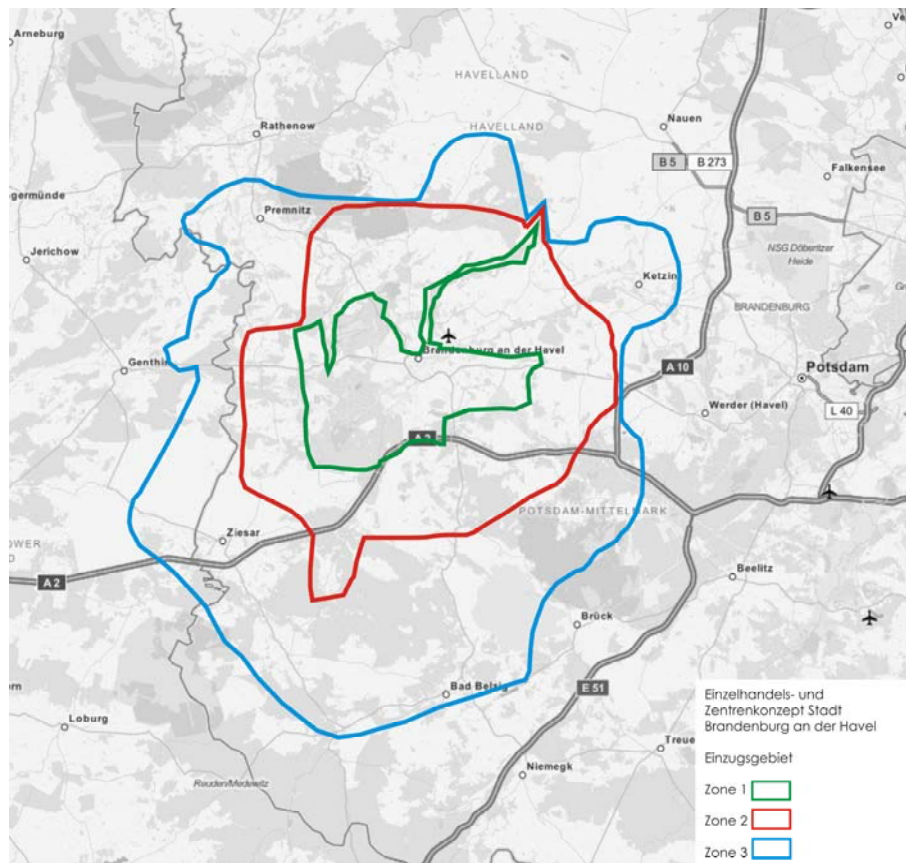
Zwar wurde in dem Konzept ausgesagt, dass besonders leistungsstarke Einzelhandelsbetriebe teilweise auch größere Marktgebiete erschließen, doch wird nach Analyse des Wettbewerbs und des Vorhabenstandorts nicht von einem erweiterten Einzugsgebiet ausgegangen.

Tabelle 8 Einwohnerpotenzial innerhalb des Einzugsgebiets des Bau- und Gartenmarktes und des Möbelmarktes

Zonen	Stadt bzw. Gemeinde	Einwohner
Zone 1	Stadt Brandenburg an der Havel	71.149
Zone 2	Teile des Landkreises Potsdam Mittelmark ¹¹	25.097
Zone 3	Teile des Landkreises Potsdam-Mittelmark ¹² , des Landkreises Havelland ¹³ , des Landkreises Jerichower Land ¹⁴	57.624
Zone 1 - 3 Summe		153.870

Quelle: Einwohnerdaten der Stadt Brandenburg an der Havel (Stand: 31.3.2013), der Stadt Jerichow (31.12.2004), des Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (Stand: 31.12.2011), des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt (Stand: 31.12.2011)

Abbildung 9 Einzugsgebiet des Bau- und Gartenmarktes und des Möbelmarkts



Quelle: Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende (www.openstreetmap.org/copyright), Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013

¹¹ Beetzsee, Beetzseeheide, Bendorf, Golzow, Gräben, Groß Kreutz, Havelsee, Päwesin, Rosenau, Roskow, Wenzlow, Wollin, Wusterwitz

¹² Belzig, Buckautal, Görzke, Kloster Lehnin, Planebruch, Wiesenburg, Ziesar

¹³ Ketzin, Märkisch Luch, Milower Land, Premnitz

¹⁴ Demsin, Kade, Karow, Roßdorf, Schlagerthin, Tuchheim

3.2 Nachfragevolumen

Die Kaufkraft ist der wichtigste Indikator für das Konsumpotenzial der in einem abgegrenzten Raum lebenden Bevölkerung. Unter Berücksichtigung der Ausgaben für Wohnen, Versicherungen, Pkw-Unterhalt, Reisen und Dienstleistungen wird das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial ermittelt, d. h. jene Einkommensanteile, die auch im stationären Einzelhandel nachfragewirksam werden. Die Basis für die Berechnung der regionalen Kaufkraft bilden die Daten der amtlichen Lohn- und Einkommensstatistik, ergänzt um die staatlichen Transferleistungen (z. B. Renten, Arbeitslosengeld und -hilfe, Kindergeld, Wohngeld, BAföG usw.).

Definition: Kaufkraft

Nach eigenen Berechnungen und Veröffentlichungen der GfK/Gesellschaft für Konsumforschung, Nürnberg, betrug die ländereinzelhandelsrelevante Kaufkraft im Jahr 2012 in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung ca. 5.360 EUR. Bei Unterteilung des gesamten Bedarfsgüterbereichs in Nahrungs- und Genussmittel einerseits und in Nicht-Lebensmittel andererseits entfallen mit ca. 1.825 EUR ca. 34 % auf Lebensmittel und mit ca. 3.535 EUR ca. 66 % auf Nonfood-Sortimente.

Pro-Kopf-Ausgaben

Die Kaufkraftkennziffer stellt das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial einer Kommune im Vergleich zum Bundesdurchschnitt dar. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer für die Stadt Brandenburg an der Havel beträgt nach Angaben der GfK Geomarketing GmbH im Jahr 2012 ca. 92,0. Das bedeutet, die durchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft liegt um rund 8 % unter dem Bundesdurchschnitt. Unter Berücksichtigung der Preiselastizität der Nachfrage sind in den einzelnen Sortimenten Abweichungen nach unten oder oben möglich.

Kaufkraftkennziffer

Aufgrund unvollständiger und unterschiedlicher Datenzugänglichkeit wurden die Kaufkraftkoeffizienten der weiteren Kommunen innerhalb des Einzugsgebiets für Bau- und Garten- bzw. Möbelmarkt auf Kreisebene vereinheitlicht. Dabei wurde für den Landkreis Potsdam-Mittelmark ein Koeffizient von 97,8%, für den Landkreis Havelland von 93,7 % und für den Landkreis Jerichower Land von 83,0 % angesetzt.

Das projektrelevante Kaufkraftpotenzial ergibt sich aus der Berücksichtigung der bundesdurchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben, die für die projektierten Sortimente der drei Betriebstypen am Standort Neuendorfer Straße anzunehmen sind.

Für die drei untersuchten Vorhaben auf dem Isarkies-Gelände wurden folgenden Pro-Kopf-Ausgaben berücksichtigt:

- **Lebensmittel-SB-Betrieb** ca. 2.090 EUR
- davon: Food-Sortiment ca. 1.825 EUR
- davon: Nonfood I-Sortiment ca. 265 EUR
- **Bau-/ Heimwerker- und Gartenmarkt** ca. 575 EUR
- **Möbelmarkt** ca. 510 EUR.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass bei allen drei Betriebstypen nur das anzunehmende Kernsortiment bei den Pro-Kopf-Ausgaben berücksichtigt wurde. Bei einem Lebensmittel-SB-Betrieb wird in der Regel neben dem Nonfood I-Sortiment (Drogeriewaren, zoologischer Bedarf) auch ein Verkaufsflächenanteil durch Nonfood II-Sortimente (Schreibwaren, Haushaltswaren, Spielwaren etc.) belegt. Dieser kann im Rahmen der Analyse der quantitativen Auswirkungen vernachlässigt werden.

Für die beiden Betriebstypen Bau-/Gartenmarkt sowie Möbelmarkt sind je nach Betreiber unterschiedliche Sortiments- und Flächenkonzepte möglich. Da hierzu noch keine Angaben vorliegen, stehen auch in diesen Angebotssegmenten die Kernsortimente im Mittelpunkt der Betrachtung.

Auf Grundlage der vorstehenden Daten lässt sich folgendes Nachfragevolumen für die zur Diskussion stehenden Betriebstypen berechnen:

*Planobjektrelevantes
Kaufkraftpotenzial*

Tabelle 9 Projektrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet für die beiden Vorhaben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment

Zone	Kommune	Einwohner	Kaufkraftkennziffer	Nachfragevolumen Bau-/Gartenmarkt in Mio. EUR	Nachfragevolumen Möbelmarkt in Mio. EUR
Summe Zone 1		71.149	92	37.638	33.383
Summe Zone 2		25.097	*	14.113	12.518
Summe Zone 3		57.624	*	31.485	27.926
Summe Zonen 1 bis 3		153.870		83.236	73.827

Quelle: Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 203 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

*Anm: Die Kaufkraftkennziffer wurde differenziert für die einzelnen Kommunen berücksichtigt, sie beträgt Werte zwischen 83,0 und 97,8.

- Das Nachfragevolumen für den Lebensmittel-SB-Betrieb beträgt in der Stadt Brandenburg an der Havel insgesamt 136,8 Mio. EUR.
- Davon entfallen ca. 119,5 Mio. EUR auf Nahrungs- und Genussmittel und ca. 17,3 Mio. EUR auf die Nonfood-I-Sortimente. Der Wert für die Altstadt liegt bei ca. 25,4 Mio. EUR insgesamt, davon 22,2 Mio. EUR bzw. 3,2 Mio. EUR für die beiden Sortimentsgruppen.
- Für den fußläufigen Einzugsbereich innerhalb eines 700 m-Radius wird ein Nachfragevolumen von rund 7,7 Mio. EUR be-



rücksichtigt (6,7 Mio. EUR für Nahrungs- und Genussmittel, 1,0 Mio. EUR für Nonfood-I-Sortimente).

Für das Kernsortiment eines Bau- und Gartenmarktes ist ein Nachfragevolumen von ca. 83,2 Mio. anzusetzen; davon entfallen ca. 37,6 Mio. EUR auf das Stadtgebiet Brandenburg an der Havel. Für den Möbelmarkt ergibt sich ein Kaufkraftpotenzial von ca. 73,8 Mio. EUR; davon ca. 33,4 Mio. EUR im Stadtgebiet (vgl. Tabelle 9).

4 Wettbewerbssituation

4.1 Methodische Vorgehensweise

Die nachfolgende Darstellung und Bewertung der gegenwärtigen projektrelevanten Wettbewerbssituation basiert auf Ergebnissen der durch die Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH im August 2013 durchgeführten Aktualisierung des Einzelhandelsbesatzes in der Stadt Brandenburg an der Havel sowie auf der Erfassung der großflächigen Wettbewerbsstandorte mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment im Umland der Stadt Brandenburg an der Havel im Oktober 2013.

Wettbewerbsserhebung

Als Wettbewerber für die drei zur Diskussion stehenden Betriebstypen sind grundsätzlich alle Einzelhandelsbetriebe einzustufen, in denen vergleichbare Sortimente angeboten werden. Aufgrund der Flächengrößen, des jeweiligen Betriebstyps und des spezifischen Einkaufsverhaltens der Bevölkerung ist davon auszugehen, dass sich die Wirkungen nicht gleichmäßig auf alle Wettbewerber verteilen, sondern dass die Anbieter des gleichen Betriebstyps von Wettbewerbswirkungen stärker betroffen sein werden. Die Darstellung der Wettbewerbssituation trägt diesem Umstand Rechnung, sodass bei der Analyse der Wettbewerbssituation in erster Linie auf die strukturprägenden Anbieter von Lebensmitteln, Bau-/Gartenwaren sowie Möbeln abzustellen ist.

Wettbewerbsstruktur

Alle projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe wurden auf Basis branchen- und marktüblicher Flächenproduktivitäten sowie unter Berücksichtigung der jeweiligen objektspezifischen Rahmenbedingungen (u. a. Lage und Sichtbarkeit des Standortes, Sortimentsstruktur/-tiefe, Innen- und Außengestaltung, Parkplatzsituation, Kundenfrequenzen) bewertet.

Das Untersuchungsgebiet, in dem die Wettbewerbsrecherche für die voraussichtlich regional ausstrahlenden Betriebstypen (Bau-/Gartenmarkt, Möbelmarkt) durchgeführt wurde, umfasst neben dem potenziellen Einzugsgebiet auch die als Wettbewerber bedeutsamen Einzelhandelsbetriebe in den Städten Genthin und Rathenow.

4.2 Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet

4.2.1 Nahrungs- und Genussmittel

Der Wettbewerb in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel wird innerhalb der Stadt Brandenburg an der Havel im Wesentlichen durch die 32 ansässigen Lebensmittel-SB-Betriebe geprägt. Dabei handelt es sich um

Wettbewerbssituation

- drei SB-Warenhäuser
- sieben Lebensmittelvollsortimenter und
- 22 Lebensmitteldiscounter

Elf der genannten Betriebe sind planungsrechtlich als großflächig zu beurteilen, das heißt, sie belegen Verkaufsflächen mit mehr als 800 qm.

Insgesamt wird durch alle Betriebe ein Umsatz von ca. 160,4 Mio. EUR auf einer Verkaufsfläche von ca. 40.680 qm erwirtschaftet. Davon entfallen ca. 27,5 Mio. EUR Umsatz und ca. 7.100 qm Verkaufsfläche auf die Zone 1 des Einzugsgebiets; in Zone 2 werden ca. 132,9 Mio. EUR Umsatz erwirtschaftet und ca. 33.580 qm Verkaufsfläche bereitgestellt.

Neben den strukturprägenden Wettbewerbern ist weiterhin auf eine Vielzahl von Anbietern des Lebensmittelhandwerks und Spezialanbieter (z. B. Feinkost, Biowaren, Obst/Gemüse) im Stadtgebiet hinzuweisen. Da die Anbieter des Lebensmittelhandwerks und die Spezialanbieter jedoch jeweils nur über eine geringe Verkaufsfläche (i. d. R. unter 100 qm) verfügen und nur Ausschnitte des Sortimentes eines Lebensmittel-SB-Betriebes präsentieren, sind sie als Wettbewerber nachrangig einzustufen¹⁵.

Stellt man die in der Stadt Brandenburg an der Havel sowie im Stadtteil Altstadt in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel erzielten Umsätze der in den beiden Bezugsräumen vorhandenen lebensmittelbezogenen Kaufkraft (exklusive der Kaufkraft für die Nonfood-I-Sortimente) gegenüber, ergibt sich die sogenannte Zentralitätskennziffer (= Umsatz-Kaufkraft-Relationen).

Zentralität bei Nahrungs- und Genussmitteln

Bei einem Umsatz von ca. 27,5 Mio. EUR und einer Kaufkraft von ca. 22,2 Mio. EUR in der Altstadt errechnet sich ein Zentralitätswert von ca. 124 %. Damit wird deutlich, dass bereits heute im Stadtteil Altstadt Lebensmitteleinzelhandelsbetriebe ansässig sind, die Versorgungsfunktionen für angrenzende Bereiche oder ein ausgedehnteres Einzugsgebiet übernehmen. Für das restliche Stadtgebiet, die Zone 2 des Einzugsgebiets, kann ein Umsatz von ca. 132,9 Mio. EUR einer sortimentsbezogenen Kaufkraft von 97,3 Mio. EUR gegenübergestellt werden. Daraus resultiert eine sortimentsbezogene Zentralität von ca. 137,0 %.

¹⁵ Dabei handelt es sich um 38 Betriebe, deren Hauptsortiment Getränke sind (Getränkemärkte, Trinkhallen/Kiosk/Spätkauf und Tankstellenshops), 54 Bäckereien, 19 Metzgereien und acht weitere Lebensmittelspezialanbieter (insbesondere Fisch- und Bioprodukte) mit insgesamt 5.200 qm Verkaufsfläche und einem vorläufig eingeschätzten Gesamtumsatz von rund 25,7 Mio. EUR, davon ca. 490 qm Verkaufsfläche mit rund 2,4 Mio. EUR Umsatz im Stadtteil Altstadt.

Der Zentralitätswert für den Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmittel in der Stadt Brandenburg an der Havel beträgt insgesamt ca. 134 %.

Das heißt, dass sowohl in der Stadt Brandenburg an der Havel als auch in den Teilräumen des Einzugsgebiets mehr sortimentsbezogener Umsatz generiert wird als der dort lebenden Bevölkerung Kaufkraft zur Verfügung steht. Im Saldo wird ein Kaufkraftzufluss von rund 37 % errechnet.

Im Zusammenhang mit diesen Berechnungen ist darauf hinzuweisen, dass für die Ermittlung sortimentsbezogener Einzelhandelszentralitäten, anders als hier vorgenommen, in der Regel die sogenannten bereinigten Verkaufsflächen zugrunde gelegt werden. Das heißt, die Verkaufsflächen von Mehrbranchenunternehmen, wie zum Beispiel SB-Warenhäusern, werden dem jeweiligen Sortiment zugeordnet. Dieser Arbeitsschritt wird im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts der Stadt Brandenburg an der Havel durchgeführt, das voraussichtlich im ersten Quartals des Jahres 2014 vorgelegt werden kann. Es ist anzunehmen, dass die bereinigte Einzelhandelszentralität für Nahrungs- und Genussmittel ungefähr dem Wert aus dem Jahre 2011 von rund 123,7 % entspricht, da zwischenzeitlich nur marginale sortimentsbezogene Verkaufsflächenveränderungen stattgefunden haben: Die Verkaufsfläche ist seit dem Jahr 2011 von ca. 42.270 auf etwa 41.335 qm gesunken (ca. 2,2 %).

Tabelle 10 Lage- und Betriebskategorien der Lebensmittel-SB-Betriebe in der Stadt Brandenburg an der Havel

Betriebstyp	Anzahl Betriebe		Verkaufsfläche in qm		Umsatz	
	in ZVB*	in sonstigen	in ZVB	in sonstigen	in ZVB	in sonstigen
SB-Warenhäuser	0	3	0	17.595	0	67,9
Supermärkte	6	1	6.175	650	24,9	2,6
Lebensmittel	10	16	7.385	8.875	28,0	37,0
Summe	16	15	13.560	27.120	52,9	107,5

*Anm: Inklusive der bei der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts zu diskutierenden Standorte

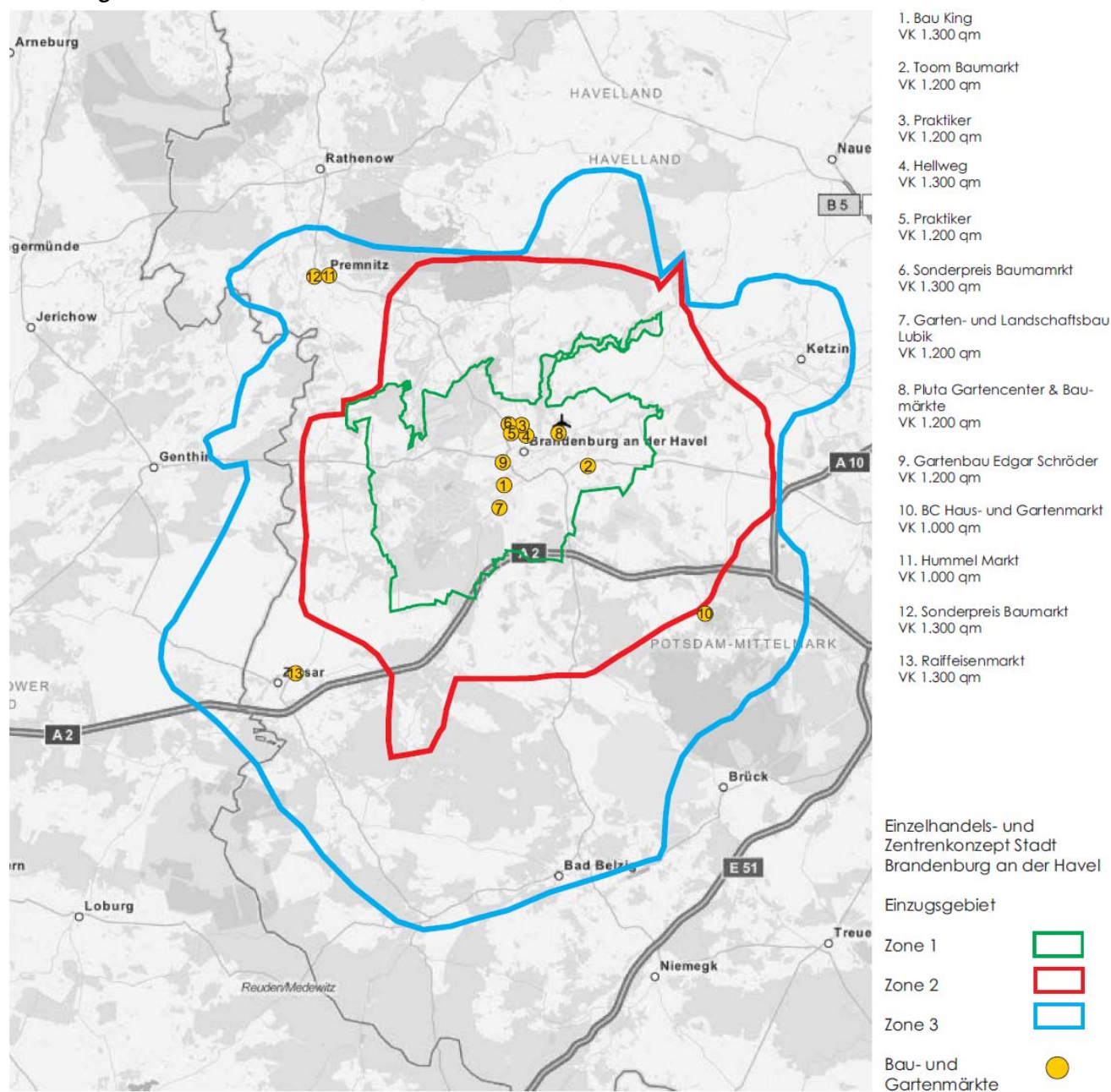
Quelle: Darstellung, und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

4.2.2 Bau- und Gartenbedarf

Innerhalb des Einzugsgebiets werden sowohl strukturprägende Bau- und Gartenmärkte (jeweils zwischen 2.500 qm und 14.000 qm Verkaufsfläche) als auch ausgewählte Fachgeschäfte mit weniger als 1.000 qm Verkaufsfläche berücksichtigt. Das projektrelevante An-

gebot umfasst insgesamt 13 Betriebe¹⁶ mit einer Verkaufsfläche von insgesamt 35.560 qm. Der jährliche Gesamtumsatz wird auf ca. 43,5 Mio. EUR geschätzt. Davon entfallen neun Betriebe mit rund 34.170 qm Verkaufsfläche und rund 41,9 Mio. EUR Jahresumsatz auf die Stadt Brandenburg an der Havel.

Abbildung 10 Wettbewerbssituation Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf



Quelle: Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende (www.openstreetmap.org/copyright), Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013

¹⁶ Nicht erfasst wurden Baustoffhandlungen, reine Gärtnereien /Pflanzenaufzuchten

Für folgende Betriebe werden auf städtischer Ebene die größten Wettbewerbseffekte angenommen, da sie als typgleicher Betrieb über ein vergleichbares Sortiments- und Flächenkonzept verfügen:

- Toom Baumarkt, An der Bundesstraße
- Praktiker Baumarkt, Brielower Landstraße¹⁷
- Praktiker Baumarkt, Upstallstraße
- Hellweg, Upstallstraße

Aufgrund der dispersen Siedlungsstruktur in Verbindung mit einer unterdurchschnittlich ausgestatteten Einzelhandelslandschaft im Umland der Stadt Brandenburg an der Havel (= im Einzugsgebiet) wurde die Wettbewerbsbetrachtung auf außerhalb des Einzugsgebiets gelegene, strukturprägende Einzelhandelsstandorte erweitert. Hier sind die Städte Genthin, Potsdam und Rathenow als wichtige Wettbewerbsstandorte von Bedeutung, an denen insgesamt ca. 66.450 qm Verkaufsfläche vorgehalten wird. Auf dieser Fläche wird ein Gesamtumsatz von etwa 87,0 Mio. EUR erzielt¹⁸.

Für die Stadt Brandenburg an der Havel und das Einzugsgebiet können folgende Zentralitäten errechnet werden:

Zentralität bei Bau- und Heimwerkerbedarf

- In der Stadt Brandenburg an der Havel kann eine sortimentsbezogene Kaufkraft von ca. 37,6 Mio. EUR einem jährlichen Gesamtumsatz von ca. 41,9 Mio. EUR gegenübergestellt werden. Das entspricht einer Zentralität von rund 111,4 %.
- In den Zonen 2 und 3 des Einzugsgebiets wird ein sortimentsbezogener Umsatz der erfassten Wettbewerbsbetriebe von rund 1,6 Mio. EUR einer Kaufkraft von etwa 14,1 Mio. EUR gegenübergestellt. Die so errechnete Zentralität von rund 11,3 % entspricht der Einschätzung einer unterdurchschnittlichen Wettbewerbsfähigkeit des Einzelhandels im ländlich geprägten Umland der Stadt Brandenburg an der Havel.
- Von besonderer Bedeutung für die Bewertung der Tragfähigkeit eines weiteren Bau- und Gartenmarktes in der Stadt Brandenburg an der Havel ist die Unternehmensinsolvenz der Fa. Praktiker. Derzeit ist davon auszugehen, dass nur einer der beiden Standorte in der Stadt Brandenburg an der Havel auch zukünftig durch den gleichen Betriebstyp wieder belegt wird.

¹⁷ Aufgrund der Insolvenz der Fa. Praktiker werden bei derzeit in Brandenburg an der Havel durch Praktiker-Baumärkte betriebenen Standorte Umstrukturierungen unterworfen. Während für den Standort an der Brielower Landstraße eine Nachfolgelösung mit einem konkurrierenden Bau- und Gartenmarktbetreiber zu erwarten ist, kann für den Standort in der Upstallstraße derzeit noch keine Folgebelegung vorgestellt werden.

¹⁸ Die Verwaltungen der Städte Genthin, Potsdam und Rathenow wurden durch die projektbegleitenden Mitarbeiter der Stadt Brandenburg an der Havel kontaktiert und um Übermittlung der sortimentsbezogenen Verkaufsflächen gebeten. Die erhaltenen Daten wurden durch Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH stichprobenartig kontrolliert und der Umsatz eingeschätzt.

4.2.3 Möbelmarkt

Die Betrachtung der Wettbewerbssituation im Möbeleinzelhandel erfolgt in analog zur Analyse bei Bau- und Gartenmärkten.

Wettbewerbssituation

Innerhalb des Einzugsgebiets wurden strukturprägende Möbelhäuser, Fachmärkte und auch ausgewählte Fachgeschäfte aufgenommen. Davon befanden sich mit einer Ausnahme alle Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Brandenburg an der Havel. Insgesamt wird eine Umsatzleistung von rund 29,5 Mio. EUR auf etwa 25.240 qm Verkaufsfläche angenommen.

Von besonderer Wettbewerbsbedeutung in der Stadt Brandenburg an der Havel sind dabei folgende Betriebe:

- Möbelhaus Naumann, Bäckerstraße
- SB-Möbel Boss, August-Sonntag-Straße
- Möbel Roller, Brielower Landstraße
- Multipolster, Jacobstraße¹⁹

Darüber hinaus ist ein Standort der Fa. MC-Möbel in Groß Kreutz (Zone 2 des Einzugsgebiets) als großflächiger Wettbewerbsstandort hervorzuheben.

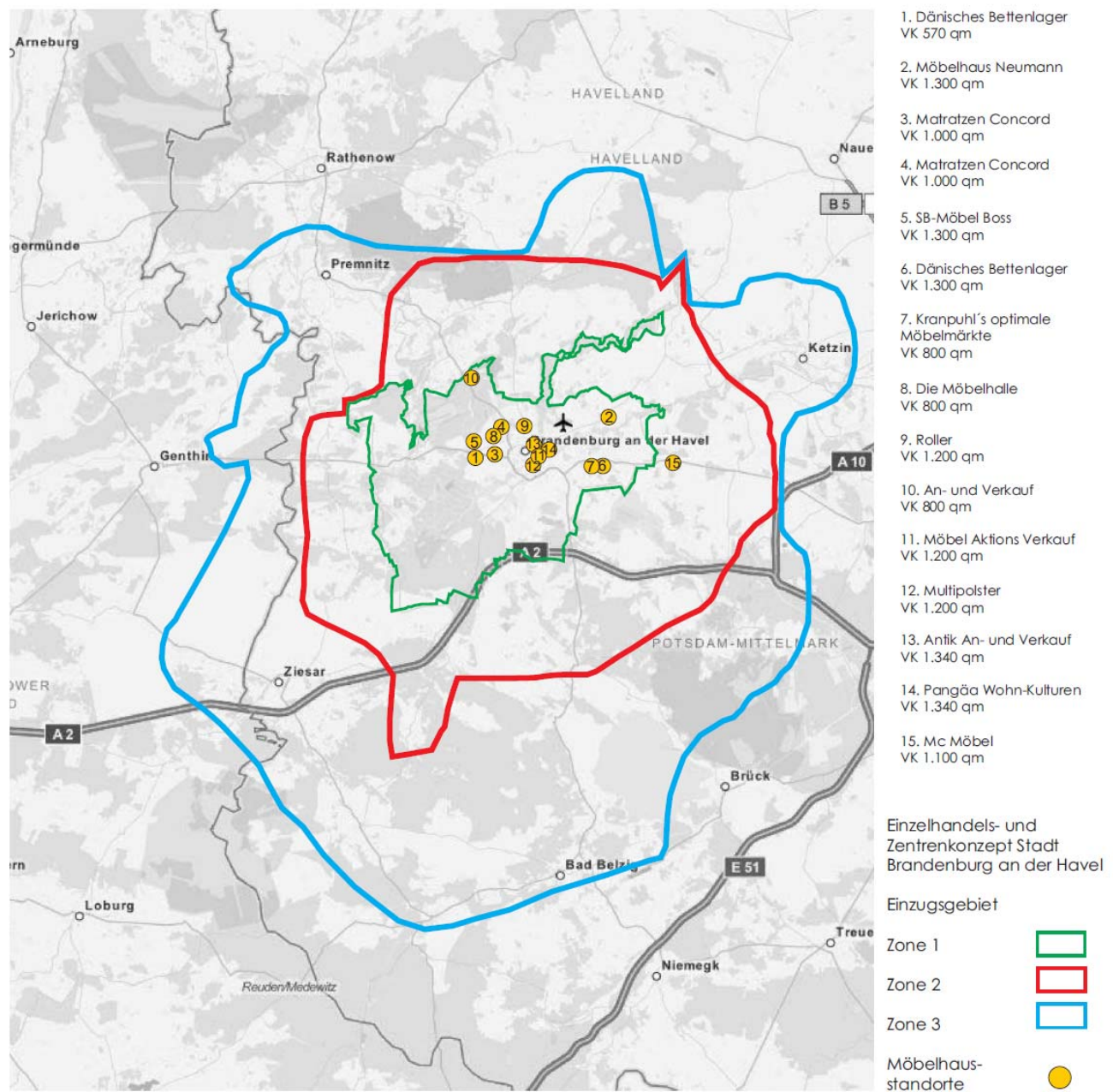
Im weiteren Untersuchungsgebiet, den Städten Rathenow, Genthin und Potsdam, werden bei der Wettbewerbsbetrachtung sieben Möbelmärkte ab ca. 1.500 qm Verkaufsfläche berücksichtigt. Besonders hervorzuheben ist hier der Betrieb der Fa. Porta, der mit rund 38.000 qm Verkaufsfläche den leistungsstärksten Möbeleinzelhandelsstandort der Region darstellt.

Für alle sieben Betriebe wird auf einer Verkaufsfläche von etwa 54.500 qm ein Gesamtumsatz von ca. 77,6 Mio. EUR angenommen.

Die sich aus sortimentsbezogener/m Kaufkraft und Umsatz (ohne Küchenmärkte) ergebenden Zentralitäten betragen ca. 71,3 % für die Stadt Brandenburg an der Havel und ca. 14,1 % im weiteren Einzugsgebiet).

¹⁹ Dieser Betrieb wird aufgegeben, eine Nachfolgenutzung ist bislang nicht bekannt. Aufgrund des Standorts und des Gebäude-/Verkaufsflächenzuschnitts wird angenommen, dass keine Wiederbelegung mit Möbeleinzelhandel erfolgt.

Abbildung 11 Wettbewerbssituation Möbelbedarf



Quelle: Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende
(www.openstreetmap.org/copyright),
Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013

5 Auswirkungs- und Tragfähigkeitsanalyse

Es wurde aufgezeigt, dass die Ansiedlung eines Lebensmittel-SB-Marktes zur Arrondierung des Angebotes im Nahversorgungszentrum Neuendorfer Straße kurzfristig realisiert werden kann. Diese Standortentscheidung würde sich nur auf den östlichen Teil des Isarkies-Geländes beziehen. Für den westlichen, größeren Teil des Geländes hingegen sind Einzelhandelsansiedlungen zu prüfen, die ohne räumlich-funktionalen Bezug zum Nahversorgungszentrum stehen. Insofern wurden als Alternativen für Betriebstypen mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment ein Bau- und Gartenmarkt sowie ein Möbelmarkt zur Diskussion gestellt. Am Standort dürfte sich dabei aus Gründen der Flächenverfügbarkeit nur ein Betrieb realisieren lassen. Die Entscheidung, die Ansiedlung einen der beiden Betriebstypen am Standort weiter zu verfolgen, wäre dabei ggf. im Zusammenhang mit Alternativstandorten im Stadtgebiet im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes zu treffen.

Im Hinblick auf die weitere Verfolgung der Nutzungen ist nun zu prüfen, welche Auswirkungen die Ansiedlung eines Lebensmittel-SB-Marktes auf das Lebensmittel-Versorgungsnetz in Brandenburg an der Havel auslösen würde. Die Wirkungen des Ansiedlungsvorhabens eines Lebensmittel-SB-Betriebs werden dabei im Rahmen von Umsatzumverteilungsrechnungen prognostiziert. Es werden die drei in der Diskussion befindlichen Betriebstypen differenziert. Entscheidend für die abschließende Bewertung ist, ob die anzunehmenden handelswirtschaftlichen Effekte Wirkungen städtebaulicher Art erwarten lassen.

Für die beiden Betriebstypen mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment wird eine Machbarkeits- bzw. Tragfähigkeitsanalyse durchgeführt. Mit Hilfe von sog. Kaufkraftabschöpfungsmodellen wird die Analyse mit einer Empfehlung abschließen, in welcher Größenordnung ein Bau- und Gartenmarkt bzw. ein Möbelmarkt am Standort Neuendorfer Straße tragfähig ist.

Die jeweilige Methodik wird folgend detailliert erläutert.

5.1 Handelswirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen eines Lebensmittel-SB-Betriebs

5.1.1 Methodik

Nachfolgend werden die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen (Umsatzumverteilungseffekte) für die in der Diskussion befindlichen Betriebstypen dargestellt. Als Eingangsgrößen dienen jeweils die durch die geplante Ansiedlung voraussichtlich generierten Umsatzvolumina.

In den Modellrechnungen wurden folgende Kriterien berücksichtigt:

Bewertungskriterien

- Dimensionierung und Warenausrichtung
- Käuferpräferenzen
- Relevante lokale Einzelhandelsstrukturen
- Distanzgrößen zwischen den relevanten Einkaufslagen bzw. Wettbewerbern und dem Planstandort

Des Weiteren werden den Berechnungen folgende Annahmen zu Grunde gelegt:

Konzentration der Wettbewerbsbetrachtung

- Im Rahmen der Wirkungsanalyse wird davon ausgegangen, dass die Wettbewerber, welche die größten Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben aufweisen, quantitativ am stärksten von Umsatzumverteilungen betroffen sein werden. Die größten Überschneidungen liegen bei Einzelhandelsbetrieben des gleichen Betriebstyps vor.
- Zudem ist zu erwarten, dass mögliche wettbewerbliche Auswirkungen mit zunehmender Entfernung zum Planstandort abnehmen werden.

Die Modellrechnungen konzentrieren sich auf die Umsatzumverteilungen zu Lasten der vorhandenen Lebensmittel-SB-Betriebe. Die weiteren in der Wettbewerbsbetrachtung dargestellten Lebensmitteleinzelhandelsbetriebe mit nachgeordneter Bedeutung (z. B. Bäcker, Bioläden) bleiben ausgeklammert. Hierdurch soll einer breiten Verteilung der Effekte, das heißt, einer geringen Umsatzumverteilung an einer Vielzahl von Standorten, ohne dass dort städtebauliche Effekte abzuleiten sind, vorgebeugt werden.

In einem weiteren Schritt der Begutachtung und unter Würdigung der städtebaulichen Struktur und Vorprägung der von Umsatzumverteilungseffekten betroffenen zentralen Versorgungsbereiche sowie der Lage des Planstandorts werden Schlussfolgerungen hinsichtlich möglicher negativer versorgungsstruktureller und städtebaulicher Auswirkungen gezogen.

versorgungsstrukturelle und städtebauliche Auswirkungen

Entscheidend für die städtebauliche Bewertung des Vorhabens ist die Frage, ob durch die aufgezeigten handelswirtschaftlichen Umsatzeffekte die Funktionalität von zentralen Versorgungsbereichen oder der Nahversorgung in Wohngebieten gefährdet wird.

Oftmals wird dabei eine kritische Schwelle von 10 %-Umsatzumverteilung angenommen, ab der nicht unwesentliche, durch das Vorhaben induzierte Auswirkungen zu erwarten sind. In der Rechtsprechung wird jedoch darauf verwiesen, dass für die städtebauliche Verträglichkeit großflächiger Vorhaben stets auch die spezifi-

Erheblichkeitsschwelle der Umsatzumverteilungen

schen Gegebenheiten eines zentralen Versorgungsbereichs und die wirtschaftliche Stabilität der Anbieter zu berücksichtigen sind.²⁰

In der Folge ist davon auszugehen, dass auch bei Nicht-Erreichen von 10 % Umsatzumverteilung, je nach Ausgangssituation, negative städtebauliche Auswirkungen induziert werden können, gleichzeitig aber Umsatzumverteilungen >10 % nicht zwangsläufig zu diesen mehr als unwesentlichen Auswirkungen führen müssen. Dementsprechend wird auch die Spannweite möglicher Schwellenwerte in der Rechtsprechung zwischen 10 % und 30 % diskutiert.²¹

5.1.2 Umsatzerwartungen der drei Betriebstypen

Für die Umsatzeinschätzungen werden die betriebstypbezogenen durchschnittlichen Flächenleistungen des EHI Retail Institute²² zugrunde gelegt:

- Für Lebensmitteldiscounter kann eine Flächenproduktivität von durchschnittlich ca. 5.049 EUR/qm²³ Verkaufsfläche errechnet werden. Dabei unterscheidet sich die Leistungsfähigkeit zwischen den verschiedenen Betreibern jedoch deutlich. Unter der Annahme, dass einer der branchenführenden Anbieter den Standort auf dem Isarkies-Gelände beziehen möchte, wird für den Lebensmitteldiscounter eine Flächenproduktivität von ca. 6.500 EUR/qm Verkaufsfläche angesetzt. Diese liegt immer noch deutlich unter den Spitzenwerten einzelner Betreiber, kann unter Berücksichtigung der standortspezifischen Rahmenbedingungen jedoch als realistische worst-case-Annahme bewertet werden. Mit einer Verkaufsfläche von rund 1.000 qm wird somit eine Umsatzleistung von max. 6,5 Mio. EUR prognostiziert.
- Die durchschnittliche Flächenproduktivität von Supermärkten wird mit ca. 5.030 EUR/qm Verkaufsfläche beziffert. Diese Leistungsfähigkeit kann standortbezogenen bereits als worst-case-Annahme berücksichtigt werden, höhere Flächenleistungen erscheinen nicht realistisch. Der Supermarkt fließt demnach mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.500 qm und einem max. Umsatz von ca. 7,5 Mio. EUR in die Berechnung ein.
- Große Supermärkte erreichen durchschnittlich eine Flächenleistung von ca. 4.790 EUR/qm Verkaufsfläche. Auch dieser Wert wird aus Gutachtersicht einer worst-case-Betrachtung am

²⁰ vgl. OVG Münster 10 D 148/04.NE vom 28. Dezember 2005 („Centro-Urteil“)

²¹ vgl. OVG Potsdam NVwZ 1999, 434; OVG Koblenz NVwZ-RR 2001, 638; OVG Koblenz 8 B 12650/98 vom 8. Januar 1999; OVG Weimar 1 N 1096/03 vom 20. Dezember 2004

²² EHI Handelsdaten aktuell 2013

²³ Die durchschnittliche Flächenleistung von Lebensmitteldiscountern wird durch EHI nicht ausgewiesen, kann jedoch durch die Werte des Gesamtumsatzes aller Betriebe (ca. 61,1 Mio. EUR 2012) und der Gesamtverkaufsfläche (ca. 12,1 Mio. Quadratmeter 2012) errechnet werden.

Standort Neuendorfer Straße gerecht. Auf einer angenommenen Verkaufsfläche von ca. 3.500 qm gehen somit rund 16,8 Mio. EUR in die Umsatzumverteilungsrechnung ein.²⁴

Die durch den Markteintritt ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte werden in den nachstehenden Modellrechnungen für die drei Varianten aufgezeigt. Die voraussichtlichen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen (Umsatzumverteilungseffekte) werden für die Wettbewerbsbetriebe im Untersuchungsgebiet dargestellt, differenziert nach Betriebstypen und Lagen.

5.1.3 Umsatzumverteilungseffekte und städtebauliche Auswirkungen des Lebensmitteldiscounters

Die handelswirtschaftlichen Auswirkungen der Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters am Standort Neuendorfer Straße werden im Folgenden zusammengefasst. In Zone 1 des Einzugsgebiets werden diese Effekte wirksam:

Umsatzumverteilungsprozesse

- Die Vielzahl von Lebensmitteldiscountern in Zone 1 (sieben der acht Lebensmittel-SB-Betriebe) bedingt dort einen hohen Umsatzumverteilungsanteil. Etwa 2,6 Mio. EUR werden zu Lasten der ansässigen Betriebe kalkuliert (ca. 40 % des umzuverteilenden Umsatzes).
- Der im Nahversorgungszentrum Neuendorfer Straße ansässige Lebensmittelvollsortimenter wird aufgrund der direkten Nähe zum Vorhaben bis zu max. 0,4 Mio. EUR seines Umsatzes (ca. 6-7 %) verlieren.
- Die Umverteilung bei den beiden ansässigen Lebensmitteldiscountern im zentralen Versorgungsbereich Neuendorfer Sand beträgt ca. 0,5 Mio. EUR (ca. 7-8 % Umsatzverlust).
- Fünf Lebensmitteldiscounter befinden sich außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Hier werden Umsatzeffekte von voraussichtlich ca. 1,6 Mio. EUR (ca. 11-12 % Umsatzverlust) wirksam.

Für die Wettbewerbseffekte in Zone 2 werden folgende Ergebnisse errechnet:

- Zentrale Versorgungsbereiche sind insbesondere dann von Umsatzumverteilungen betroffen, wenn sie sich in der Nähe des Planstandortes befinden und dort ebenfalls ein Lebensmitteldiscounter präsent ist. So wird im zentralen Versorgungsbereich

²⁴ In einer Stellungnahme unseres Büros aus dem März 2013 wurde eine Flächenproduktivität von 4.000 EUR als realistisch angenommen. Die deutliche Steigerung der durch das EHI Retail Institute ausgewiesenen durchschnittlichen Flächen-Produktivität für den Betriebstyp Großer Supermarkt begründet hier eine Anpassung der Leistungsfähigkeit.

Wilhelmsdorfer Straße mit einem Verlust von rund 8-9 % (ca. 0,2 Mio. EUR) die höchste Umverteilungsquote erwartet.

- Im zentralen Versorgungsbereich Willibald-Alexis-Str. sind zwei Lebensmitteldiscounter von Umsatzumverteilungen betroffen.
- In den zentralen Versorgungsbereichen Innenstadt und Tschirchdamm ist jeweils ein Lebensmittelvollsortimenter von Umsatzumverteilungen betroffen.
- Auch in den zentralen Versorgungsbereichen EKZ Görden, Krakauer Landstraße, Werner-Seelenbinder-Straße, Wiener Straße/Berner Straße/Gördenallee und Ziesarer Landstraße können Wettbewerbseffekte erwartet werden.

Tabelle 11 Umsatzumverteilungseffekte des Lebensmitteldiscounters

Umverteilung	Umsatz in Mio. EUR	Umsatzumverteilung in %	Umsatzumverteilung in Mio. EUR
Innerhalb der Zone 1	27,5	9 - 10	2,5
in zentralen Versorgungsbereichen			
<i>im zentralen Versorgungsbereich Neuendorfer Straße</i>	6,2	6 - 7	0,4
<i>im zentralen Versorgungsbereich Am Neuendorfer Sand</i>	6,9	7 - 8	0,5
an sonstigen Standorten	14,4	11 - 12	1,6
Innerhalb der Zone 2	132,9	2 - 3	3,2
in zentralen Versorgungsbereichen	39,8	2 - 3	1,2
<i>im zentralen Versorgungsbereich Altstadt</i>	-	-	-
<i>im zentralen Versorgungsbereich EKZ Görden</i>	6,8	1 - 2	0,1
<i>im zentralen Versorgungsbereich Genthiner Straße</i>	2,2	-	-
<i>im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt</i>	5,1	3 - 4	0,2
<i>im zentralen Versorgungsbereich Krakauer Landstraße</i>	2,8	3 - 4	0,1
<i>im zentralen Versorgungsbereich Tschirchdamm</i>	6,0	1 - 2	0,1
<i>im zentralen Versorgungsbereich Werner-Seelenbinder-Straße</i>	1,8	5 - 6	0,1-
<i>im zentralen Versorgungsbereich Wiener Straße/Berner Straße/Gördenallee</i>	2,4	4 - 5	0,1
<i>im zentralen Versorgungsbereich Wilhelmsdorfer Straße</i>	2,3	8 - 9	0,2
<i>im zentralen Versorgungsbereich Willibald-Alexis-Straße</i>	5,9	3 - 4	0,2
<i>im zentralen Versorgungsbereich Wusterwitzer Straße</i>	2,3	-	-
<i>im zentralen Versorgungsbereich Ziesarer Straße</i>	2,3	4 - 5	0,1
an sonstigen Standorten	93,1	2 - 3	2,0
Diffuse Umsätze	-	-	0,8
Summe	160,4	-	6,5

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013

Anm: Zur Berücksichtigung zentraler Versorgungsbereiche vgl. Kapitel 2.1.3

*Umsatzumverteilung nicht bezifferbar

- Insgesamt liegt die Umsatzumverteilung in der Zone 2 bei ca. 3,1 Mio. EUR (ca. 2-3 %), davon ca. 1,1 Mio. EUR zu Lasten von zentralen Versorgungsbereichen (ca. 2-3 %). An keinem Standort werden Umverteilungen über 0,2 Mio. EUR erwartet. Mit Ausnahme der Wilhelmsdorfer Straße werden Quoten von unter 5 % errechnet.

Zusätzlich werden Streuumsätze in Höhe von 0,8 Mio. EUR in der Berechnung berücksichtigt, die von anderen Standorten oder von Nonfood-Betrieben abgezogen werden, jedoch auf den Einzelbetrieb und Standortlagen weder handelswirtschaftliche noch städtebauliche Wirkungen auslösen.

Für den Standort und zentralen Versorgungsbereich Wilhelmsdorfer Straße kann ein Umschlagen der handelswirtschaftlichen in städtebauliche Effekte nicht ausgeschlossen werden, wenn auch es nicht besonders wahrscheinlich ist. Vielmehr wird erwartet, dass die Umsatzverluste aufgefangen werden können. Hierfür spricht, dass sich der ansässige Betreiber Norma schon seit mehreren Jahren gegenüber betriebswirtschaftlich geeigneten und modernen Standorten behauptet, obwohl seine Zukunftsfähigkeit in Frage gestellt wurde. Er profitiert dabei von der hohen Mantelbevölkerung innerhalb seines fußläufigen Einzugsbereichs und wird voraussichtlich auch im Falle der Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters als etablierter Einkaufsstandort seine Versorgungsfunktion weiter wahrnehmen können.

Im Falle einer Schließung dieses Lebensmittel-SB-Betriebes würde der zentrale Versorgungsbereich Wilhelmsdorfer Straße allerdings seinen Magnetbetrieb und somit seine primäre Funktion verlieren. Das wäre gleichbedeutend mit einem städtebaulich relevanten Funktionsverlust.

In allen weiteren Lagen können Auswirkungen städtebaulicher Relevanz ausgeschlossen werden. Das gilt auch für die hier nicht betrachteten Umsatzanteile eines Lebensmitteldiscounters z. B. mit Aktionsware, die im Jahresverlauf aus unterschiedlichen Sortimenten stammt. Die Wettbewerbseffekte dieser Umsätze verteilen sich auf eine Vielzahl von Betrieben und Standortlagen, erreichen jedoch weder für Betriebe noch für Einzelhandelslagen kritische Größenordnungen.

5.1.4 Umsatzumverteilungseffekte und städtebauliche Auswirkungen des Supermarktes

Mit der Realisierung eines Supermarktes auf dem östlichen Teil des Isarkies-Geländes wären im zentralen Versorgungsbereich Neuenfelder Straße zwei Lebensmittelsupermärkte in vergleichbarer Dimensionierung ansässig. Die Umsatzumverteilungen des neu eintretenden Supermarktes in der Zone 1, dem näheren Einzugsgebiet, können folgendermaßen skizziert werden:

Tabelle 12 Umsatzumverteilungseffekte des Supermarktes

Umverteilung	Umsatz in Mio. EUR	Umsatzumverteilung in %	in Mio. EUR
Innerhalb der Zone 1	27,5		1,7
in zentralen Versorgungsbereichen			1,3
<i>im zentralen Versorgungsbereich Neuendorfer Straße</i>	6,2	17 - 18	1,1
<i>im zentralen Versorgungsbereich Am Neuendorfer Sand</i>	6,9	2 - 3	0,2
an sonstigen Standorten	14,4	2 - 3	0,4
Innerhalb der Zone 2	132,9		5,0
in zentralen Versorgungsbereichen	39,8	4 - 5	1,8
<i>im zentralen Versorgungsbereich Altstadt</i>	-	-	-
<i>im zentralen Versorgungsbereich EKZ Görden</i>	6,8	4 - 5	0,3
<i>im zentralen Versorgungsbereich Genthiner Straße</i>	2,2	-	-
<i>im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt</i>	5,1	13 - 14	0,7
<i>im zentralen Versorgungsbereich Krakauer Landstraße</i>	2,8	-	-
<i>im zentralen Versorgungsbereich Tschirchdamm</i>	6,0	6 - 7	0,4
<i>im zentralen Versorgungsbereich Werner-Seelenbinder-Straße</i>	1,8	11 - 12	0,2
<i>im zentralen Versorgungsbereich Wiener Straße/Berner Straße/Gördenallee</i>	2,4	-	-
<i>im zentralen Versorgungsbereich Wilhelmsdorfer Straße</i>	2,3	4 - 5	0,1
<i>im zentralen Versorgungsbereich Willibald-Alexis-Straße</i>	5,9	1 - 2	0,1
<i>im zentralen Versorgungsbereich Wusterwitzer Straße</i>	2,3	-	-
<i>im zentralen Versorgungsbereich Ziesarer Straße</i>	2,3	-	-
an sonstigen Standorten	93,1	3 - 4	3,2
Diffuse Umsätze	-	-	0,8
Summe	160,4	-	7,5

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013

Anm: Zur Berücksichtigung zentraler Versorgungsbereiche vgl. Kapitel 2.1.3

*Umsatzumverteilung nicht bezifferbar

- Insgesamt wird eine Umsatzumverteilung von rund 1,7 Mio. EUR in Zone 1 erwartet. Ein Großteil davon (ca. 1,1 Mio. EUR) betrifft den bereits ansässigen Supermarkt in der Neuendorfer Straße. Das entspricht einer Umverteilung von rund 17 bis 18 %.
- In Zone 1 existieren keine weiteren Supermärkte, sodass trotz der räumlichen Nähe nur geringe standortbezogene Effekte zu erwarten sind.

In der zweiten Zone befinden sich eine Reihe von Lebensmittelvollsortimentern (sechs Supermärkte und drei SB-Warenhäuser), sodass hier aufgrund des Systemwettbewerbs höhere monetäre Effekte entstehen werden:

- Ca. 1,8 Mio. EUR werden voraussichtlich gegenüber Standorten in zentralen Versorgungsbereichen umverteilt. Allein auf ca. 0,7 Mio. EUR (ca. 13-14 %) beläuft sich der zu erwartende Umsatzverlust der Innenstadt.
- Auch die zentralen Versorgungsbereiche am Tschirchdamm (ca. 0,4 Mio. EUR bzw. ca. 6-7 %), EKZ Görden (ca. 0,3 Mio. EUR bzw. ca. 4-5 %), Werner-Seelenbinder-Straße (ca. 0,2 Mio. EUR bzw. ca. 11-12 %) werden bei der Ansiedlung eines zweiten Supermarktes am Standort Neuendorfer Straße durch Wettbewerbseffekte betroffen sein.
- Gegenüber sonstigen Standorten wird eine Umsatzumverteilung von rund 3,2 Mio. EUR errechnet, die sich insbesondere auf die SB-Warenhäuser beziehen dürften.

Auch bei diesem Betriebstyp werden Streuumsätze in die Berechnungen eingestellt. Sie belaufen sich auf ca. 0,8 Mio. EUR und betreffen viele Betriebe und Standortlagen, ohne dass handelswirtschaftliche oder städtebauliche Effekte zu erwarten sind.

Somit würde die Ansiedlung des Supermarkts in der Größenordnung von ca. 1.500 qm Verkaufsfläche in einigen zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Brandenburg an der Havel handelswirtschaftliche Effekte auslösen, welche die Überprüfung städtebaulicher Auswirkungen zwingend erfordern.

Der innerstädtische Supermarkt wird voraussichtlich bis zu 14 % seines derzeitigen Umsatzes verlieren. Es ist jedoch nahezu auszuschließen, dass sich dieser Verlust existenzgefährdend auswirkt. Es wird vermutet, dass die bisherige „Monopolstellung“ mit einer hohen betrieblichen Leistungsfähigkeit einhergeht, sodass maximal mit Sortimentsanpassungen auf den Wettbewebeintritt zu reagieren wäre.

Differenzierter stellt sich die Situation in der Neuendorfer Straße dar. Hier wird ein Supermarkt betroffen sein (ca. 17-18 %), der in der jüngeren Vergangenheit seinen Standort verlagerte und vergrößerte. Er weist heute marktgerechte und moderne Standortbedingun-

gen auf. Auch von diesem Betrieb wird erwartet, dass er nicht aufgrund des Konkurrenzdruckes kurzfristig schließen würde. Vielmehr dürfte sich am Standort Neuendorfer Straße ein intensiver Wettbewerb der beiden Supermärkte entwickeln. Ob sich beide Betriebe langfristig halten können, ist jedoch offen. Selbst im Falle einer durch die Umsatzverluste beeinflussten Betriebsschließung des vorhandenen Supermarktes ist eine städtebauliche relevante Auswirkung in der Regel nicht gegeben. Seine Versorgungs- und Magnetfunktion innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs würde durch den neuen Betrieb übernommen.

Auch für den zentralen Versorgungsbereich Werner-Seelenbinder-Straße wären städtebaulich relevante Auswirkungen anzunehmen. Der ansässige Betrieb scheint unter Berücksichtigung seiner flächen- und umfeldbezogenen Rahmenbedingungen nicht geeignet, Umsatzverluste von bis zu ca. 11 -12 % auffangen zu können. Mit einer Schließung würde dieser zentrale Versorgungsbereich seinen Magnetbetrieb verlieren und einen Funktionsverlust erleiden.

In den beiden weiteren, durch höhere Umsatzumverteilungseffekte betroffenen zentralen Versorgungsbereichen, Tschirchdamm und EKZ Görden, sind hingegen bessere Standortvoraussetzungen zur Kompensation der Umsatzverluste gegeben: Beide Standorte profitieren von leistungsfähigen Magnetbetrieben, die in den nächsten Monaten entweder eigene Aufwertungsmaßnahmen durchführen oder von Attraktivitätssteigerungen im Standortumfeld profitieren werden. Städtebauliche Wirkungen sind somit für diese beiden Lagen nicht zu erwarten.

5.1.5 Umsatzumverteilungseffekte und städtebauliche Auswirkungen des Großen Supermarktes

Aufgrund der Umsatzleistung werden durch den Großen Supermarkt die stärksten handelswirtschaftlichen Effekte wirksam. In Zone 1 können folgende Effekte errechnet werden:

- Ca. 2,0 Mio. EUR des Vorhabenumsatzes werden voraussichtlich in Zone 1 umverteilt. Dabei wird aufgrund der Standortnähe und des sich überschneidenden Angebots im Lebensmittelvollsortiment insbesondere der bestehende Supermarkt in der Neuendorfer Straße tangiert. Hier kann eine Umsatzumverteilung von max. 1,2 Mio. EUR (ca. 19-20 %) nicht ausgeschlossen werden.
- Die weiteren Standorte in Zone 1 werden nur deswegen durch geringere Wettbewerbseffekte betroffen, weil sie ausschließlich durch Lebensmitteldiscounter versorgt werden. Im zentralen Versorgungsbereich Am Neuendorfer Sand wird eine Quote von rund 4-5 % und an den sonstigen Standorten von rund 3-4 % errechnet.

Analog zu Modellrechnung eines Supermarktes entfaltet auch der Große Supermarkt starke Umsatzeffekte auf die ansässigen Lebensmittelvollsortimenter in Zone 2 des Einzugsgebietes.

Tabelle 13 Umsatzumverteilungseffekte des Großen Supermarktes

Umverteilung	Umsatz in Mio. EUR	Umsatzumverteilung in %	Umsatzumverteilung in Mio. EUR
Innerhalb der Zone 1	27,5		2,0
in zentralen Versorgungsbereichen			
<i>im zentralen Versorgungsbereich Neuendorfer Straße</i>	6,2	19- 20	1,2
<i>im zentralen Versorgungsbereich Am Neuendorfer Sand</i>	6,9	4 - 5	0,3
an sonstigen Standorten	14,4	3 - 4	0,5
Innerhalb der Zone 2	132,9		11,8
in zentralen Versorgungsbereichen	39,8	11 - 12	2,8
<i>im zentralen Versorgungsbereich Altstadt</i>	-	-	-
<i>im zentralen Versorgungsbereich EKZ Görden</i>	6,8	5 - 6	0,4
<i>im zentralen Versorgungsbereich Genthiner Straße</i>	2,2	4 - 5	0,1
<i>im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt</i>	5,1	15 - 16	0,8
<i>im zentralen Versorgungsbereich Krakauer Landstraße</i>	2,8	3 - 4-	0,1
<i>im zentralen Versorgungsbereich Tschirchdamm</i>	6,0	8 - 9	0,5
<i>im zentralen Versorgungsbereich Werner-Seelenbinder-Straße</i>	1,8	11 - 12	0,3
<i>im zentralen Versorgungsbereich Wiener Straße/ Berner Straße/ Gördenallee</i>	2,4	4 - 5	0,1
<i>im zentralen Versorgungsbereich Wilhelmsdorfer Straße</i>	2,3	8 - 9	0,2
<i>im zentralen Versorgungsbereich Willibald-Alexis-Straße</i>	5,9	3 - 4-	0,2
<i>im zentralen Versorgungsbereich Wusterwitzer Straße</i>	2,3	-	-
<i>im zentralen Versorgungsbereich Ziesarer Straße</i>	2,3	4 - 5	0,1
an sonstigen Standorten	93,1	9 - 10	9,0
Diffuse Umsätze	-	-	3,0
Summe	160,4	-	16,8

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013

Anm: Zur Berücksichtigung zentraler Versorgungsbereiche vgl. Kapitel 2.1.3

*Umsatzumverteilung nicht bezifferbar

- Hervorzuheben sind die prognostizierten Umsatzumverteilungsquoten in der Innenstadt (ca. 15-16 %), in der Werner-Seelenbinder-Straße (ca. 11-12 %), in der Wilhelmsdorfer Straße und am Tschirchdamm (jeweils ca. 8-9 %).
- Auch in den weiteren zentralen Versorgungsbereichen werden aufgrund der Ausstrahlung des Vorhabens Umsatzeffekte begründet, die mit Quoten zwischen ca. 3-4 % in der Willibald-Alexis-Straße und ca. 5-6 % im EKZ Görden beziffert werden können.
- Mit rund 9,0 Mio. EUR werden mehr als 50 % des Vorhabenumsatzes gegenüber den sonstigen Standorten der Zone 2 umverteilt. Eine besondere Belastung werden voraussichtlich die SB-Warenhäuser erfahren.
- Zudem ist mit einem großen Anteil diffuser Umsätze zu rechnen (ca. 3 Mio. EUR) die sich u. a. durch Umverteilungen auf Einzelhandelsbetriebe außerhalb des Lebensmittelbereichs beziehen, da in einem Großen Supermarkt auch vermehrt Randsortimente angeboten werden.

Im Vergleich zu den vorher bewerteten Ansiedlungsvarianten werden städtebaulich relevante Auswirkungen aufgrund des Markteintritts eines Großen Supermarktes als wahrscheinlich und realistisch angenommen.

- Der Supermarkt in der Neuendorfer Straße würde Umsatzverluste erfahren, die eine Schließung zur Folge haben können. Die Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs Neuendorfer Straße würde jedoch nur dann negativ beeinflusst, wenn es nicht gelingen würde, den neuen Betrieb in das Standortgefüge so einzupassen, dass er nahtlos die Versorgungsfunktion des Supermarktes übernehmen könnte.
- Die Umsatzverluste des Supermarktes in der Innenstadt zeigen ebenfalls eine Dimension auf, die eine Betriebsschließung nicht ausschließt. Die Versorgungsfunktion der Innenstadt und die dortige fußläufige Versorgung der Bevölkerung wäre erheblich beeinträchtigt, weil es sich um den einzigen bisher dort ansässigen Lebensmittel-SB-Betrieb handelt.
- In der Werner-Seelenbinder-Straße sind ebenfalls städtebaulich relevante Auswirkungen anzunehmen, da der vorhandene Magnetbetrieb nicht in der Lage sein dürfte, Umsatzverluste von bis zu 11-12 % auffangen zu können. Die Schließung hätte den Funktionsverlust des zentralen Versorgungsbereichs zur Folge.
- Im zentralen Versorgungsbereich Tschirchdamm hat – ähnlich zur beschriebenen Situation in der Neuendorfer Straße – eine kleinräumige Verlagerung des Supermarktes, verbunden mit einer Erweiterung der Verkaufsfläche, stattgefunden. Die Standortbedingungen des neuen Supermarktes sind nach Meinung der Gutachter geeignet, die errechneten Umsatzverluste „aufzufan-

gen“. Eine Funktionsstörung des zentralen Versorgungsbereichs wird nicht erwartet.

5.1.6 Auswirkungen auf die wohnungsnahe Versorgung in der Stadt Brandenburg an der Havel

Über die Abbildung von 700 m-Radien lassen sich die fußläufigen Versorgungsbereiche von Lebensmittel-SB-Betrieben abbilden.

700-m Nahversorgungsbereiche

Bereits im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Brandenburg an der Havel wurde unter Berücksichtigung der Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung sowie des vorhandenen Einzelhandelsbesatzes ein „Überangebot“ von Verkaufsfläche festgestellt. Dies gilt insbesondere für den Wettbewerb der Lebensmittel-SB-Betriebe.

Es ist davon auszugehen, dass sich das derzeit vorhandene Netz an Nahversorgungsbetrieben mittelfristig „bereinigen“ wird. Das heißt, nicht rentable Standorte werden vom Markt genommen.

Teil einer Auswirkungsanalyse ist neben der Prüfung von schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche auch die Einschätzung der Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung. Hier ergeben sich Qualitätsverluste in der Versorgungsstruktur, wenn wohnungsnahe Lebensmittel-SB-Betriebe, die funktional für die Versorgung eines definierten Bereiches verantwortlich sind, durch den Markteintritt derart geschwächt werden, dass sie den Betrieb voraussichtlich einstellen werden – ohne dass ihre wohnortnahe Versorgungsfunktion von einem anderen Betrieb aufgefangen werden kann.

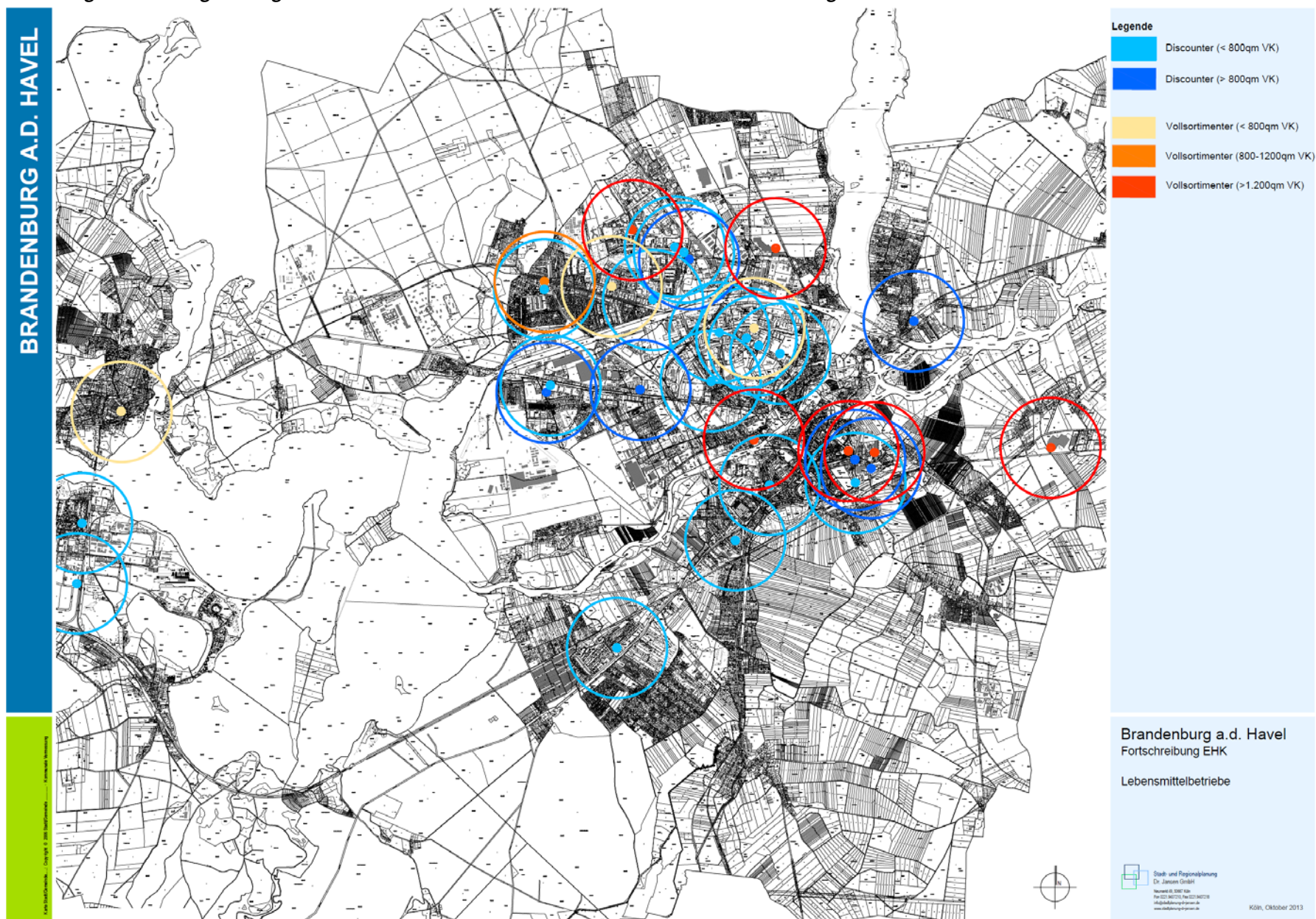
Schädigung der verbrauchernahen Versorgung

Die Auswirkungsanalyse zu dem Betriebstyp Lebensmitteldiscounter und Supermarkt kommt zu dem Ergebnis, dass eine solche Folge (zusätzlich zu den innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche aufgezeigten Wirkungen) voraussichtlich nicht entsteht. Durch die Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters kann zwar eine existenzielle Gefährdung einer der Lebensmitteldiscounter außerhalb zentraler Versorgungsbereiche innerhalb der Zone 1 des Einzugsgebietes nicht ausgeschlossen werden. Die wohnungsnahe Versorgung könnte jedoch aufgrund der Dichte des Standortnetzes (vgl. Abbildung 10) von einem konkurrierenden Betrieb übernommen werden.

Von der Ansiedlung eines Großen Supermarktes mit ca. 3.500 qm Verkaufsfläche sind bereits Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche dargestellt worden. Die nicht auszuschließenden Betriebsschließungen hinterlassen Versorgungslücken, die dem Tatbestand einer Schädigung der verbrauchernahen Versorgung entsprechen.

Da sich die Versorgungsradien der meisten wohnungsnahen Versorgungsstandorte in der Stadt Brandenburg an der Havel überschneiden, somit nicht jede Schließung zwangsläufig eine Schädigung der verbrauchernahen Versorgung ist, ist nicht davon auszugehen, dass an weiteren außer den genannten Standorten eine Schädigung hervorgerufen wird.

Abbildung 12 Fußläufige Einzugsbereiche der Lebensmittel-SB-Betriebe in der Stadt Brandenburg an der Havel



5.1.7 Zusammenfassung der handelswirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen

Die Erörterung der durch die drei Ansiedlungsvarianten ausgelösten handelswirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen führt zu dem Ergebnis, dass sowohl für den Supermarkt als auch für den Großen Supermarkt maßgeblich mit Auswirkungen von städtebaulicher Relevanz sowie schädlichen Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung zu erwarten sind. Die Dimensionierung des Vorhabens löst Umsatzumverteilungen aus, die nicht an jedem Standort aufgefangen werden können und so in einen Funktionsverlust einzelner zentraler Versorgungsbereiche umschlagen können.

Ausgeschlossen wird, dass durch die Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters Auswirkungen von städtebaulicher Relevanz begründet werden. Das dichte (Über-)Angebot an Lebensmitteldiscountern in der Stadt Brandenburg an der Havel begründet eine Streuung der handelswirtschaftlichen Effekte auf eine Vielzahl von Standorten. Wie dargelegt, ist die Schließung eines Lebensmittel-SB-Betriebes innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs nicht anzunehmen, außerhalb können jedoch Marktberäumigungsprozesse stattfinden. Schon heute belegen einige Lebensmitteldiscounter in der Stadt Brandenburg an der Havel nicht mehr markt- und zeitgerechte Standorte. Der Markteintritt eines weiteren Wettbewerbers mit modernem Betriebskonzept könnte Standortplanungen und -anpassungen auslösen. Diese wären jedoch ohne städtebauliche Relevanz.

5.2 Tragfähigkeitsanalyse eines Bau- und Garten- sowie eines Möbelmarktes

5.2.1 Methodik

Anhand des sog. Kaufkraftabschöpfungsmodells kann die voraussichtliche Marktbedeutung und Umsatzerwartung für die beiden Betriebstypen mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment ermittelt werden. Im Rahmen des Kaufkraftabschöpfungsmodells wird das jeweilige Angebot des Planvorhabens dem Kaufkraftpotenzial im abgegrenzten Einzugsgebiet gegenübergestellt. Folgende Kriterien werden bei der Ermittlung der Marktbedeutung berücksichtigt:

- Zeit-Distanz-Werte
- Attraktivität und Leistungsfähigkeit des Planvorhabens
- Verkehrsinfrastrukturelle Situation
- Spezifische topografische, siedlungsstrukturelle und stadt-räumliche Gegebenheiten
- Derzeitige und zukünftige lokale und regionale Wettbewerbssituation.

Unter Beachtung der o. g. Kriterien ist bei Ansatz realistischer Marktanteile in den jeweiligen Warengruppen eine mittelfristige Umsatzerwartung mit Kunden aus dem abgegrenzten Einzugsbereich abzuleiten.

5.2.2 Marktbedeutung und Umsatzerwartung des Bau- und Gartenmarkts

Aufgrund der dargestellten Wettbewerbsstruktur in der Stadt Brandenburg an der Havel, die durch die anstehende Schließung der beiden Praktiker-Standorte eine strukturprägende Veränderung erfahren wird, ist davon auszugehen, dass ein neuer, größerer Anbieter bis zu einem Fünftel der in der Stadt Brandenburg an der Havel vorhandenen sortimentsbezogenen Kaufkraft abschöpfen kann.

Tabelle 14 Kaufkraftabschöpfung für einen Bau- und Gartenmarkt

Herkunft	Kaufkraft in Mio. EUR	Abschöpfung in %	Umsatz- in Mio. EUR
Zone 1	37,6	20	7,5
Zone 2	14,1	15	2,8
Zone 3	31,5	10	3,2
Zonen 1-3	83,2	5	13,5
Streuumsätze	./.	./.	0,5
Summe	./.	./.	14,0

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2013 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen).

In den dünn besiedelten Zonen 2 und 3 des Einzugsgebiets wird eine maximale Kaufkraftabschöpfung von ca. 15 % (ca. 2,8 Mio. EUR) bzw. ca. 10 % (ca. 3,2 Mio. EUR) für möglich gehalten.

Unter Berücksichtigung der vorhabenspezifischen standort-, markt- und potenzielseitigen Rahmenbedingungen kann anhand branchenüblicher Flächenproduktivitäten aus der zu erwartenden jährlichen Umsatzleistung eine tragfähige Verkaufsfläche für den Bau- und Gartenmarkt abgeleitet werden.

tragfähige Verkaufsfläche

Wie in Kapitel 2.3.2 erörtert, wird die Flächenproduktivität im Bau- und Gartensegment durch vergleichsweise geringe Werte geprägt. Die Top-20-Betreiber können durchschnittlich eine Flächenproduktivität von 1.542 EUR/qm Verkaufsfläche erwirtschaften. Analog zum Lebensmittelbereich können für die Stadt Brandenburg an der Havel branchenbezogen keine Spitzenwerte der Flächenproduktivität herangezogen werden.

Setzt man eine ambitionierte Flächenproduktivität von 1.500 EUR/qm an, so errechnet sich unter Berücksichtigung einer Umsatzleistung von ca. 14,0 Mio. EUR (inkl. ca. 0,5 Mio. EUR Streuumsätze) eine tragfähige Verkaufsfläche von ca. 9.300 qm für das Kernsortiment des Bau- und Gartenbedarfs. Diese Verkaufsflächengröße versteht sich als Orientierungswert. Größere Dimensionierungen sind selbstverständlich möglich, setzen dann aber höhere Marktanteile im Einzugsgebiet oder eine stärkere Ausstrahlung in die Region voraus. Desgleichen sind sie mit höheren Umverteilungseffekten verbunden. In jedem Fall sollten die voraussichtlichen Wirkungen eines konkreten Ansiedlungsvorhabens im Rahmen einer detaillierten Wirkungsanalyse geprüft werden, die sowohl das Kernsortiment als auch die Randsortimente berücksichtigt.

5.3 Marktbedeutung und Umsatzerwartung des Möbelmarkts

Wie in der Auseinandersetzung mit der Branchenentwicklung skizziert, wird der Möbele Einzelhandel durch einen hohen Wettbewerbsdruck und eine ausgeprägte Standortdynamik geprägt. Die im Rahmen von Ansiedlungsvorhaben geforderten Verkaufsflächen liegen oftmals über 30.000 oder 40.000 qm und begründen umfangreiche Marktbereinigungsprozesse.

In der Stadt Brandenburg an der Havel sind diese Entwicklungen bislang nicht ablesbar. Der Wettbewerb wird von inhabergeführten wie auch filialisierten Möbelmärkten mit meist deutlich unter 10.000 qm Verkaufsfläche geprägt. In den Zonen 2 und 3 befinden sich ebenfalls keine als strukturprägend zu bezeichnenden sog. „Möbelpaläste“.

Die unterdurchschnittliche regionale Wettbewerbssituation ermöglicht vergleichsweise hohe Quoten der möglichen Kaufkraftabschöpfung durch eine Ansiedlung in der Neuendorfer Straße.

Tabelle 15 Kaufkraftabschöpfung für einen Möbelmarkt

Herkunft	Kaufkraft in Mio. EUR	Abschöpfung in %	Umsatz- in Mio. EUR
Zone 1	33,4	25	8,4
Zone 2	12,5	20	2,5
Zone 3	27,9	10	2,8
Zonen 1-3	73,8	16	13,7
Streuumsätze	./.	./.	0,8
Summe	./.	./.	14,5

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen).

Eine Abschöpfung der Kaufkraft in Zone 1 von rund 25 %, in Zone 2 von etwa 20 % und in Zone 3 von ca. 10 % ermöglicht eine Umsatzleistung von rund 13,7 Mio. EUR. Addiert werden können Streuumsätze in Höhe von rund 0,8 Mio. EUR.

Unter Verwendung branchenüblicher Flächenproduktivitäten (ca. 1.500 EUR pro qm Verkaufsfläche) lässt sich bei einer zu erwartenden jährlichen Umsatzleistung in Höhe von insgesamt ca. 14,5 Mio. EUR eine tragfähige Verkaufsfläche für den Möbelmarkt von ca. 9.700 qm berechnen. Auch diese Verkaufsflächengröße versteht sich als Orientierungswert, sodass größere Dimensionierungen mit einer stärkeren regionalen Ausstrahlung in die Region einhergehen und höhere Umverteilungseffekte auslösen würden. Wie bei einem Bau- und Gartenmarkt sollten die voraussichtlichen Wirkungen eines konkreten Ansiedlungsvorhabens im Rahmen einer detaillierten Wirkungsanalyse geprüft werden, die sowohl das Kernsortiment als auch die Randsortimente berücksichtigt.

tragfähige Verkaufsfläche

6 Bewertung der Analyseergebnisse anhand übergeordneter Vorgaben

Mit mindestens 1.000 qm Verkaufsfläche sind sowohl alle drei geprüften Ansiedlungsvarianten eines Lebensmittel-SB-Betriebs als auch die beiden diskutierten Betriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment als großflächige Einzelhandelsvorhaben zu bewerten, die gem. § 11 (3) BauNVO nur in Sondergebieten für großflächigen Einzelhandel oder in Kerngebieten zulässig sind.

Die folgende Prüfung der Kompatibilität mit den landesplanerischen Vorgaben konzentriert sich auf die Regelungen 4.7 bis 4.9 des Landesentwicklungsplans Berlin-Brandenburg (LEP BB) vom 31. März 2009.

6.1 Lebensmittel-SB-Betrieb

Für alle drei geprüften Lebensmittel-SB-Betriebe gemeinsam ist zunächst festzustellen, dass analog zur Einschätzung im Einzelhandels- und Zentrenkonzept, keine Zuordnung zu einem städtischen Kernbereich gem. Grundsatz 4.8 (1) des LEP B-B vorgenommen wird. In Bezug auf das einzelne spezifische Vorhaben wird die Ausnahmeregelung des Grundsatzes 4.8 (5) eingehalten, da eine Verkaufsfläche von 5.000 durch keinen der geprüften Lebensmittel-SB-Betriebe überschritten wird und zudem auf jeweils mehr als 75 % der Verkaufsfläche nahversorgungsrelevante Sortimente projiziert werden. Unter Berücksichtigung des bereits im zentralen Versorgungsbereich Neuendorfer Straße vorhandenen Einzelhandelsbestandes (vgl. Tabelle 3) - so wird die Regelung des 4.8 (5) gutachterlich inter-

pretiert - ergeben sich jedoch abweichende Ergebnisse: Bei Annahme einer derzeitigen Verkaufsfläche von 4.560 qm (inkl. der noch zu genehmigenden Verkaufsfläche) werden durch den Lebensmitteldiscounter und den Supermarkt eine Verkaufsfläche von rund 5.560 qm mit einem voraussichtlichen Anteil nicht-nahversorgungsrelevanter Sortimente von voraussichtlich rund 35 % begründet²⁵. Vom Grundsatz 4.8 (5) würde somit um rund 11 % bezogen auf die Gesamtverkaufsfläche und um rund 10 % hinsichtlich der Sortimentsgliederung abgewichen.

Durch den Großen Supermarkt würde demgegenüber eine Gesamtverkaufsfläche von rund 8.060 qm erreicht. Dies entspricht einer Abweichung des Regelungsgehalts von Grundsatz 4.8 (5) um mehr als 70 %. Ebenfalls ist davon auszugehen, dass nicht-nahversorgungsrelevante Sortimente auf mehr als 25 % der Gesamtverkaufsfläche angeboten würden und somit eine diesbezügliche Grundsatzüberschreitung von bis zu 10 % verursacht wird.

6.1.1 Lebensmitteldiscounter

Von der Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters (1.000 qm Verkaufsfläche) werden keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche gem. § 34 (3) BauGB erwartet. Die Umsatzerwartung des Vorhabens würde voraussichtlich zu Umsatzumverteilungen führen, die an schutzwürdigen Standorten (zentrale Versorgungsbereiche) nicht in städtebaulich relevante Auswirkungen umschlagen.

keine schädlichen Auswirkungen in zentralen Versorgungsbereichen

Den Zielen 4.7. (1) und 4.7. (2) des LEP BB wird vollumfänglich entsprochen. Die Stadt Brandenburg an der Havel wird landesplanerisch als Oberzentrum eingestuft, und raumordnerische Auswirkungen sind nicht zu erwarten.

Ebenfalls eine Kompatibilität besteht mit Ziel 4.7. (3). Der Standort befindet sich zum einen innerhalb eines Nahversorgungszentrums, und zum anderen entspricht die avisierte Verkaufsfläche von ca. 1.000 qm auch im Vergleich mit den bislang in der Stadt Brandenburg an der Havel ansässigen Lebensmittel-SB-Betrieben einer maßstäblichen Entwicklung.

6.1.2 Supermarkt

Die durch die Ansiedlung eines Supermarktes mit 1.500 qm Verkaufsfläche induzierten Umverteilungseffekte führen zu größeren

keine schädlichen Auswirkungen in zentralen Versorgungsbereichen

²⁵ Der tatsächliche Anteil nahversorgungsrelevanter Sortimente des Vorhabens ist nicht bekannt und differiert je nach Sortimentskonzept des Betreibers. Die diesbezüglichen Werte sind gutachterliche Annahmen.

quantitativen Effekten innerhalb von zentralen Versorgungsbereichen. Aufgrund des hervorzuhebenden Systemwettbewerbs sind insbesondere die Supermärkte in der Neuendorfer Straße und in der Innenstadt betroffen. Weiterhin werden ausgeprägte Wettbewerbseffekte in den zentralen Versorgungsbereichen Tschirchdamm und Werner-Seelenbinder-Straße erwartet. Bei Quoten von teilweise deutlich mehr als 10 % Umverteilung kann unter Berücksichtigung der aktuellen handelswirtschaftlichen und städtebaulichen Situation innerhalb dieser zentralen Versorgungsbereiche nicht ausgeschlossen werden, dass städtebaulich relevante Auswirkungen eintreten.

Die Bewertung der landesplanerischen Ziele und Grundsätze zeigt andere Ergebnisse als die zuvor diskutierten:

- Dem Ziel 4.7. (1) wird entsprochen.
- Durch die möglichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die damit verbundene Gefahr einer Entstehung von Versorgungslücken in der Stadt Brandenburg an der Havel kann eine Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung gem. Ziel 4.7. (2) nicht ausgeschlossen werden.
- Der anzusiedelnde Supermarkt würde sich mit 1.500 qm Verkaufsfläche in der Stadt Brandenburg an der Havel hinter den SB-Warenhäusern als flächengrößter Supermarkt einordnen. Die ansässigen Supermärkte in der Neuendorfer Straße und am Tschirchdamm weisen vergleichbare Verkaufsflächengrößen auf. Unter dem Aspekt der Tragfähigkeit ist die Verkaufsfläche als realistische Zielgröße zu bewerten, in Verbindung mit dem ansässigen Supermarkt in der Neuendorfer Straße würde jedoch eine überproportionale Verkaufsfläche innerhalb des Nahversorgungszentrums begründet. Eine Kompatibilität mit Ziel 4.7. (3) ist nur eingeschränkt gegeben.

6.1.3 Großer Supermarkt

Aufgrund der Dimensionierung und der entsprechenden Umsatzerwartung können durch die Ansiedlung eines Großen Supermarktes in Bezug auf § 34 BauGB negative städtebauliche Auswirkungen im Sinne von Funktionsverlusten zentraler Versorgungsbereiche als wahrscheinlich angenommen werden. Eine Betroffenheit ist für die zentralen Versorgungsbereiche Neuendorfer Straße, Innenstadt, Werner-Seelenbinder-Straße und Tschirchdamm nicht auszuschließen.

Die Prüfung der Kompatibilität mit den relevanten Inhalten des Landesentwicklungsplans zeigt folgende Ergebnisse.

In Ziel 4.7. (1) kann eine grundsätzliche Standorteignung des Oberzentrums Brandenburg an der Havel festgestellt werden. Den auf

schädliche Auswirkungen in zentralen Versorgungsbereichen möglich

den Mikrostandort, die Verkaufsflächendimensionierung und die Sortimentsausstattung bezogenen weiteren Regelungen wird dagegen nicht entsprochen:

- Durch die Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die damit verbundene Gefahr einer Entstehung von Versorgungslücken in der Stadt Brandenburg an der Havel kann auch eine Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung gem. Ziel 4.7. (2) nicht ausgeschlossen werden.
- Durch die Ansiedlung von ca. 3.500 qm Verkaufsfläche würde das Nahversorgungszentrum Neuendorfer Straße eine nicht maßstäbliche Angebotsergänzung erfahren, durch die dem eigentlichen Versorgungsauftrag des Versorgungsbereichs nicht entsprochen wird (4.7. (3)). Die in dem zentralen Versorgungsbereich vorhandene Verkaufsfläche würde mehr als verdoppelt. Unter Berücksichtigung der weiteren bereits genehmigten bzw. noch zu genehmigenden Verkaufsflächen würde eine Steigerung der Verkaufsfläche um rund 77 % realisiert. Auch im Vergleich mit den Verkaufsflächen der übrigen Nahversorgungszentren in der Stadt Brandenburg an der Havel würde eine unverhältnismäßige Angebotsergänzung auf insgesamt rund 8.000 qm Verkaufsfläche erfolgen. Zum Vergleich: Für das Nahversorgungszentrum Am Neuendorfer Sand kann eine Verkaufsfläche von ca. 4.375 qm und für das Nahversorgungszentrum Tschirchdamm von rund 3.010 qm Verkaufsfläche berücksichtigt werden. Alle weiteren Nahversorgungszentren weisen weniger als 3.000 qm Verkaufsfläche auf.



Tabelle 16 Kompatibilität der Betriebstypen eines Lebensmittel-SB-Marktes mit dem Ziel 4.7. des Landesentwicklungsplans Berlin-Brandenburg

Norm.	Regelungsgehalt	Lebensmittel-discounter	Supermarkt	Großer Supermarkt
Ziel 4.7. (1)	Großflächige Einzelhandelseinrichtungen im Sinne von § 11 Absatz 3 der Baunutzungsverordnung (BauNVO) sind nur in Zentralen Orten zulässig (Konzentrationsgebot) (Ausnahmeregelung unter Absatz 6)	✓	✓	✓
Ziel 4.7. (2)	Großflächige Einzelhandelseinrichtungen dürfen nach Art, Lage und Umfang die Entwicklung und Funktion benachbarter Zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung nicht beeinträchtigen (raumordnerisches Beeinträchtigungsverbot).	✓	(✓)	✗
Ziel 4.7. (3)	Neue oder zu erweiternde großflächige Einzelhandelseinrichtungen müssen dem zentralörtlichen Versorgungsbereich und der zentral-örtlichen Funktion entsprechen (Kongruenzgebot).	✓	(✓)	✗

Quelle: Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg (LEP B-B), eigene Darstellung und Bewertung

6.2 Bau- und Gartenmarkt sowie Möbelmarkt

Für die beiden Betriebe wurde auftragsgemäß keine Analyse handelswirtschaftlicher, städtebaulicher und versorgungsstruktureller Auswirkungen erarbeitet, sodass folgend nur auf einige allgemeine standort- und sortimentsbezogene Aussagen der Landesplanung hingewiesen werden kann. Dabei sind teilweise die schon zuvor erläuterten Ziele und Grundsätze maßgeblich, weiterhin aber auch Grundsatz 4.9 für Vorhaben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment.

- Es besteht eine Übereinstimmung mit Ziel 4.7. (1), dem Konzentrationsgebot innerhalb eines zentralen Orts wird Rechnung getragen.
- Raumordnerische Auswirkungen gem. Ziel 4.7. (2) müssten im Falle eines Ansiedlungsvorhabens vorhabenbezogen überprüft werden.
- Der zentralörtlichen Funktion des Oberzentrums Brandenburg an der Havel würde durch die Ansiedlung der Betriebe voraussichtlich entsprochen (4.7. (3)).
- Für die Kompatibilität mit Grundsatz 4.9. müssten beide Einzelhandelsbetriebe im Falle einer Ansiedlung insofern beschränkt werden, als dass sie max. auf 10 % der Verkaufsfläche zentrenrelevante Randsortimente anbieten.

7 Zusammenfassung

Auf dem Isarkies-Gelände am Standort Neuendorfer Straße sind großflächige Einzelhandelsansiedlungen verschiedener Betriebstypen, Dimensionierungen und Kernsortimente in der Diskussion. Das zur Rede stehende Grundstück befindet sich teilweise im zentralen Versorgungsbereich und ist als Ergänzungsfläche zu bewerten, großteils liegt es jedoch außerhalb der entsprechenden Abgrenzung.

Für die Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Lebensmittel-SB-Betriebs sind folgende Ergebnisse zusammenzufassen:

- Auf der Fläche innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs wurde eine Auswirkungsanalyse für die Ansiedlung eines Lebensmittel-SB-Betriebs durchgeführt. Dabei wurden in drei Varianten die Auswirkungen eines Lebensmitteldiscounters (ca. 1.000 qm Verkaufsfläche), eines Supermarktes (ca. 1.500 qm Verkaufsfläche) und eines Großen Supermarktes (3.500 qm Verkaufsfläche) mit prognostizierten Umsatzleistungen zwischen 5,3 Mio. und 16,8 Mio. EUR differenziert.
- Insgesamt wurde ein projektrelevantes Nachfragevolumen von rund 136,8 Mio. EUR in der Stadt Brandenburg an der Havel (= Einzugsgebiet) errechnet.

- Die Ergebnisse der Auswirkungsanalyse zeigen für die unterschiedlichen Betriebstypen abweichende Ergebnisse: Von der Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters werden primär diffus wirksame wettbewerbliche Auswirkungen angenommen. Aus der voraussichtlichen Verteilung der Umsatzumverteilung auf viele verschiedene Standorte sind keine städtebaulich relevanten Auswirkungen abzuleiten. Im Falle der Ansiedlung eines Supermarktes und eines Großen Supermarktes hingegen werden Auswirkungen mit städtebaulicher Relevanz erwartet. Sowohl die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche als auch die verbrauchernahe Versorgung können einer nachhaltigen Schädigung ausgesetzt werden.
- Die Prüfung der Kompatibilität mit den Vorgaben der Landesplanung zeigt ein ähnliches Ergebnis. Insbesondere durch die Ansiedlung eines Großen Supermarktes würde diesen erheblich widersprochen.

Aus der Machbarkeitsuntersuchung für die Ansiedlung eines Bau- und Gartenmarktes sowie eines Möbelmarktes sind demgegenüber folgende Erkenntnisse festzuhalten:

- Der Standort für die diskutierten Nutzungen befindet sich auf dem Teil des Isarkies-Grundstücks, das sich nicht innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Neuendorfer Straße befindet.
- Für die beiden Ansiedlungsmöglichkeiten wurde ein Einzugsgebiet abgegrenzt, das dem entspricht, das innerhalb des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts der Stadt Brandenburg an der Havel als gesamtstädtisches Einzugsgebiet abgegrenzt wurde.
- Innerhalb von drei Zonen unterschiedlicher Anbindungsintensität wird für den Bau- und Gartenmarkt ein projektrelevantes Nachfragevolumen von rund 82,2 Mio. EUR und für den Möbelmarkt von rund 73,8 Mio. EUR errechnet.
- Mittels Modellrechnungen („Kaufkraftabschöpfungsmodell“) wurden voraussichtlich tragfähige Verkaufsflächengrößen für beide Betriebstypen im Falle einer Ansiedlung errechnet. Für den Bau- und Gartenmarkt ergeben sich ca. 9.300 qm Verkaufsfläche als im Kernsortiment tragfähig, ein Möbelmarkt könnte mit ca. 9.700 qm Verkaufsfläche wirtschaftlich rentabel zu betreiben sein. Beide Größen verstehen sich als Orientierungswerte. In Abhängigkeit vom jeweiligen Betreiber wären die Marktwirkungen für größere Flächenkonzepte und die Dimensionierungen von Randsortimenten im Falle eines Ansiedlungsinteresses im Rahmen einer Wirkungsanalyse für den Einzelfall zu prüfen.
- Die vorliegenden ersten Einschätzungen decken somit nicht die Ergebnisse einer Auswirkungsanalyse ab. Versorgungsstrukturelle und städtebauliche Auswirkungen müssten im Falle eines Ansiedlungsvorhabens detailliert untersucht werden.

- Unter Berücksichtigung der bekannten und errechneten Rahmenbedingungen sind keine Divergenzen mit den Zielen und Grundsätzen der Landesplanung zu erwarten, soweit je Betrieb eine Begrenzung der zentrenrelevanten Verkaufsfläche auf max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche vorgenommen wird.