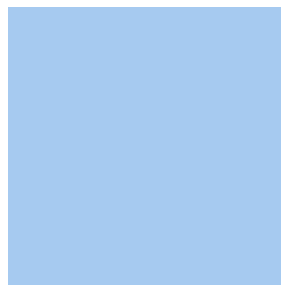
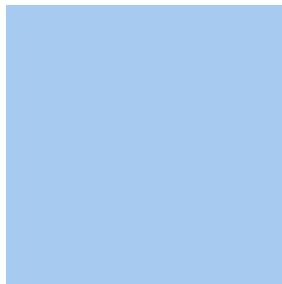




Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Brandenburg an der Havel





Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Brandenburg an der Havel

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

HRB Köln 62236

Gesellschafter/Seniorpartner:

Dr. Paul G. Jansen

Bachemer Str. 115, 50931 Köln-Lindenthal
Postfach 41 05 07, 50865 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	2
1.1.3	Beteiligung	4
1.2	Untersuchungsrelevante Rahmenbedingungen am Standort Brandenburg an der Havel	6
1.2.1	Lage im Raum und regionalplanerische Einstufung	6
1.2.2	Perspektiven der Bevölkerungs- und Siedlungsentwicklung	7
1.2.3	Wirtschaftsstruktur und Arbeitsplätze	12
1.3	Allgemeine Entwicklungstendenzen im Einzelhandel	17
1.3.1	Bedeutung des Einzelhandels für die Stadtentwicklung	17
1.3.2	Entwicklungen auf der Angebotsseite	17
1.3.3	Entwicklungen auf der Nachfrageseite	20
1.3.4	Auswirkungen auf die Stadtentwicklung	21
2	EINZELHANDELSSTANDORT BRANDENBURG AN DER HAVEL	24
2.1	Einzelhandelsausstattung und Leistungsfähigkeit	24
2.1.1	Einzelhandel nach Angebotsschwerpunkt	24
2.1.2	Verkaufsflächenausstattung im Vergleich	27
2.1.3	Bereinigte Einzelhandelsausstattung der Stadt Brandenburg an der Havel	29
2.1.4	Struktur und Verteilung großflächiger Einzelhandelsbetriebe	30
2.2	Einzugsbereich, Kaufkraft und Zentralität	31
2.2.1	Einzugsbereich des Einzelhandels in Brandenburg an der Havel	31
2.2.2	Kaufkraftpotenzial	32
2.2.3	Zentralität des Brandenburger Einzelhandels	34
2.2.4	Kaufkraftbewegungen in Brandenburg an der Havel	35
2.3	Entwicklung des Brandenburger Einzelhandels im Zeitraum 2007 bis 2011	39
2.3.1	Einzelhandelsausstattung und betriebliche Leistungsfähigkeit	39
2.3.2	Einzugsgebiet und Kaufkraftbewegungen	41
2.4	Brandenburg an der Havel als Einzelhandelsstandort aus Händlersicht	41
2.4.1	Bewertung der Ergänzung des Einzelhandelsstandorts Brandenburg an der Havel durch die Ansiedlung der Sankt Annen Galerie	42
2.4.2	Stärken und Schwächen der Innenstadt	44
2.4.3	Bewertung der dezentralen Einzelhandelsstandorte und der übrigen Einkaufslagen	46
2.4.4	Bewertung von Nachbarstädten	48
2.5	Entwicklungsperspektiven des Brandenburger Einzelhandels bis zum Jahr 2025	48
2.5.1	Allgemeine Entwicklungen	48
2.5.2	Umsatzprognose bis zum Jahre 2025	49
2.5.3	Verkaufsflächenentwicklung bis zum Jahre 2025	51
2.5.4	Aktuelle Einzelhandelsplanungen	54



3	ZENTRENKONZEPT FÜR DIE STADT BRANDENBURG AN DER HAVEL	56
3.1	Grundsätzliche Anmerkungen	56
3.1.1	Einzelhandelskonzept als räumliches Steuerungsinstrument	56
3.1.2	Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche	59
3.2	Ziele der Einzelhandelsentwicklung in Brandenburg an der Havel	60
3.3	Definition der „Brandenburger Liste“	63
3.4	Zentrenhierarchie	69
3.5	Zentrale Versorgungsbereiche	73
3.5.1	Hauptzentrum Innenstadt	73
3.5.2	Nahversorgungszentrum Am Neuendorfer Sand	83
3.5.3	Nahversorgungszentrum Neuendorfer Straße	88
3.5.4	Nahversorgungszentrum Wilhelmsdorfer Straße	96
3.5.5	Nahversorgungszentrum „Einkaufszentrum Görden“	100
3.5.6	Nahversorgungszentrum Willibald-Alexis-Straße	104
3.5.7	Nahversorgungszentrum Tschirchdamm	108
3.5.8	Nahversorgungssituation in der Altstadt	113
3.5.9	Nahversorgungssituation in der nördlichen Kernstadt	116
3.5.10	Nahversorgungssituation in Plaue und Kirchmöser	121
3.6	Agglomerationsstandorte des großflächigen Einzelhandels	127
3.6.1	Agglomerationsstandort Brandenburger Einkaufszentrum Wust	127
3.6.2	Agglomerationsstandort Potsdamer Straße/ Alte Potsdamer Straße	128
3.6.3	Agglomerationsstandort Upstallstraße	129
3.6.4	Agglomerationsstandort Beetzsee-Center	130
3.7	Nahversorgungssituation	131
3.7.1	Bedeutung der Nahversorgung	131
3.7.2	Zentrale Versorgungsbereiche und ergänzende wohnungsnah Standorte	131
3.7.3	Ergänzungsstandorte für die wohnungsnah Versorgung	135
3.7.4	Exkurs: Standortentscheidungen und Tragfähigkeit von frequenzstarken Nahversorgungsbetrieben	140
4	EMPFEHLUNGEN ZUR EINZELHANDELSSTEUERUNG IN DER STADT BRANDENBURG AN DER HAVEL	142
5	ZUSAMMENFASSUNG DER UNTERSUCHUNG	145
6	ANHANG	149
6.1	„Brandenburger Liste“	149
6.2	Erhebungsbogen der Einzelhandelserfassung in der Stadt Brandenburg an der Havel	153
6.3	Fragebogen zur Einzelhandelsbefragung in der Stadt Brandenburg an der Havel	154

**Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1	Bausteine des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts	2
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 2009	11
Abbildung 5	Entwicklung der Sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort im Vergleich von 2000 bis 2009 (2000 = 100%)	13
Abbildung 6	Beschäftigtenstruktur im Vergleich	14
Abbildung 7	Pendlerverflechtungen 2008 im engeren wirtschaftlichen Verflechtungsraum der Stadt Brandenburg an der Havel in Prozent	16
Abbildung 8	Verkaufsflächenentwicklung im Einzelhandel 1980 - 2010 (in Mio. qm)	18
Abbildung 9	Umsatzanteile des Lebensmitteleinzelhandels nach Betriebstypen von 1991 bis 2007 (in %)	19
Abbildung 10	Einzelhandelsausstattung der Stadt Brandenburg an der Havel nach Angebotsschwerpunkt (in %)	25
Abbildung 11	Verkaufsfläche in qm pro 1.000 Einwohner im Vergleich	28
Abbildung 12	Einzugsgebiet des Einzelhandels der Stadt Brandenburg an der Havel	32
Abbildung 13	Kaufkraftbewegungen in Brandenburg an der Havel im Überblick	36
Abbildung 14	Kaufkraftbewegungen nach Warengruppen (in Mio. EUR)	37
Abbildung 15	Veränderung der Einzelhandelsausstattung der Stadt Brandenburg an der Havel seit 2007*	40
Abbildung 16	Positive und negative Aspekte der Sankt Annen Galerie	42
Abbildung 17	Umsatzveränderungen der befragten Innenstadtbetriebe seit 2009	44
Abbildung 18	Stärken und Schwächen der Innenstadt	45
Abbildung 19	Positive und negative Aspekte des Brandenburger Einkaufszentrums Wust	47
Abbildung 20	Zentrenhierarchie	58
Abbildung 21	Übersicht der zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Brandenburg an der Havel	72
Abbildung 22	Nutzungskartierung der Innenstadt	75



Abbildung 23	Räumliche Festlegung des Hauptzentrums Innenstadt	81
Abbildung 24	Räumliche Festlegung des Nahversorgungszentrums Am Neuendorfer Sand	84
Abbildung 25	Räumliche Festlegung des Nahversorgungszentrums Neuendorfer Straße	91
Abbildung 26	Räumliche Festlegung des Nahversorgungszentrums Wilhelmsdorfer Straße	97
Abbildung 27	Räumliche Festlegung des Nahversorgungszentrums „Einkaufszentrum Görden“	101
Abbildung 28	Räumliche Festlegung des Nahversorgungszentrums Willibald-Alexis- Straße	105
Abbildung 29	Räumliche Festlegung des Nahversorgungszentrums Tschirchdamm	109
Abbildung 30	Räumliche Festlegung des potenziellen Nahversorgungszentrums Altstadt	114
Abbildung 31	Nahversorgungssituation in der nördlichen Kernstadt	118
Abbildung 32	Räumliche Festlegung eines potenziellen Nahversorgungszentrums Werner-Seelenbinder- Straße	119
Abbildung 33	Räumliche Festlegung des potenziellen Nahversorgungszentrums Genthiner Straße	123
Abbildung 34	Nahversorgungssituation in Plaue und Kirchmöser	126
Abbildung 35	Strukturprägender Lebensmitteleinzelhandel	134
Abbildung 36	Ergänzungsstandorte für die wohnungsnah Nahversorgung	139
 Tabellenverzeichnis		
Tabelle 1	TOP-Ten-Textileinzelhandelsumsatz 2007	20
Tabelle 2	Einzelhandelsausstattung der Stadt Brandenburg an der Havel nach Angebotsschwerpunkt	25
Tabelle 3	Bereinigte Einzelhandelsausstattung der Stadt Brandenburg an der Havel	29
Tabelle 4	Einzugsbereich des Brandenburger Einzelhandels	31
Tabelle 5	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Warengruppen in der Stadt Brandenburg an der Havel im Jahr 2010	34



Tabelle 6	Zentralitätskennziffern nach Warengruppen in Brandenburg an der Havel im Jahr 2010	35
Tabelle 7	Kaufkraftbewegungen nach Warengruppen	38
Tabelle 8	Szenarien für die Umsatzprognose in der Stadt Brandenburg an der Havel bis 2025	50
Tabelle 9	Umsatzprognose für die Stadt Brandenburg an der Havel bis 2025	50
Tabelle 10	Prognostizierter Verkaufsflächenüberhang in der Stadt Brandenburg an der Havel bis zum Jahr 2025 nach Warengruppen	52
Tabelle 12	Angebotsstruktur eines Nahversorgungszentrums	60
Tabelle 12	Sortimentsausstattung des Hauptzentrums nach der Sortimentsgliederung des LEP B-B	65
Tabelle 13	Fehlende Sortimente im Hauptzentrum nach der Sortimentsgliederung des LEP B-B	67
Tabelle 14	Nicht-zentrenrelevante Sortimente nach der Sortimentsgliederung des LEP B-B	68
Tabelle 16	Angebotsstruktur und Verflechtungsbereiche der (potenziellen) Nahversorgungszentren	71
Tabelle 16	Einzelhandelssituation im Hauptzentrum Innenstadt	76
Tabelle 17	Komplementärnutzungen im Hauptzentrum Innenstadt	76
Tabelle 18	Nutzungsstruktur im Hauptzentrum Innenstadt	77
Tabelle 19	Einzelhandelssituation im Nahversorgungszentrum Am Neuendorfer Sand	85
Tabelle 20	Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Am Neuendorfer Sand	85
Tabelle 21	Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum Am Neuendorfer Sand	86
Tabelle 22	Einzelhandelssituation im Nahversorgungszentrum Neuendorfer Straße	91
Tabelle 23	Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Neuendorfer Straße	92
Tabelle 24	Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum Neuendorfer Straße	92
Tabelle 25	Einzelhandelssituation im Nahversorgungszentrum Wilhelmsdorfer Straße	97
Tabelle 26	Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Wilhelmsdorfer Straße	98
Tabelle 27	Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum Wilhelmsdorfer Straße	98



Tabelle 28	Einzelhandelssituation im Nahversorgungszentrum „Einkaufszentrum Görden“	102
Tabelle 29	Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum „Einkaufszentrum Görden“	102
Tabelle 30	Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum „Einkaufszentrum Görden“	103
Tabelle 31	Einzelhandelssituation im Nahversorgungszentrum Willibald-Alexis-Straße	106
Tabelle 32	Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Willibald-Alexis-Straße	106
Tabelle 33	Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum Willibald-Alexis-Straße	107
Tabelle 34	Einzelhandelssituation im Nahversorgungszentrum Tschirchdamm	110
Tabelle 35	Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Tschirchdamm	111
Tabelle 36	Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum Tschirchdamm	111
Tabelle 37	Fußläufiger Einzugsbereich der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in den (potenziellen) zentralen Versorgungsbereichen	133
Tabelle 38	Stadträumliche Situation und Nahversorgungsrelevanz der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in Brandenburg an der Havel	136

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 72.000 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

Das im Jahr 2007 von der Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH (im Folgenden: GMA) erstellte Einzelhandelskonzept für die Stadt Brandenburg an der Havel ermittelte für das Stadtgebiet 607 Ladengeschäfte mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 147.000 qm. Die Versorgungsfunktionen richteten sich neben dem Stadtgebiet auch auf Teile der Landkreise Potsdam-Mittelmark, Havelland und Jerichower Land. Eine strukturprägende Bedeutung wurde insbesondere für den großflächigen Einzelhandel an nicht integrierten Lagen herausgearbeitet. Um eine funktionsfähige Versorgungsstruktur in Brandenburg an der Havel zu erhalten, wurde daher empfohlen die Einzelhandelsentwicklung durch restriktive Steuerung auf die integrierten Einkaufslagen zu lenken. Textliche Vorschläge für die Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen wurden für diese integrierten Lagen formuliert, eine räumliche Abgrenzung hingegen erfolgte nicht.

Einzelhandelskonzept für die Stadt Brandenburg an der Havel 2007

Seit dem Jahr 2007 sind gravierende Veränderungen am Einzelhandelsstandort Brandenburg an der Havel eingetreten. Hierzu zählen insbesondere die Ansiedlungen der St.-Annen-Galerie in der Brandenburger Innenstadt sowie großflächiger Lebensmittel-SB-Betriebe und Fachmärkte an der Potsdamer Straße. Weitere Vorhaben sind in Planung, u. a. am Standort Neuendorfer Straße. 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.

Veränderungen am Einzelhandelsstandort seit 2007

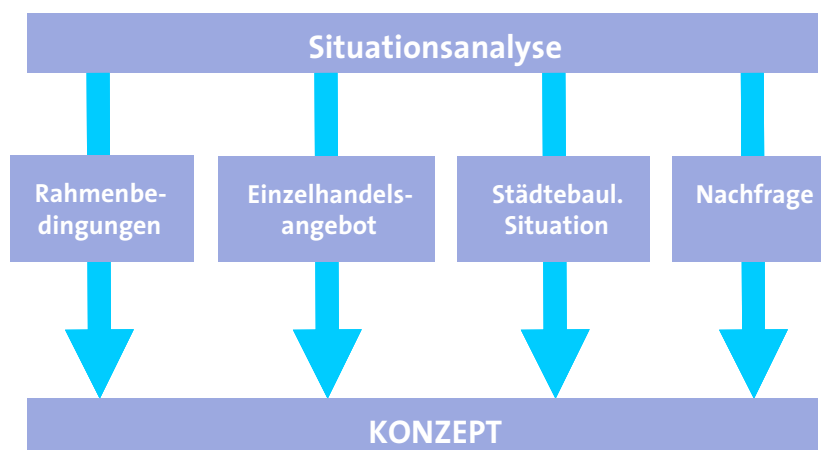
Im Rahmen der jetzt anstehenden Aktualisierung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Stadt Brandenburg an der Havel werden daher Daten und Empfehlungen zusammengestellt, die aufbauend auf einer Betrachtung der aktuellen Situation eine Umsetzungsstrategie aufzeigen, die genutzt werden kann, alle 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.

Grundlage für zielgerichtete Entscheidungen

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.

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 Februar/März 2011 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 Zentrenabgrenzung 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.

Unter zusätzlicher Verwendung sekundärstatistischer Materialien, z. B. Flächenproduktivitäten nach Branchen, erfolgte im Anschluss unter Berücksichtigung der betriebs- und standortbezogenen Att-

Berechnung der Umsätze für das Jahr 2009

raktivität sowie der Befragungsergebnisse die Berechnung der Umsätze für das Jahr 2010.

Bei der textlichen, tabellarischen und kartographischen Darstellung des Einzelhandelsbestands werden im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts die einzelnen Sortimente in neun Gruppen zusammengefasst, so dass 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 Zentren prägende Funktion zu. Insbesondere gastronomische und öffentliche Einrichtungen verstärken die Belebung eines Zentrums und tragen dazu bei, so genannte 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

Gruppierung der Sortimente

*Komplementärnutzungen
und Leerstände*

*publikumsorientierte
Dienstleistungen*

- Massagepraxen und Physiotherapeuten
- Chemische Reinigungen, Waschalons
- 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 erhoben, wobei eine Zuordnung zu folgenden vier Obergruppen erfolgte:

Obergruppen der Komplementärnutzungen

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

Nach selber Systematik wurden auch die Vergnügungsstätten in der Stadt Brandenburg an der Havel aufgenommen. Diese sind in der BauNVO nicht vom Verordnungsgeber 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“¹.

Vergnügungsstätten

Zur Komplettierung der Informationen über die aktuelle und potenzielle Angebotssituation wurde zudem eine Befragung von 25 ausgewählten Betrieben des Einzelhandels und Ladenhandwerks vorgenommen. Methodische Hinweise zu den Befragungsaktionen finden sich im Abschnitt 2.4, Brandenburg an der Havel als Einzelhandelsstandort aus Händlersicht.

Einzelhandelsbefragung

1.1.3 Beteiligung

Eine projektbegleitende und fachbezogene Mitarbeit unterschiedlicher Akteure stößt schon während der Gutachtenerstellung einen Diskussionsprozess an und verbessert die Qualität der Untersuchung. Zudem kann mit einer breiten Akzeptanz der Ergebnisse und Empfehlungen gerechnet werden.

Kommunikationsstruktur

Dem Vorschlag von Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH entsprechend wurde eine projektbegleitende Arbeitsgruppe ge-

¹ Quelle: Fickert/Fieseler, Baunutzungsverordnung-Kommentar, 11. Auflage 2008

gründet, in der folgende Institutionen und Organisationen vertreten waren:

- Handelsverband Berlin-Brandenburg
- Industrie- und Handelskammer Potsdam, RegionalCenter Brandenburg an der Havel/Havelland
- Centermanagement des Einkaufszentrums Wust, des Beetzsee-Centers, des SB-Warenhauses Real Alte Potsdamer Straße, des Fachmarktstandorts Upstallstraße und Sankt Annen Galerie
- Citymanagement der Stadt Brandenburg an der Havel
- Gewerbeverein der Stadt Brandenburg an der Havel
- IG-City Brandenburg an der Havel
- Stadtmarketing- und Tourismusgesellschaft Brandenburg an der Havel
- Ausschuss Stadtentwicklung und Ausschuss Wirtschaft, Vergabe und kommunale Beteiligungen der Stadt Brandenburg an der Havel
- Vorsitz der Stadtverordnetenversammlung Brandenburg an der Havel
- Stadtverwaltung Brandenburg an der Havel
- Fraktionen der Stadt Brandenburg an der Havel
- Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

Zusammensetzung der Arbeitsgruppe

In diesem Gremium wurden in zwei Sitzungen die wichtigsten Arbeitsschritte, Zwischen- und Endergebnisse besprochen und diskutiert:

- 1. Arbeitskreissitzung am 11. Mai 2011 mit der Vorstellung der Vorgehensweise, des geplanten zeitlichen Ablaufs der weiteren Bearbeitungsschritte und von Zwischenergebnissen aus der Bestandserhebung und der Einzelhandelsbefragung
- 2. Arbeitskreissitzung am 6. Juni 2011 mit der Vorstellung weiterer Ergebnisse (Bausteine des Zentrenkonzepts, Handlungsbedarf bei der Nahversorgung sowie Ziele der Einzelhandelsentwicklung und Steuerungsmöglichkeiten)

Arbeitskreissitzungen

Durch die Abstimmung der Ergebnisse mit der Arbeitsgruppe sollte sichergestellt werden, dass die für die Umsetzungsphase bedeutsamen Entscheidungsträger von Anfang an eng eingebunden sind.

Nach Vorlage des Gutachtens ist eine Beteiligung („Partizipation“) der Bürger und der Träger öffentlicher Belange vorgesehen. Durch die Beteiligung der Öffentlichkeit sollen die Bürger die Möglichkeit haben, ihre Interessen und Rechtspositionen im Beschlussverfahren einzubringen. Vorab werden die wesentlichen Ergebnisse in einer öffentlichen Informationsveranstaltung vorgestellt (19. Juli 2011).

Bürger- und Öffentlichkeitsbeteiligung

Im Anschluss entscheiden der Ausschuss für Wirtschaft, Tourismus, kommunale Beteiligungen und Vergaben (11. August 2011), der Ausschuss für Stadtentwicklung (17. August 2011) und die Stadtverordnetenversammlung (31. August 2011) über die Verabschiedung des Konzepts.

Verabschiedung des Konzepts

1.2 Untersuchungsrelevante Rahmenbedingungen am Standort Brandenburg an der Havel

1.2.1 Lage im Raum und regionalplanerische Einstufung

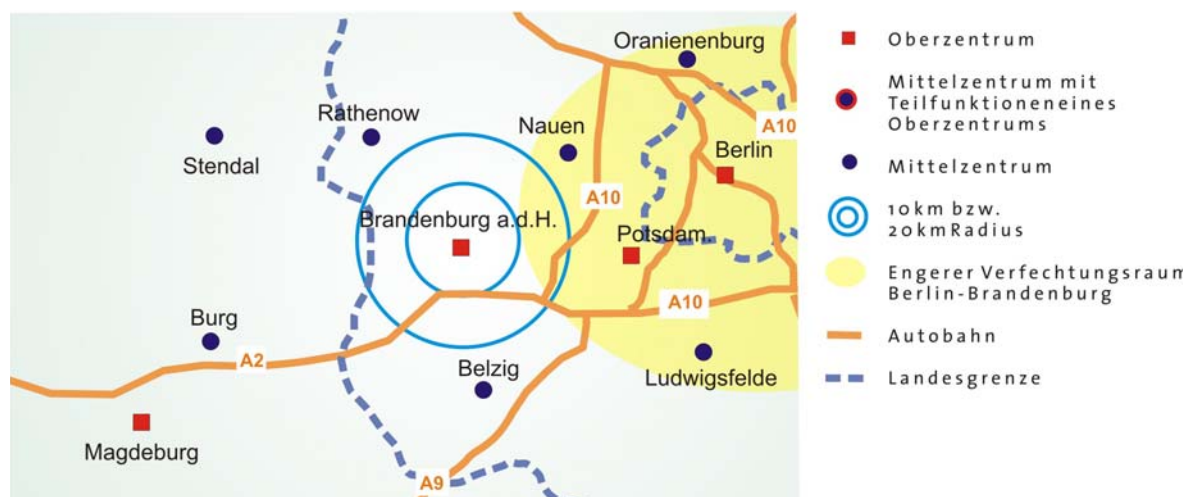
Die kreisfreie Stadt Brandenburg an der Havel befindet sich im Westen des Bundeslandes Brandenburg. Sie ist gemessen an der Fläche die größte Stadt und gemessen an der Einwohnerzahl die drittgrößte Stadt des Bundeslandes. Brandenburg an der Havel wird fast komplett vom brandenburgischen Landkreis Potsdam-Mittelmark umschlossen und grenzt nur im äußersten Nordwesten zudem 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 außerhalb des engeren Verflechtungsraumes um die Bundeshauptstadt Berlin – der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg – im sog. äußeren Entwicklungsraum. Durch die Funktion eines Oberzentrums übernimmt Brandenburg an der Havel eine Versorgungsfunktion 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).

Oberzentrale Versorgungsfunktion

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



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2011, nach Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg 2009 und Landesentwicklungsplan für das Land Sachsen Anhalt 1999.

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 den sog. Berliner Ring, die Bundesautobahn A 10 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) in 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. Zudem wird der Bahnhof Brandenburg an der Havel einmal täglich vom Inter City 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:

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 1/2: 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 zehn Ominbuslinien betrieben, die besonders in denen 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 Hauptschiffahrtweg 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 sechs Liegeplätze für Gütermotorschiffe vorhält.

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 31.11.2010 eine Einwohnerzahl von 71.789 Einwohnern auf, die sich nach der statistischen Stadtteilgliederung auf die acht Stadt- und Ortsteile Dom, Altstadt, Neustadt, Görden, Hohenstücken, Nord, Kirchmöser und Plaue verteilen. Anzumerken ist, dass durch die Fortschreibung des Stadtumbaukonzeptes im Jahr 2006 für die Stadt Brandenburg an der Havel eine andere Stadtteilgliederung (auch für zukünftige Fachplanungen) empfohlen wird, die den tatsächlichen funktionellen und städtebaulichen Zusammenhängen stärker Rechnung tragen soll². Um eine statistische Vergleichbarkeit des Einzelhandelskonzeptes mit der Untersuchung der GMA aus dem Jahre 2007 zu gewährleisten, wird innerhalb dieses Gutachtens in Abstimmung mit der Stadtverwaltung Brandenburg an der Havel auf die Berücksichtigung dieser neu definierten Stadtteile verzichtet.

Einwohnerzahl und Stadtgliederung

Tabelle 1 Einwohner in Brandenburg an der Havel am 31.12.2009 nach Stadtteilen

Einwohner nach Stadtteilen

Stadtteil	Einwohner
Dom	3.403
Altstadt	13.050
Neustadt	19.732
Görden	10.264
Hohenstücken	8.872
Nord	9.984
Kirchmöser	4.020
Plaue	2.550
Gesamtstadt	71.875

Quelle: Daten: Stadt Brandenburg an der Havel, Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2011

Anm: Für die Betrachtung der Bevölkerungszahl differenziert nach Stadtteilen liegen die Daten nur bis zum 31.12.2009 vor.

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

Seit der gesamtdeutschen Wiedervereinigung 1990 (ca. 90.000 Einwohner) hat die Stadt Brandenburg an der Havel einen Bevölkerungsrückgang um ca. 18.000 Einwohner zu verzeichnen. Damit betrug der Bevölkerungsrückgang in diesem Zeitraum etwa 20 %. In den letzten 10 Jahren ist eine etwas geringere Dynamik des Bevölke-

Einwohnerentwicklung 1990 bis 2010

² Stadt Brandenburg an der Havel & Ernst Basler + Partner GmbH (2006): Masterplan Stadt Brandenburg an der Havel



rungsrückganges zu verzeichnen. Von 77.516 Einwohnern im Jahr 2000 sank die Bevölkerungszahl auf 71.798 Einwohner Ende 2010. Dies entspricht einem Verlust von ca. 7 % 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.³

**Tabelle 2 Einwohnerentwicklung der Stadt Brandenburg an der Havel
1999 - 2010**

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*	71.798	92,6 %

*Anm.: Stand: November 2010

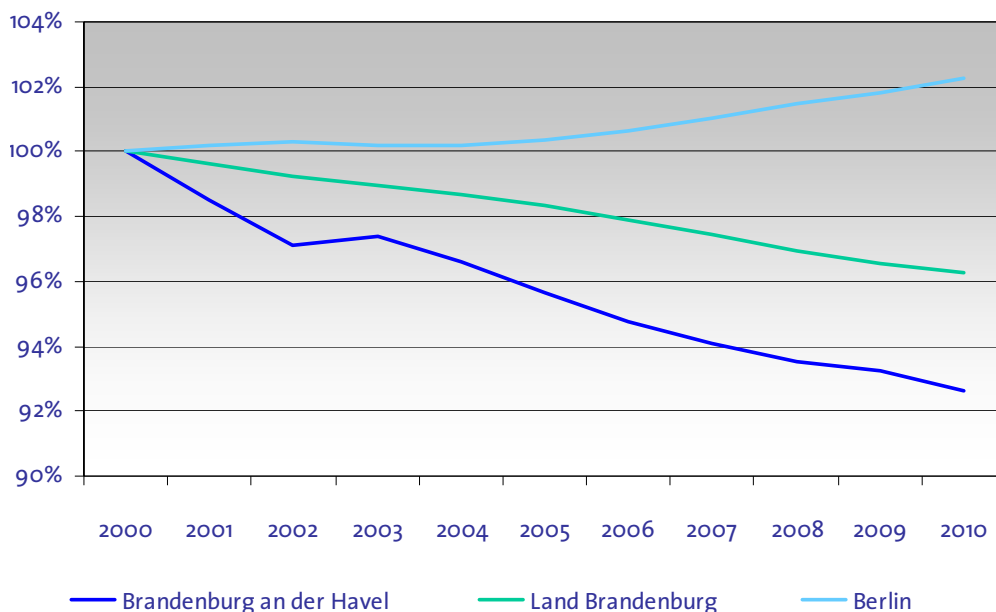
Quelle: Daten: Stadt Brandenburg an der Havel,
Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2011

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 2000 ca. 2 %).

³ Stadt Brandenburg an der Havel & Ernst Basler + Partner GmbH (2006):
Masterplan Stadt Brandenburg an der Havel



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



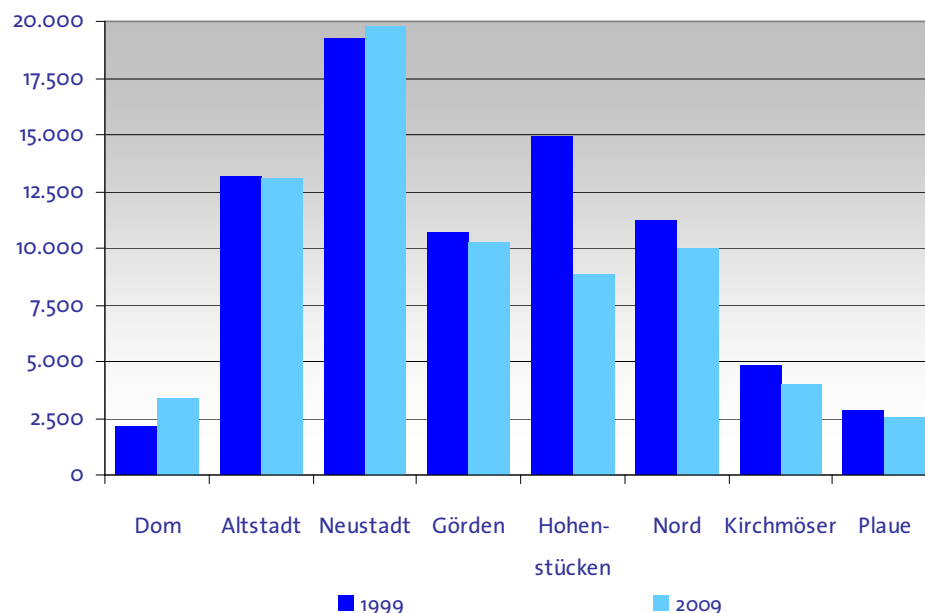
Quelle: Daten: Stadt Brandenburg an der Havel und Statistik Berlin-Brandenburg, Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2011

Differenziert nach Stadtteilen ist Hohenstücken als „Schrumpfkern“ zu bezeichnen. Innerhalb der letzten zehn Jahre war in diesem Stadtteil ein Bevölkerungsrückgang von ca. 40 % zu verzeichnen. Ebenfalls ein starker Rückgang der Bevölkerungszahl ist für die Stadtteile Kirchmöser (ca. 18 %), Nord (ca. 11 %) und Plaue (ca. 9 %) zu konstatieren. Einem Rückgang von rund 4 % in Görden steht eine nahezu stagnierende Bevölkerungsentwicklung im südöstlich angrenzenden Stadtteil Altstadt gegenüber. Der bevölkerungsreichste Stadtteil Neustadt verzeichnete im Betrachtungszeitraum ein Bevölkerungswachstum von ca. 3 %. 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 2009



Quelle: Daten: Stadt Brandenburg an der Havel und Statistik Berlin-Brandenburg, Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2011

Um Aussagen zu der zukünftigen Bevölkerungsentwicklung der Stadt Brandenburg an der Havel treffen zu können, kann auf die im Dezember 2010 aktualisierte Bevölkerungs- und Wohnungsmarktprognose der Stadt Brandenburg an der Havel zurückgegriffen werden. Hier werden ein Leitbildszenario („best case“) und ein Stagnationsszenario („Worst Case“) unterschieden. Die Annahmen zur natürlichen Bevölkerungsentwicklung wurden für beide städtischen Prognoseszenarien übernommen. Diese gehen für das Jahr 2015 von einem negativen Saldo von -460 Personen/Jahr, für das Jahr 2020 von -610 Personen/Jahr und für das Jahr 2025 bereits von -710 Personen/Jahr aus. Die „Stellschraube“ der beiden Szenarien bleibt somit einzig die prognostizierte Migration.

Bevölkerungsprognose

Im Leitbildszenario wird von einer Stabilisierung des Arbeitsmarktes und einem wachsenden Fachkräftebedarf ausgegangen. Zudem kann der Einwohnerverlust aufgrund der Suburbanisierung in Nachbargemeinden durch attraktive Wohnangebote in der Stadt – insbesondere in der Kernstadt – kompensiert werden. Außerdem erfährt der Wohnstandort Brandenburg an der Havel eine Attraktivitätssteigerung, die aus den Versorgungsdefiziten im ländlichen Raum sowie einer wachsenden Nachfrage aus dem Ballungsraum Berlin nach urbanen Wohnformen in gut erreichbaren Kernstädten resultiert. Diese angenommenen Rahmenbedingungen begründen schnell abnehmende Wanderungsverluste der Stadt, die schließlich ab dem Jahr 2015 in kontinuierliche Wanderungsgewinne münden. Im Rahmen des Leitbildszenarios wird letztendlich für das Jahr 2025 eine

Bevölkerungsentwicklung im „best case“

Einwohnerzahl von 64.861 prognostiziert. Dies würde einem Bevölkerungsrückgang von ca. 10 % gegenüber 2010 entsprechen.

Das Stagnationsszenario geht dagegen von negativen migrationsbeeinflussenden Konstellationen aus:

Bevölkerungsentwicklung im „Worst Case“

- Die Arbeitsplatzverluste können nicht durch entsprechende Neuanstellungen kompensiert werden.
- Signifikante arbeitsplatzbezogene Abwanderungen werden eintreten.
- Die Suburbanisierung in Nachbargemeinden führt zu Einwohnerverlusten, welche nicht durch attraktive Eigentumsangebote in der Stadt - insbesondere in der Kernstadt – entgegengetreten wird.
- U. a. durch eingeschränkte Attraktivitäten und Versorgungsangebote der Stadt Brandenburg an der Havel, können nur in geringem Maße Zuzüge aus der Region generiert werden.

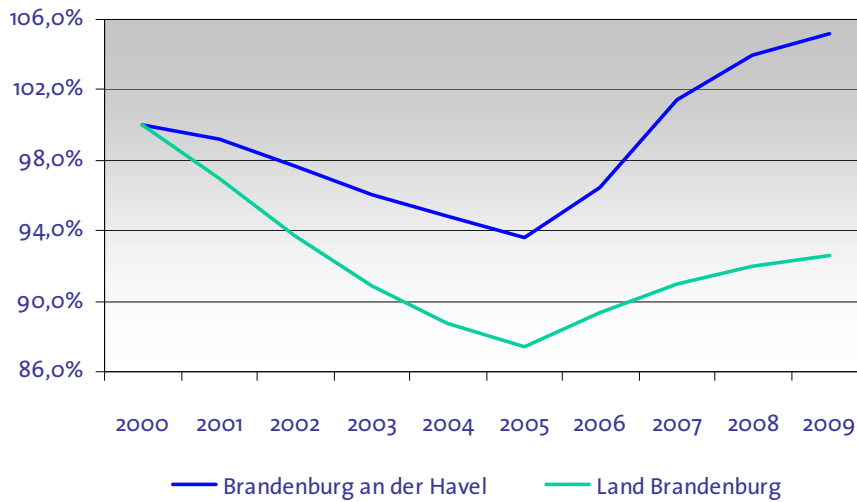
Diese Annahmen führen zu einer prognostizierten Bevölkerungszahl von 61.711 Einwohnern im Jahr 2030. Gegenüber 2010 würde dies einen Bevölkerungsrückgang von ca. 14 % bedeuten. Die im Rahmen dieser Untersuchung anzusetzende Kaufkraft- und Umsatzprognose des Einzelhandels für das Jahr 2025 berücksichtigt beide Szenarien der Bevölkerungsentwicklung.

1.2.3 Wirtschaftsstruktur und Arbeitsplätze

Als historisch gewachsener Wirtschaftsstandort besaß die Stadt Brandenburg an der Havel lange Zeit traditionelle Stärken im Industriebereich. 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 Technologiestandort vollziehen.

Bedeutung von Gewerbe und Industrie

Abbildung 5 Entwicklung der Sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort im Vergleich von 2000 bis 2009 (2000 = 100%)



Quelle: Daten: Stadt Brandenburg an der Havel und Amt für Statistik Berlin Brandenburg,
Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2011

Im Jahr 2009 wurden in Brandenburg an der Havel 26.714 Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte registriert. Dies ist trotz der abnehmenden Bevölkerungszahl der höchste Wert im Betrachtungszeitraum und bedeutet einen Anstieg von ca. 5,2 % seit dem Jahr 2000. Im Bundesland Brandenburg wurden im selben Jahr 740.643 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 überproportional gegenüber der des Landes Brandenburg angestiegen ist.

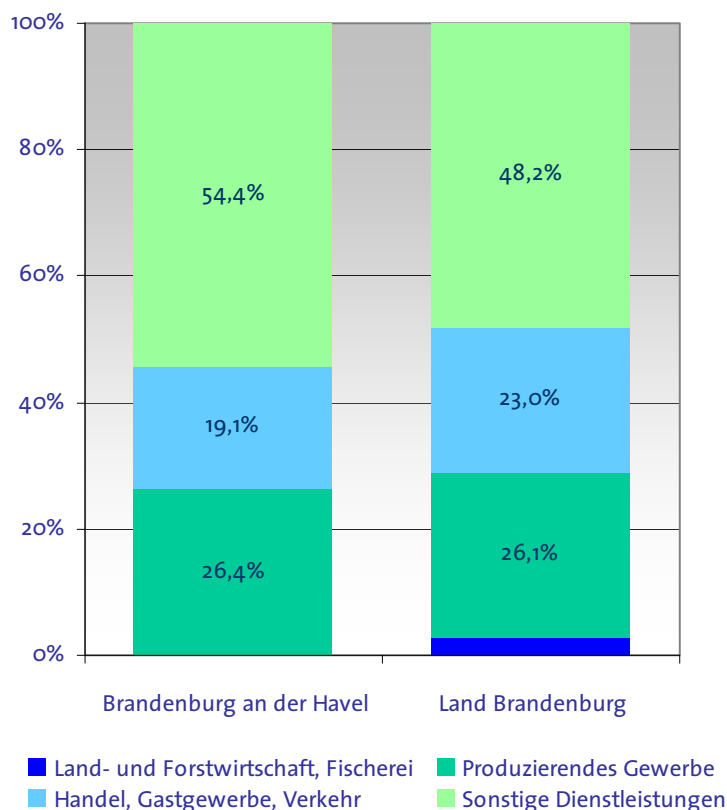
Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Vergleich

Betrachtet man die Aufteilung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten auf die Wirtschaftsbereiche so wird erkennbar, dass der Wandel vom Industriestandort weitgehend vollzogen wurde. Ende des Jahres 2009 waren ca. 54,4 % der insgesamt 26.714 in Brandenburg an der Havel sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Bereich der sonstigen Dienstleitungen tätig. Dies bedeutet gegenüber dem Landesdurchschnitt ein Plus von ca. 6,2 %.

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: 31.12.2008
 Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2011

Vergleicht man die Werte mit den Daten des GMA-Einzelhandelskonzepts für die Stadt Brandenburg an der Havel im Jahr 2007, zeigt sich, dass gerade im Bereich der Dienstleistungen eine prozentuale Zunahme der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten seit 2005 zu konstatieren ist. Damals lag der Anteil noch unter dem Landesdurchschnitt.

Auch im Bereich des produzierenden Gewerbes liegt der Anteil mit ca. 26,4 % leicht über dem Landesdurchschnitt. Besonders die international agierenden Produktionsunternehmen wie die Heidelberger Druckmaschinen AG, die ZF Getriebe GmbH, die Brandenburger Elektrostahlwerke GmbH, die Voestalpine BWG Gesellschaft mbH & Co. KG, die Bosch Solar Cis Tech GmbH sowie die RapidEye AG strahlen positiv auf die gesamtstädtische Wirtschaft aus.

In den beiden übrigen Wirtschaftsbereichen liegt die Beschäftigung in Brandenburg an der Havel dagegen unter dem Landesdurchschnitt. Die Beschäftigten im Bereich der Land- und Forstwirtschaft, Fischerei machen nur einen Anteil von etwa 0,1 % der insgesamt in der Stadt beschäftigten Personen aus.

Trotz des gegenüber dem Landesdurchschnitt 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 Befestigungsanlagen (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 topographischen Lage der Stadt in einer ausgeprägten Seen- und Wasserstraßen- / Kanallandschaft.

*Touristische Bedeutung der Stadt
Brandenburg an der Havel*

Im Jahr 2009 wurde das Übernachtungsangebot in Brandenburg an der Havel von 19 Beherbergungsstätten geprägt, die über 929 Gästebetten verfügten. Dies bedeutet gegenüber dem Jahr 2005 zwar einen Rückgang um vier Beherbergungsbetriebe, allerdings in Verbindung mit einer nahezu konstanten Gästezahl, so dass die nun vorhandenen Betriebe leistungsfähigere Größenordnungen aufweisen. Bezüglich der Gästeankünfte und der Übernachtungszahlen ist seit 2005 ein deutlicher Anstieg zu verzeichnen. Die Zahl der Ankünfte stieg von 35.688 auf 56.714 (+ ca. 59 %) und die der Übernachtungen von 79.157 auf 139.281 (+ ca. 76 %). Auch die Aufenthaltsdauer steigerte sich von durchschnittlich 2,2 Tagen im Jahr 2005 auf durchschnittlich 2,5 Tage im Jahr 2009.⁴

Übernachtungsangebote

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.⁵ Dies bedeutet für die Übernachtungen im Stadtgebiet eine Gesamteinnahme von ca. 15,25 Mio. Euro p.a. Der auf den Einzelhandel entfallende Anteil der durchschnittlichen touristischen Tagesausgaben liegt im Mittel bei 18 Euro. Pro Jahr beträgt der Anteil des Einzelhandels an der gesamttouristischen Wertschöpfung somit ca. 2,5 Mio. Euro.

*Wertschöpfung durch den
Tourismus*

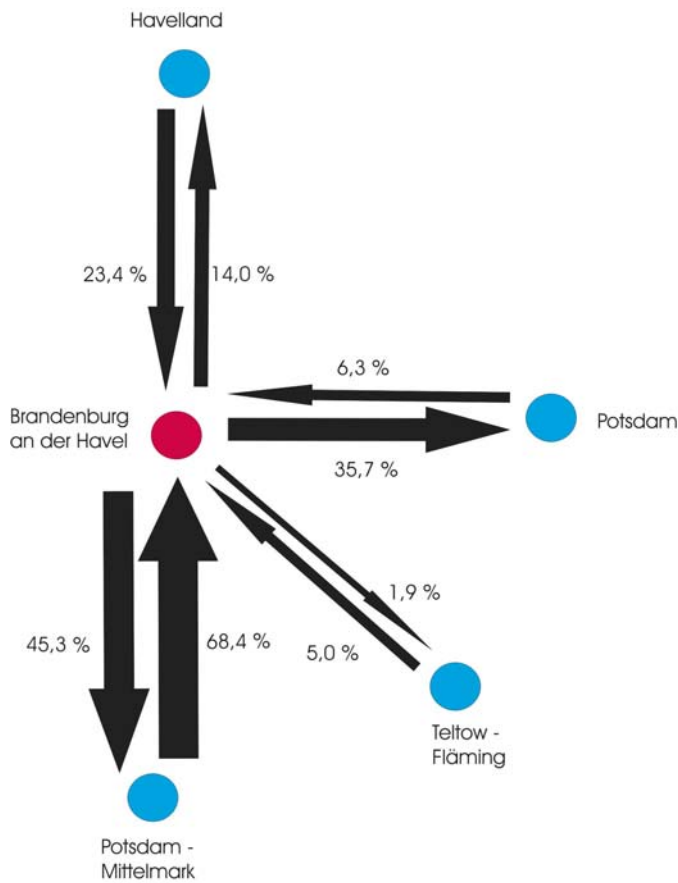
Mit der ansteigenden Beschäftigung in Brandenburg an der Havel steigt auch die Zahl der Einpendler und der Auspendler. Im Jahr 2008 wurden 10.544 Einpendler und 8.217 Auspendler gezählt. Dies bedeutet ein positives Pendlersaldo von 2.327 Beschäftigten. Der Anteil der Einpendler an der gesamten Beschäftigtenzahl lag mit 40,4 % nur geringfügig höher als im Vorjahr.

*Pendlerbewegungen in
Brandenburg an der Havel*

⁴ Quelle: Stadt Brandenburg an der Havel, Wirtschaft & Arbeitsmarkt 2009

⁵ Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2010: Deutschlandweite Gesamtjahresergebnisse 2009/2010.

Abbildung 7 Pendlerverflechtungen 2008 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 2010

Insgesamt bewegen sich ca. 76 % der Einpendler und 56 % 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 68,4 % aller Einpendler nach Brandenburg an der Havel aus diesem Verflechtungsraum kommen aus Potsdam-Mittelmark und ca. 45,3 % der Auspendler arbeiten in diesem Landkreis. Die Stadt Potsdam ist dagegen vor allem Ziel von Pendlerströmen aus Brandenburg an der Havel (35,7 %), während aus dem Landkreis Havelland vornehmlich Beschäftigte generiert werden (23,4 %). Der Landkreis Teltow-Fläming spielt nur eine untergeordnete Rolle in Bezug auf die für Brandenburg an der Havel relevanten Pendlerbewegungen innerhalb des definierten Raumes.⁶

Pendlerbewegungen im engeren Verflechtungsraum

⁶ Quelle: Stadt Brandenburg an der Havel, Wirtschaft & Arbeitsmarkt 2009

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

1.3.1 Bedeutung des Einzelhandels für die Stadtentwicklung

Die Entwicklung des Einzelhandels und der Stadtstrukturen beeinflussen einander. Einzelhandel bewirkt in integrierten Lagen oftmals Baudichte, Passantenfrequenz und Nutzungsmischung und ist 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.

Stadtbildende Funktion des Einzelhandels

Die Entwicklung des Einzelhandels wird von Veränderungen in Angebot und Nachfrage beeinflusst. Es wird davon ausgegangen, dass sich einige der nachfolgend skizzierten Entwicklungstendenzen unabhängig von öffentlichen Eingriffen fortsetzen, andere wiederum sind durch gezielte Stadtentwicklungspolitik beeinflussbar.

Angebot und Nachfrage

1.3.2 Entwicklungen auf der Angebotsseite

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

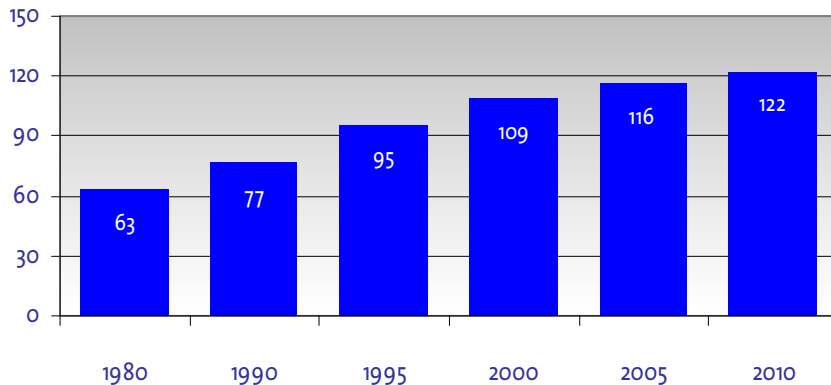
Seit 1970 hat sich in Deutschland die Verkaufsfläche des Ladenhandels auf aktuell ca. 122 Mio. qm mehr als verdreifacht.⁷ In annähernd allen Branchen ist diese Tendenz seit Jahren ungebrochen.

Verkaufsflächenwachstum und steigende Betriebsgrößen

⁷ vgl. EHI Handel aktuell 2009/2010 S.174



Abbildung 8 Verkaufsflächenentwicklung im Einzelhandel 1980 - 2010 (in Mio. qm)



Quelle: Datengrundlage: EHI, Handel aktuell 2009/2010
Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

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 eine Verschlechterung von Serviceleistungen sowie die weitere Verdrängung von Kleinstrukturen, die aufgrund ungünstigerer Einkaufskonditionen im Preiskampf nicht mehr mithalten können.

Verkaufsflächenproduktivität

Ein Wandel der Betriebsformen und Betriebskonzepte führt zu steigendem Wettbewerbsdruck v. a. bei inhabergeführten Geschäften. Dieser Wandel verläuft häufig in Verbindung mit einer zunehmenden Großflächigkeit und Discountisierung. Beispielhaft ist hierzu der Lebensmitteleinzelhandel aufzuführen, bei dem im europäischen Vergleich der Preiskampf in Deutschland mit am größten ist. Die steigende Dominanz des Discountbereichs wird anhand der Entwicklung des Umsatzanteils am gesamten Lebensmitteleinzelhandel deutlich: Seit 1990 hat sich der Umsatzanteil der Discounter von 23,7 % auf 42,2 % im Jahre 2007 fast verdoppelt - Tendenz weiter steigend.⁸ Wesentliche Einbußen mussten neben den traditionellen kleineren SB-Lebensmittelgeschäften auch die Supermärkte hinnehmen.

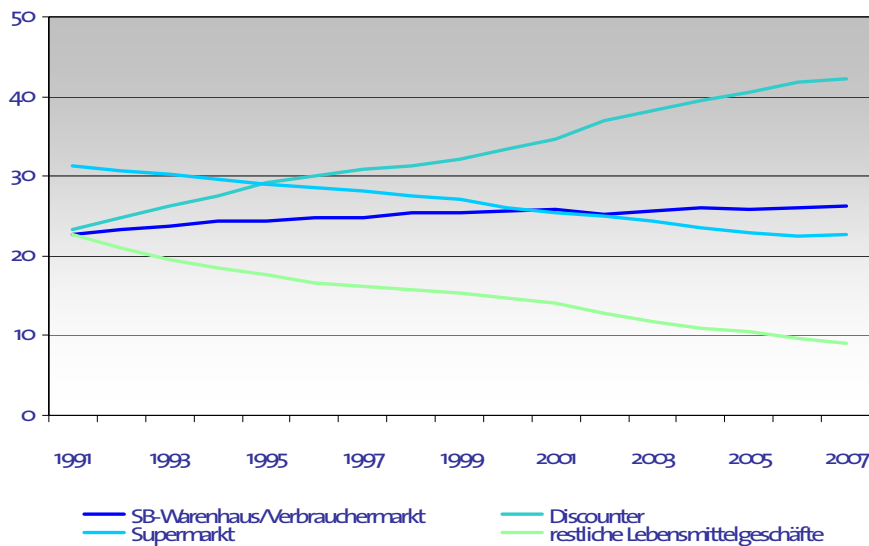
Discountorientierung

In anderen Branchen, z. B. Drogeriewaren, Textilien, Schuhe, Sportartikel, verläuft diese Entwicklung zu Gunsten von Fachmärkten und zu Lasten 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.⁹

⁸ EHI: Handel aktuell 2009/2010, S. 192.
⁹ EHI: Handel aktuell 2009/2010, S. 236.



Abbildung 9 Umsatzanteile des Lebensmitteleinzelhandels nach Betriebstypen von 1991 bis 2007 (in %)



Quelle: Datengrundlage: EHI. Handel aktuell 2009/2010 und frühere Ausgaben
 Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

In dem angespannten Wettbewerb um Umsatzanteile haben Preisdumping und Unternehmensübernahmen zu immer stärkeren Konzentrationsprozessen und höherem 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. Mit E-Commerce erobern virtuelle Einkaufsplätze die Gunst der Kunden. So stieg der Umsatz des Online-Handels von 1,0 Mrd. EUR im Jahre 2000 auf 13,4 Mrd. EUR im Jahre 2008. Dies entspricht bereits über 7 % des Gesamtumsatzes im Einzelhandel. Für das Jahr 2009 wird ein weiterer Anstieg des Umsatzes auf 15,4 Mrd. EUR prognostiziert.¹⁰ Anfänglich waren es hauptsächlich Bücher und Unterhaltungselektronik/IT, die über E-Commerce nachgefragt wurden. Mittlerweile ist der Online-Handel in fast allen Branchen spürbar. Auch der Bereich Teleshopping weist kontinuierliche Umsatzzuwächse von jährlich ca. 20 % auf. Damit verliert der stationäre Einzelhandel kontinuierlich Marktanteile.

Veränderungen der Vertriebsstrukturen

¹⁰ EHI. Handel aktuell 2009/2010, S. 232.

Tabelle 1 TOP-Ten-Textileinzelhandelsumsatz 2007

Unternehmen	
Arcandor, Essen	4.170
Otto, Hamburg	3.406
Metro, Düsseldorf	3.077
C & A Mode, Düsseldorf	2.933
Hennes & Mauritz, Hamburg	2.395
Peek & Cloppenburg, Düsseldorf	1.511
Tengelmann, Mülheim Ruhr	1.498
Aldi-Gruppe ,Essen/Mühlheim/R.	1.050
Lidl, Neckarsulm	1.050
Tchibo, Hamburg	1.077

Quelle: Datengrundlage: EHI. Handel aktuell 2009/ 2010
Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

Zudem kommt es zu einer Art „Aufweichung“ der bisherigen Betriebstypenstrukturen. Die Firma Tchibo hat sich lange Zeit als Mehrbranchenanbieter positioniert, der Kaffee-Verkauf degradierte zur Nebeneinnahme. Die Lebensmitteldiscounter Aldi und Lidl erreichen hohe Umsatzanteile und Marktbedeutung mit Aktionsware, beispielhaft dafür ist die Betrachtung der umsatzbezogenen TOP-Ten im Textileinzelhandel.

Aufgrund des fortwährenden Kampfes um Marktanteile nimmt die Vertikalisierung im Einzelhandel zu, sie steht für die Ausklammerung von Zwischenstufen (z. B. Großhandel) des Handels durch Realisierung eigener Shops oder enger Zusammenarbeit mit anderen Handelspartnern (z. B. Esprit, H & M, Ikea, Aldi), um sich hierdurch vor allem gegenüber anderen Filialisten, dem Fachhandel und dem Versandhandel behaupten zu können.

1.3.3 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 demographischer und gesellschaftlicher Wandel vollzogen, der sich in einer Veränderung der Altersstrukturen und 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 zunehmend sinken wird.

Die immer stärkere Preis- und Pkw-Orientierung der Kunden hat zu den heutigen Strukturen geführt. Das so genannte Smartshopping¹¹ 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 von wachsenden Ausgaben in anderen Bereichen (z. B. Energie) und zunehmender Preisorientierung der Verbraucher sinkt der Ausgabenanteil der Kunden für Einzelhandel seit Jahren. Lag der Anteil des Einzelhandels an den privaten Konsumausgaben im Jahr 1995 noch bei über 35 %, wurde im Jahr 2008 nur noch ein Anteil von ca. 28 % erreicht.¹² Insgesamt wird die Einzelhandelskaufkraft in den nächsten Jahren voraussichtlich nur in geringem Maße ansteigen.

Anteil Einzelhandelsumsatz 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 (Steigerung der Lebenserwartung und Reduzierung der Gesamtbevölkerung) 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 investiert 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 Vertriebsysteme durch die Einzelhandelsunternehmen geführt.

1.3.4 Auswirkungen auf die Stadtentwicklung

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

¹¹ Smart Shopper: Die Kaufentscheidung orientiert sich ausschließlich an Preisgünstigkeit und -würdigkeit; die Folgen im Kundenverhalten sind eine intensive Informationssuche vor dem Kauf, Vorratskäufe bei Angeboten, Internetshopping, Nutzung von Coupons und Kundenkarten.

¹² Quelle: Statistisches Bundesamt, HDE-Berechnungen 2007 (Einzelhandel ohne Kfz-Handel, Kraft- und Brennstoffe sowie Apotheken).

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 sowie Kaufkraft aus den Zentren abgezogen. In den Innenstädten haben die Warenhäuser und der Fachhandel als Leitbetriebe an Bedeutung eingebüßt. Allerdings ist hinsichtlich der Shopping-Center festzuhalten, dass hier in den letzten Jahren eine Trendwende eingeleitet hat:

Funktionsverluste in den Stadtzentren

Während Einkaufszentren seit den 60er Jahren vorzugsweise außerhalb bestehender Versorgungsstrukturen auf der „Grünen Wiese“ angesiedelt wurden, werden in den letzten Jahren neue Einkaufszentren zum überwiegenden Teil innerhalb von Innenstädten bzw. Stadtteilzentren 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; die Zuschnitte bestehender Ladeneinheiten entsprechen vielerorts nicht mehr aktuellen Ansprüchen. Die eigentümerübergreifende Vergrößerung von bestehenden Ladeneinheiten stellt eine besondere Herausforderung dar, die u. a. in Immobilien- und Standortgemeinschaften gelöst werden können.

Flächenansprüche

Leistungsfähige Lebensmittelanbieter fragen heute Standorte mit mindestens 800 qm Verkaufsfläche nach. Es muss daher davon ausgegangen werden, dass Lebensmittelbetriebe ohne Erweiterungsmöglichkeiten in vielen Fällen aufgeben werden. Bei fehlenden Entwicklungsflächen in den kleineren Zentren kann dann die Funktionsfähigkeit des gesamten Zentrums gefährdet sein. Beim Verlust des Lebensmittelmagnetbetriebs entsteht i. d. R. ein Trading-Down-Prozess, und weitere Geschäfte müssen aufgrund fehlender Laufkundschaft schließen. Auch andere Infrastruktureinrichtungen (z. B. Poststellen, Bankfilialen) ziehen sich aus den (ehemaligen) Versorgungsschwerpunkten zurück. Diese Entwicklungen verlaufen entgegen einem stadtpolitischen Ziel der „kurzen Wege“. In der Brandenburger Bevölkerung sind insbesondere immobile Bevölkerungsteile betroffen, die auf eine wohnungsnah Grundversorgung angewiesen sind. Mit dem demografischen Wandel steigt dieser betroffene Bevölkerungsteil weiter an.

Nahversorgung

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

Infrastrukturkosten

Die durch die steigenden Betriebsgrößen hervorgerufenen größeren Einzugsbereiche der Betriebe fördern den Anstieg des Individualverkehrs. Die Realisierung einer städtischen Funktionsmischung von Wohnen und Versorgung - und damit die Möglichkeit zur Reduzierung von Verkehr - wird immer schwieriger. Die schwindende Attraktivität von Zentren kann darüber hinaus zur Vernachlässigung von Investitionen in den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) führen.

Individualverkehr

In Gewerbe- und Industriegebieten bieten Entwicklungsflächen entlang von Hauptverkehrsstraßen aufgrund ihrer guten Pkw-Erreichbarkeit für viele Einzelhandelsunternehmen attraktive Alternativstandorte zu den Stadtzentren. Einzelhandelsunternehmen sind im Vergleich zu anderem Gewerbe zur Zahlung höherer Bodenrenten fähig, was zur Verdrängung des vorhandenen Gewerbes 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 gesamtstädtische 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 Einzelhandelsausstattung und Leistungsfähigkeit

2.1.1 Einzelhandel nach Angebotsschwerpunkt

Im Brandenburger Stadtgebiet wurden im Februar/März 2011 insgesamt 601 Betriebe des Ladeneinzelhandels und -handwerks mit 162.985 qm Verkaufsfläche erhoben. Auf Grundlage dieser Verkaufsfläche wurde im Jahr 2010 ein Bruttoumsatz von ca. 427,2 Mio. EUR generiert.

Einzelhandelsbestand der Stadt Brandenburg an der Havel

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

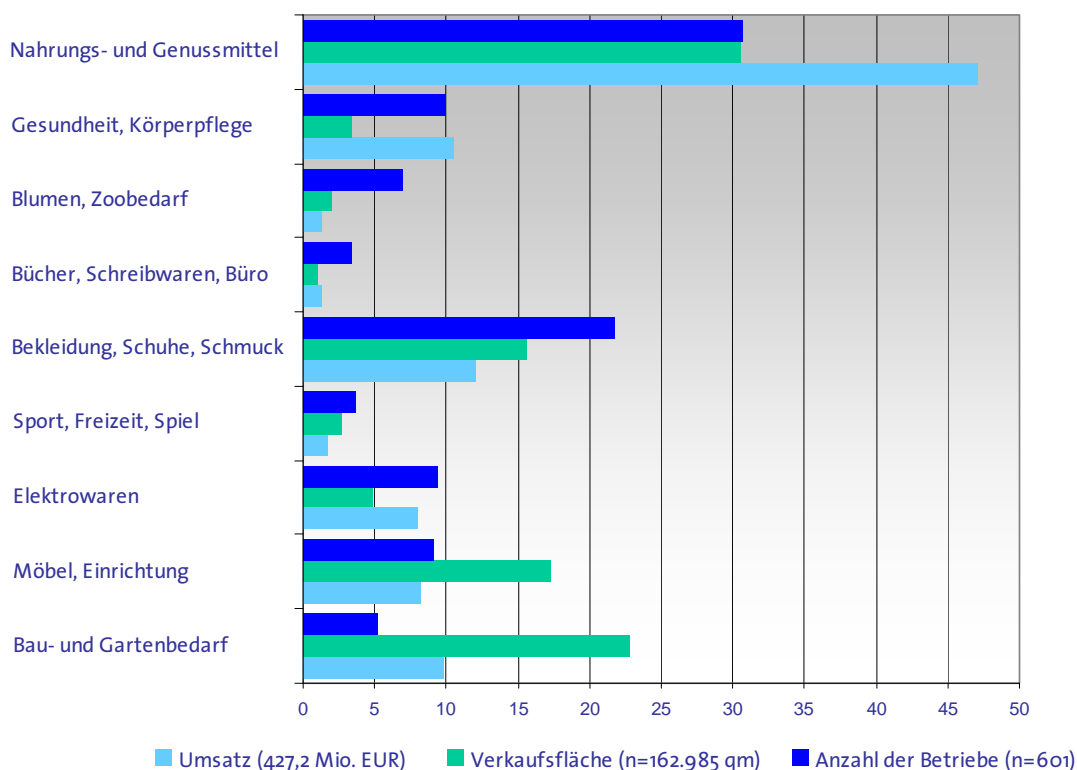
Überwiegend kurzfristiger Bedarf

- Im Nahrungs- und Genussmittelbereich wird von 184 Betrieben (= ca. 31 % der ansässigen Betriebe) auf fast einem Drittel der Gesamtverkaufsfläche (ca. 49.720 qm) annähernd die Hälfte des gesamten Einzelhandelsumsatzes (ca. 201,1 Mio. EUR) der Stadt Brandenburg an der Havel generiert. Die Betriebsstruktur weist eine Mischung aus drei SB-Warenhäusern, acht Lebensmittel-Vollsortimentern (davon fünf oberhalb der Schwelle zur Großflächigkeit) und 22 Lebensmitteldiscountern (vier großflächige) sowie sieben größeren Getränkemärkten (> 200 qm) auf. Daneben besteht eine Vielzahl kleinstrukturierter Betriebe (v. a. Getränkemärkte, Fachgeschäfte und Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie 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 Größe 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 2011, Erhebung März 2011

Tabelle 2 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	184	30,6	49.720	30,5	201,1	47,1
Gesundheit, Körperpflege	60	10,0	5.485	3,4	45,1	10,6
Blumen, Zoobedarf	42	7,0	3.150	1,9	5,2	1,2
Bücher, Schreibwaren, Büro	20	3,3	1.770	1,1	5,4	1,3
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	131	21,8	25.560	15,7	51,6	12,1
Sport, Freizeit, Spiel	22	3,7	4.290	2,6	7,4	1,7
Elektrowaren	56	9,3	7.875	4,8	34,4	8,0
Möbel, Einrichtung	55	9,2	28.030	17,2	35,1	8,2
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	31	5,2	37.105	22,8	42,0	9,8
Summe	601	100	162.985	100	427,2	100

Anm.: Verkaufsflächen auf 5 qm gerundet

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

- Der Sparte Gesundheit und Körperpflege sind rund 10 % der Betriebe (60 Betriebe) mit einem Verkaufsflächenanteil von ca. 3 % (ca. 5.485 qm) und einem Umsatzanteil von rund 11 % (ca. 45,1 Mio. EUR) zuzuordnen. Die größten Betriebseinheiten werden durch dreizehn filialisierte Drogerien und Parfümerien gebildet. 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 7 % der Betriebe, rund 2 % der Verkaufsfläche und rund 1 % besonders mehrere Fachmärkte für Zoobedarf außerhalb der integrierten Versorgungslagen hinzuweisen. Fünf dieser Märkte halten zusammen ca. 50 % der Verkaufsfläche der gesamten Warengruppe vor (ca. 1.695 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. 3 %) generieren auf ca. 3.150 qm (ca. 1 %) einen Umsatzanteil von ca. 1,3 % (ca. 5,4 Mio. EUR). Der im Vergleich zu Blumen/Zoobedarf höhere Umsatzanteil bei einer geringeren Verkaufsfläche resultiert aus der höheren Flächenproduktivität. Mit Ausnahme dreier größerer Fachgeschäfte des Buchhandels, wird auch diese Warengruppe durch kleine Betriebseinheiten geprägt.
- Die Warengruppen Bekleidung, Schuhe, Schmuck (inkl. Sportbekleidung, Sportschuhe) bildet hinsichtlich der Anzahl der Betriebe (131 = ca. 22 %) nach der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel die zweitgrößte Warengruppe der Stadt Brandenburg an der Havel. Auf insgesamt ca. 25.560 qm Verkaufsfläche (ca. 15,7 %) werden ca. 51,6 Mio. EUR (ca. 12 %) Umsatz generiert. Die Betriebseinheiten konzentrieren sich insbesondere auf die Innenstadt sowie auf die dezentralen Versorgungsstandorte Einkaufszentrum Wust und Beetzsee-Center. Acht Betriebe weisen eine Verkaufsfläche über 800 qm auf. Das Angebot wird in hohem Maße durch Fachmarktfilialen geprägt (H&M, C&A, Adler, AWG Mode Center, 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. 4.290 qm (ca. 3 %) und einen Umsatzanteil am Gesamtstädtischen Umsatz von etwas weniger als 2 % (ca. 7,4 Mio.

Bücher, Schreibwaren, Büro

Bekleidung, Schuhe, Schmuck

Sport, Freizeit, Spiel

EUR) repräsentiert. Neben einem Fachmarkt für Spielwaren, sind insbesondere größere Fachgeschäfte mit Anglerbedarf und Fahrrädern für diese Warengruppe strukturprägend.

Überwiegend langfristiger Bedarf

- In der Warengruppe Elektrowaren wird die zweithöchste Flächenproduktivität in der Stadt Brandenburg an der Havel erzielt. Die 56 diesem Bereich zugehörigen Betriebe generieren auf ca. 5 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche (ca. 7.875 qm) einen Umsatzanteil von rund 8 % (ca. 34,4 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 55 Betriebe in Brandenburg an der Havel repräsentiert (ca. 9 %). Diese generieren auf etwa 17 % der städtischen Verkaufsfläche (ca. 28.000 qm) einen Umsatzanteil von rund 8 % (ca. 35,1 Mio. EUR). Die sich aus diesem Verhältnis ergebende Flächenproduktivität ist branchenüblich als vergleichsweise gering zu konstatieren. Sieben Anbieter der Warengruppe Möbel/Einrichtung sind als großflächig zu bezeichnen (u. a. Roller, Hammer, Möbeloase, REPO Restpostenmarkt).
- Auf die Warengruppe Bau-, Gartenbedarf und Autozubehör entfallen rund 5 % der Betriebe, rund 23 % der Verkaufsfläche und ca. 10 % 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

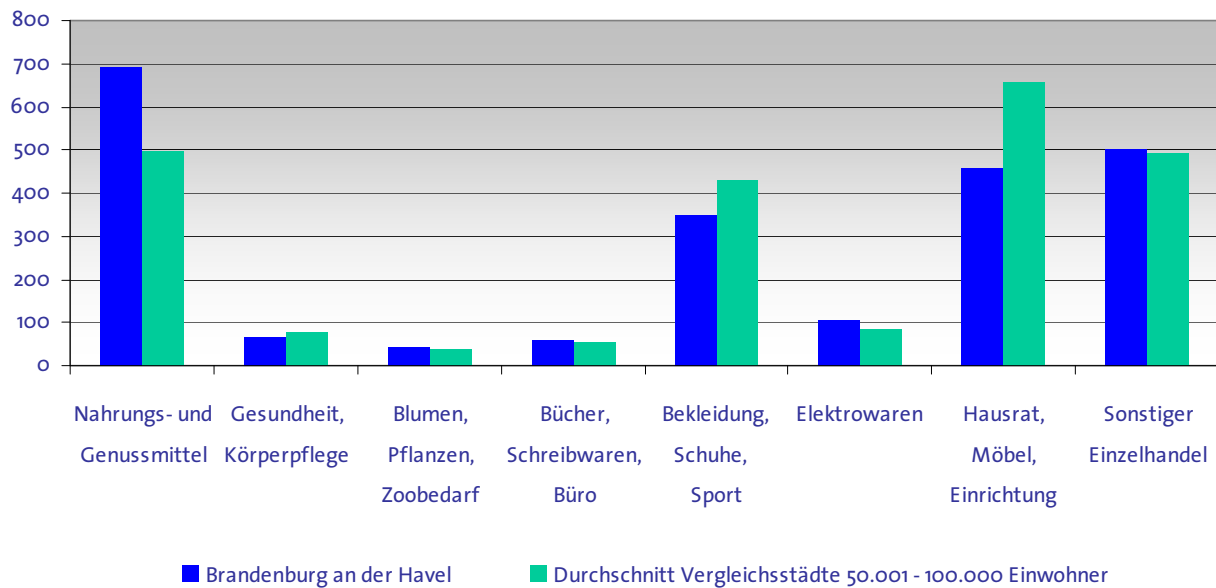
Bau-, Gartenbedarf und Autozubehör

2.1.2 Verkaufsflächenausstattung im Vergleich

Zur Bewertung des Einzelhandelsbestandes der Stadt Brandenburg an der Havel wird die Verkaufsflächenausstattung bezogen auf die Einwohnerzahl der Stadt Brandenburg an der Havel dem Durchschnittswert aus Vergleichskommunen (Städte mit Einwohnerzahlen zwischen 50.001 und 100.000 Einwohnern) gegenübergestellt.

Ausstattungskennziffern

Abbildung 11 Verkaufsfläche in qm pro 1.000 Einwohner im Vergleich



Anm.: Zur Bewertung wird die Verkaufsflächenausstattung - bezogen auf die Einwohnerzahl der Stadt Brandenburg an der Havel - dem Durchschnittswert aus 18 Vergleichskommunen mit 50.001 bis 100.000 Einwohnern gegenübergestellt

Quelle: Daten: GMA, Kennziffern des Einzelhandels in Deutschland und Österreich 2007, Ludwigsburg 2007 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen); Darstellung und Berechnung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2011, eigene Erhebung März 2011,

Bei einer Einwohnerzahl von 71.789 und einer Verkaufsflächenausstattung von ca. 162.985 qm ergibt sich eine Verkaufsfläche pro 1.000 Einwohner von ca. 2.270 qm. Dieser Wert liegt knapp unter dem Vergleichswert von ca. 2.340 qm Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner.

Verkaufsflächenausstattung insgesamt

Differenziert nach Branchen ergibt sich für die Verkaufsflächenausstattung der Stadt Brandenburg an der Havel hingegen ein sehr heterogenes Bild. Die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel weist mit ca. 692 qm Verkaufsfläche pro 1.000 Einwohner eine deutlich überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung der Stadt Brandenburg an der Havel auf. Verkaufsflächendefizite sind dagegen vor allem in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe, Sport und Hausrat, Möbel, Einrichtung zu erkennen. In allen anderen Warengruppen ergeben sich nur leicht Abweichungen zum Durchschnitt der Vergleichsstädte.

Verkaufsflächenausstattung nach Branchen

In den Warengruppen mit einer unterdurchschnittlichen Verkaufsflächenausstattung sind die Abweichungen unter Berücksichtigung aktueller Einkaufsorientierungen, der Wettbewerbssituation und -entwicklung in der Region sowie der Bevölkerungsentwicklung bis zum Jahr 2025 in die Überprüfung der benötigten zusätzlichen Verkaufsfläche einzustellen.

2.1.3 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 3 Bereinigte Einzelhandelsausstattung der Stadt Brandenburg an der Havel

Warengruppe	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in qm	in %	in Mio. EUR	in %
Nahrungs- und Genussmittel	42.275	25,9	144,2	33,8
Gesundheit, Körperpflege	6.375	3,9	60,3	14,1
Blumen, Zoobedarf	3.700	2,3	7,9	1,8
Bücher, Schreibwaren, Büro	2.245	1,4	12,0	2,8
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	26.570	16,3	54,0	12,6
Sport, Freizeit, Spiel	5.265	3,2	12,3	2,9
Elektrowaren	11.590	7,1	56,1	13,1
Möbel, Einrichtung	30.160	18,5	41,3	9,7
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	34.805	21,4	39,1	9,2
Summe	162.985	100	427,2	100

Anm.: Ergebnisse auf 5 qm gerundet

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, eigene Erhebung März 2011 (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 geringfügig verändern. Die bereinigte Verkaufsfläche der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel liegt rund 7.450 qm unter dem Wert der Verkaufsfläche differenziert nach Angebotsschwerpunkt. Dies ist darauf zurückzuführen, dass die in dieser Gruppe enthaltenen strukturprägenden Anbieter (SB-Warenhäuser und Lebensmittel-SB-Märkte) neben Nahrungs- und Genussmittel auch einen größeren Anteil an Nonfood-Sortimenten in ihrem Angebot aufweisen, die bei der Darstellung der bereinigten Einzelhandelsausstattung den entsprechenden Warengruppen zugeordnet werden. Insbesondere die Warengruppe Elektrowaren „profitiert“ durch diese Aufteilung und dokumentiert, dass das diesbezügliche Einzelhandelsangebot lange Zeit durch fachfremde Anbieter dominiert

Bereinigte Verkaufsflächenausstattung und Umsätze

wurde. Auch in allen übrigen Warengruppen ergeben sich im Saldo leicht höhere Verkaufsflächenzahlen. Einhergehend mit den Veränderungen der Verkaufsfläche sind auch die Abweichungen der bereinigten Umsätze zu betrachten.

2.1.4 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 7% der Betriebe (= 40 Betriebe) mit einem Verkaufsflächenanteil von rund 60% (= ca. 97.790 qm) und einem Umsatzanteil von ca. 51% (= ca. 218,1 Mio. EUR), so dass 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
- 8 Textil- und Sportfachmärkte
- 1 Spielwarenfachmarkt
- 2 Elektrofachmärkte
- 9 Möbel-/Einrichtungsfachmärkte
- 8 Bau-/ Heimwerker-/ Gartenfachmärkte

Im Hinblick auf die Sortimentsstruktur der großflächigen Einzelhandelsbetriebe der Stadt Brandenburg an der Havel ist festzuhalten, dass von den oben genannten Betrieben 12 in ihren Kernsortimenten überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente, 11 überwiegend zentrenrelevante Sortimente und 17 überwiegend nicht zentrenrelevante Sortimente anbieten.¹³

Sortimentsstruktur

¹³ Einordnung der Sortimentsstruktur der großflächigen Betriebe gemäß „Brandenburger Sortimentsliste“, vgl. Kapitel 8.

2.2 Einzugsbereich, Kaufkraft und Zentralität

2.2.1 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 von der Vorläuferuntersuchung durch die GMA aus dem Jahr 2007 übernommen, weil die folgenden wesentlichen Einflussgrößen in den letzten drei Jahre als konstant zu bewerten sind.

Abgrenzungskriterien

- verkehrsinfrastrukturelle Situation
- spezifische topographische, siedlungsstrukturelle und stadt-räumliche Gegebenheiten
- derzeitige und zukünftige lokale und regionale Wettbewerbssituation
- Pendlerbewegungen (Ein- und Auspendler).

Derzeit umfasst das Kerneinzugsgebiet des Einzelhandels in Brandenburg an der Havel (ohne Gebiete mit weiteren Kaufkraftzuflüssen) 151.398 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

Tabelle 4 Einzugsbereich des Brandenburger Einzelhandels

Zonen	Stadt bzw. Gemeinde	Einwohner
Zone 1	Stadt Brandenburg an der Havel	71.798
Zone 2	Teile des Landkreises Potsdam Mittelmark ¹⁴	25.412
Zone 3	Teile des Landkreises Potsdam-Mittelmark ¹⁵ , des Landkreises Havelland ¹⁶ , des Landkreises Jerichower Land ¹⁷	54.188
Zone 1 - 3	Summe	151.398

Quelle: Datengrundlage: Stadt Brandenburg an der Havel 2010, Amt für Statistik Berlin Brandenburg 2010, Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt 2010
Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2011

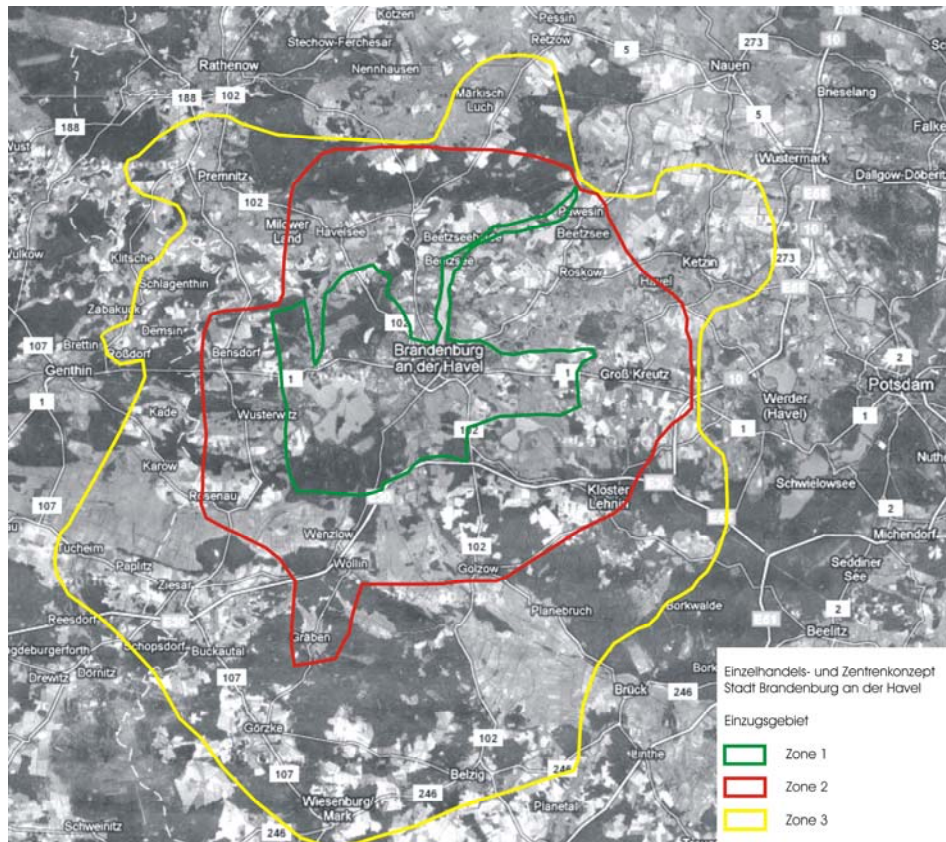
¹⁴ Beetzsee, Beetzseeheide, Bernsdorf, Golzow, Gräben, Groß Kreutz, Havelsee, Päwesin, Rosenau, Roskow, Wenzlow, Wollin, Wusterwitz

¹⁵ Belzig, Buckautal, Görzke, Kloster Lehnin, Planebruch, Wiesenburg, Ziesar

¹⁶ Ketzin, Märkisch Luch, Milower Land, Premnitz

¹⁷ Demsin, Kade, Karow, Roßdorf, Schlagerthin, Tuchheim

Abbildung 12 Einzugsgebiet des Einzelhandels der Stadt Brandenburg an der Havel



Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, Datengrundlage: www.googlemaps.de

Bei der Würdigung des dargestellten Einzugsbereichs für die Stadt Brandenburg an der Havel ist zu berücksichtigen, dass davon auszugehen ist, dass insbesondere der qualifizierte und spezialisierte Einzelhandel der Stadt Brandenburg an der Havel (z. B. Elektrofachmärkte, Möbel- und Einrichtungshäuser, Gau- und Gartenfachmärkte) teilweise auch größere Marktgebiete erschließt. Das abgegrenzte Areal ist somit als Kerneinzugsbereich zu verstehen. Die Umsätze aus sporadischen Einkaufsbeziehungen mit Personen, die außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes wohnhaft sind (z. B. Pendler, Touristen), sind als Streumsätze zu bezeichnen.

2.2.2 Kaufkraftpotenzial

Die Kaufkraft ist ein wichtiger Indikator für das Konsumpotenzial der in einem abgegrenzten Raum lebenden Bevölkerung. Sie wird abgeleitet aus dem Einkommen privater Haushalte. Unter Berücksichtigung der Ausgaben für Wohnen, Versicherungen, Pkw-Kosten, Reisen und Dienstleistungen wird das „einzelhandelsrelevante“ Kaufkraftpotenzial ermittelt und auf sortimentsbezogene Pro-Kopf-Ausgaben aufgeschlüsselt.

Ermittlung des Kaufkraftpotenzials

Nach Berechnungen der GfK GeoMarketing GmbH, Bruchsal, sowie eigenen Berechnungen, verfügt jeder Bundesbürger im Jahr 2010 über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von ca. 5.320 EUR.

Pro-Kopf-Ausgabenwerte

Bei Unterteilung des gesamten Bedarfsgüterbereichs in die Nahrungs- und Genussmittel einerseits und in die Nichtlebensmittel andererseits, entfallen ca. 1.810 EUR (ca. 34 %) auf den Lebensmittelbereich und ca. 3.510 EUR (ca. 66 %) auf Nonfood-Angebote.

Regionale Unterschiede in der Wirtschaftskraft bzw. im Einkommensniveau spiegelt die von der GfK GeoMarketing GmbH, Bruchsal, publizierte regionale Kaufkraftkennziffer, die die Abweichung zum Bundesdurchschnitt in Zahlen fasst, wider. Übersteigt die örtliche Kaufkraftkennziffer den Bundeswert, verfügen die Bürger der Kommune über ein um den entsprechenden Prozentsatz höheres Kaufkraftniveau und umgekehrt.

Regionale Kaufkraftkennziffer

Diese einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer für die Stadt Brandenburg an der Havel liegt bei ca. 89,7 (Stand 2010) d. h. die durchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft liegt um ca. 10,3 Prozentpunkte unter dem Bundesdurchschnitt.

Unter Berücksichtigung der Einwohnerzahl von rund 71.798 ergibt sich eine örtliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Brandenburg an der Havel von ca. 342,6 Mio. EUR.

Kaufkraftpotenzial

Mittelfristig ist die Entwicklung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials der Stadt Brandenburg an der Havel eng an ihre Bevölkerungsentwicklung gebunden. So ist bei Zugrundelegung der Bevölkerungsprognose der Stadt Brandenburg an der Havel davon auszugehen, dass sich bei einer abnehmenden Einwohnerzahl auch das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial in Brandenburg an der Havel bis zum Jahr 2025 reduzieren wird.

Entwicklung der Kaufkraft

Tabelle 5 Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Warengruppen in der Stadt Brandenburg an der Havel im Jahr 2010

Warengruppe	Kaufkraft in Mio. EUR			
	Stadt Brandenburg an der Havel (Zone 1)	Zone 2*	Zone 3*	Summe
Nahrungs- und Genussmittel	116,6	40,5	86,3	243,4
Gesundheit, Körperpflege	49,9	17,3	37,0	104,2
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	6,1	2,1	4,5	12,7
Bücher, Schreibwaren, Büro	12,6	4,3	9,3	26,2
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	44,8	15,5	33,1	93,4
Sport, Freizeit, Spiel	10,9	3,8	8,1	22,8
Elektrowaren	32,5	11,3	24,1	67,9
Möbel, Einrichtung	32,2	11,2	23,8	67,2
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	37,0	12,9	27,4	77,3
Summe	343,6	119,0	253,7	715,3

*Anm.: Für die Zonen 2 und 3 wurde der Berechnung eine durchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 88 zugrunde gelegt.

Quellen: Daten: GfK, Nürnberg, 2010 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)
Darstellung und Berechnung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2011

2.2.3 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 so genannte Zentralität¹⁸ für die Sortimentsgruppen.

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. Damit fließt im Saldo mehr Kaufkraft von außen zu als aus dem Stadtgebiet ab. Bei einer Zentralität unter 100 ist der im jeweiligen Sortiment generierte Umsatz geringer als die vorliegende sortimentsbezogene Kaufkraft.

¹⁸ vgl. Definition im Glossar

Tabelle 6 Zentralitätskennziffern nach Warengruppen in Brandenburg an der Havel im Jahr 2010

Warengruppe	Umsatz in Mio. EUR*	Kaufkraft in Mio. EUR	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	144,2	116,6	123,7
Gesundheit, Körperpflege	60,3	49,9	120,8
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	7,9	6,1	129,5
Bücher, Schreibwaren, Büro	12,0	12,6	95,2
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	54,0	44,8	120,5
Sport, Freizeit, Spiel	12,3	10,9	112,8
Elektrowaren	56,1	32,5	172,6
Möbel, Einrichtung	41,3	32,2	128,3
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	39,1	37,0	105,7
Summe	427,2	324,6	124,7

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

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

Für das Oberzentrum Brandenburg an der Havel ist auch unter Berücksichtigung der spezifischen Lage im Spannungsfeld der Oberzentren Potsdam und Magdeburger sowie der Metropole Berlin eine Gesamtzentralität von rund 125 als steigerungsfähig zu bezeichnen.

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, so dass sich hieraus weitere Hinweise auf Entwicklungspotenziale ableiten lassen.

2.2.4 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 wiederum mit Hilfe der durchgeführten Befragungsaktion (Einzelhandelsbefragung) 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

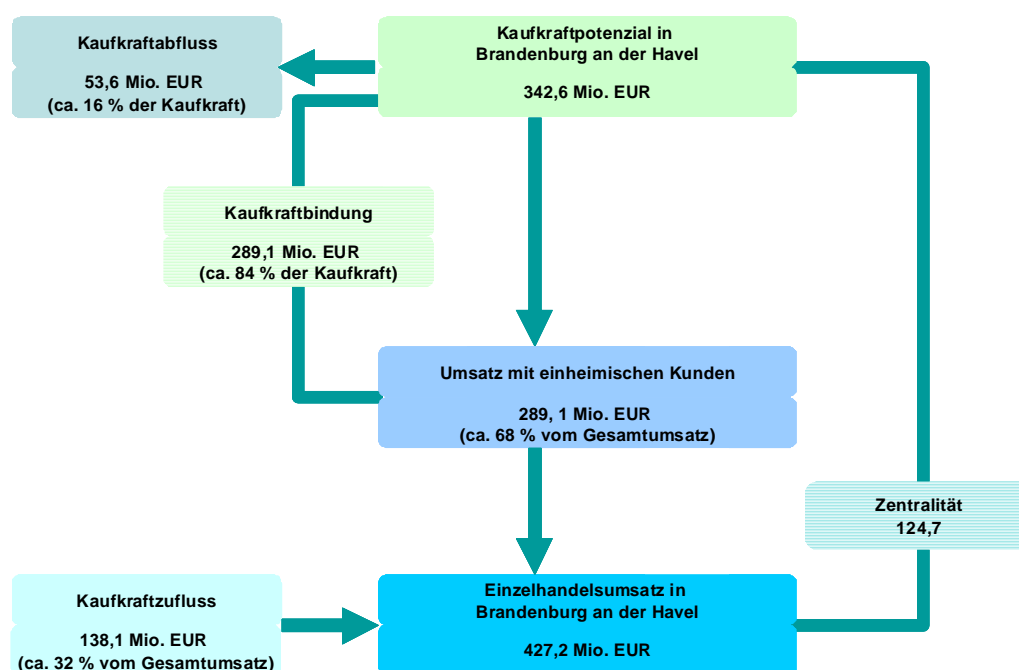
Bei der Darstellung der Kaufkraftbewegungen wird der Umsatz des Einzelhandels der Stadt Brandenburg an der Havel zugrunde gelegt. Der Umsatz mit auswärtigen Kunden wird abgezogen, so dass im Ergebnis der Umsatz, der durch die Brandenburger Bürger generiert

Kaufkraftbewegungen

wird, der Kaufkraft der Bevölkerung der Stadt Brandenburg an der Havel gegenübergestellt werden kann.

Der Einzelhandel in der Stadt Brandenburg an der Havel hat im Jahr 2010 insgesamt ca. 84 % der in der Stadt vorhandenen Kaufkraft gebunden. Somit fließt ein Anteil von ca. 16 % 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 13 Kaufkraftbewegungen in Brandenburg an der Havel im Überblick



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

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 (jeweils ca. 97 %) erzielt. Die Bindungsquote für die ebenfalls dem kurzfristigen Bedarf zuzuordnende Warengruppe Gesundheit, Körperpflege ist mit rund 91 % leicht schwächer ausgeprägt – dies ist in Verbindung mit der leicht unterdurchschnittlichen Verkaufsflächenausstattung zu sehen..

Für die Warengruppen des mittelfristigen Bedarfsbereichs (Bücher, Schreibwaren, Büro; Bekleidung, Schuhe und Sport, Freizeit, Spiel) beträgt die Kaufkraftbindung des Brandenburger Einzelhandels jeweils zwischen 70 % und 72 %. Ebenfalls bei rund 70 % liegt die Bin-

Kaufkraftbindung nach Warengruppen



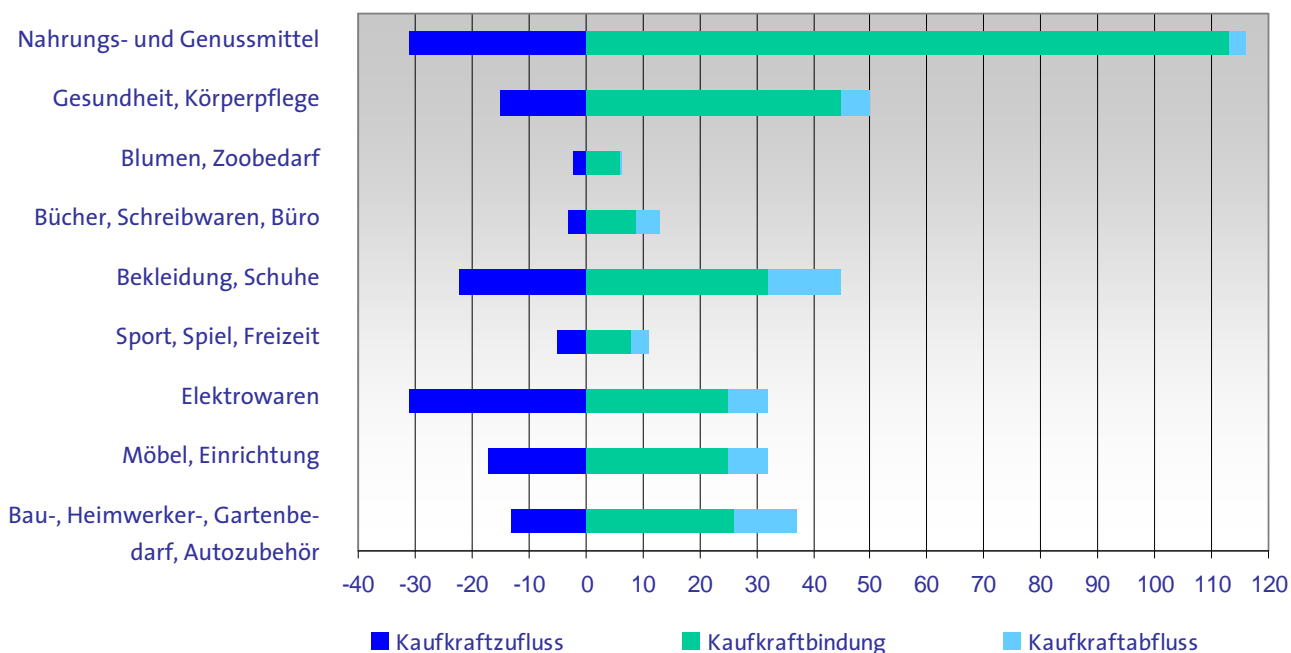
ungsquote für die Warengruppe Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör. Die Quoten der übrigen beiden Warengruppen des überwiegend langfristigen Bedarfsbereichs (Elektrowaren, Hausrat / Möbel / Einrichtung signalisieren dagegen mit 77 %-78 % eine stärkere Anbindung an die diese Sortimente anbietenden Einzelhandelsbetriebe.

Bezogen auf die absoluten Umsatzzahlen werden die höchsten Kaufkraftbindungen in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel (ca. 13 Mio. EUR), Gesundheit/Körperpflege (ca. 45 Mio. EUR), Bekleidung/Schuhe/Schmuck (ca. 32 Mio. EUR) und in den Warengruppen des langfristigen Bedarfs (ca. 25 -26 Mio. EUR) erzielt.

Kaufkraftbindungen in Mio. EUR

Relevante Kaufkraftabflüsse sind für die Warengruppen Bekleidung, Schuhe, Schmuck sowie Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf zu konstatieren¹⁹. Insgesamt gehen dem Einzelhandel der Stadt Brandenburg an der Havel in diesen Segmenten rund 24 Mio. EUR verloren.

Abbildung 14 Kaufkraftbewegungen nach Warengruppen (in Mio. EUR)



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

¹⁹ 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 7 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	116,6	201,1	144,2	113,2	97,1	3,3	2,9	31,0
Gesundheit, Körperpflege	49,9	45,1	60,3	45,2	90,6	4,7	9,4	15,1
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	6,1	5,2	7,9	5,9	96,8	0,2	3,2	2,0
Bücher, Schreibwaren, Büro	12,6	5,4	12,0	9,0	71,8	3,5	28,2	3,0
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	44,8	51,6	54,0	31,9	71,2	12,9	28,8	22,1
Sport, Freizeit, Spiel	10,9	7,4	12,3	7,6	69,7	3,3	30,3	4,7
Elektrowaren	32,5	34,4	56,1	25,2	77,6	7,3	22,4	30,8
Möbel, Einrichtung	32,2	35,1	41,3	24,8	76,9	7,4	23,1	16,5
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	37,0	42,0	39,1	26,2	70,8	10,8	29,2	12,9
Summe	324,6	427,3	427,2	289,0	84,4	53,4	15,6	138,1

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

2.3 Entwicklung des Brandenburger Einzelhandels im Zeitraum 2007 bis 2011

2.3.1 Einzelhandelsausstattung und betriebliche Leistungsfähigkeit

Der Einzelhandelsstandort Brandenburg an der Havel hat seit der Vorläuferuntersuchung der GMA im Jahr 2007 deutlich an Bedeutung gewonnen:

- Die Verkaufsfläche im gesamten Stadtgebiet hat sich von ca. 147.400 qm auf ca. 162.990 qm erhöht und ist damit um ca. 11 % gestiegen;
- Der Umsatz dieser Betriebe hat sich von ca. 371,3 Mio. EUR auf aktuell ca. 427,2 Mio. EUR gesteigert, so dass der Zuwachs um ca. 15 % höher ausfällt als der Verkaufsflächenzuwachs.

Die Zahl der Betriebe hat sich hingegen leicht rückläufig entwickelt (von 607 Betrieben im Jahr 2007 auf 601 Betriebe im Jahr 2011), so dass sich in Brandenburg wie im übergeordneten Bundesgebiet der Trend zu einer größeren Verkaufsfläche je Betrieb widerspiegelt.

Die bundesweit ebenfalls festzustellende rückläufige Flächenproduktivität findet jedoch keine Entsprechung in der jüngeren Entwicklung des Brandenburger Einzelhandels: hier dokumentiert die leicht gestiegene Flächenleistung, dass sich in der Tendenz Betriebe mit einem höherwertigen Angebot angesiedelt haben.

Da sich die Bevölkerung im gleichen Zeitraum leicht rückläufig entwickelt hat (minus 2,1 %), ist die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner gestiegen.

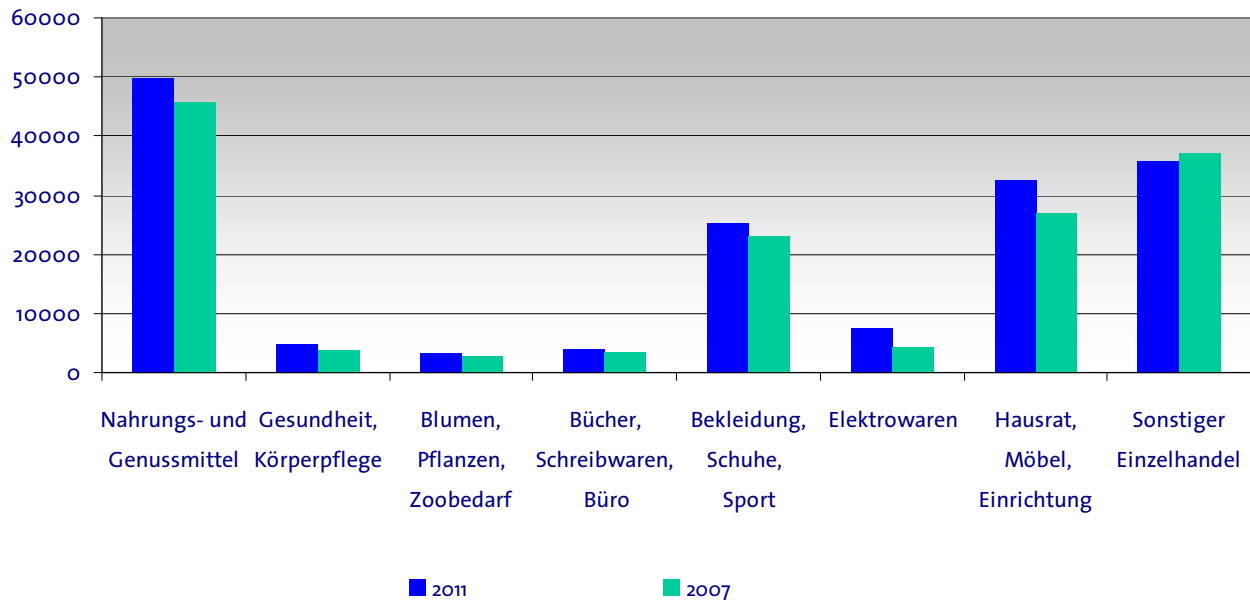
Folgende Entwicklungen ergeben sich in den einzelnen Warengruppen:

- Der Anstieg der Verkaufsfläche in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel um etwa 4.000 qm resultiert überwiegend aus Ansiedlungen bzw. Verkaufsflächenerweiterungen von Netto Marken-Discount²⁰ (Magdeburger Landstraße, , Potsdamer Straße), NETTO-Supermarkt (Am Gleisdreieck), von der Ansiedlung des Vollsortimenters Rewe in der Sankt Annen Galerie sowie eines Getränkemarktes in der Potsdamer Straße. Die Schließungen des Aldi-Lebensmitteldiscounters in der Straße Am Neuendorfer Sand sowie des Netto-Lebens-

²⁰ Anm: Innerhalb des Gutachtens wird zwischen Netto Marken-Discount (im Folgenden Netto) und NETTO-Supermarkt (NETTO) unterschieden. Trotz des Namens wird auch letzterer als Lebensmittel-discounter bewertet.

mitteldiscounters im Einkaufszentrum Marienberg haben die Verkaufsflächenentwicklung negativ beeinflusst.

Abbildung 15 Veränderung der Einzelhandelausstattung 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 Betrachtungszeitraum um rund 950 qm angestiegen. Die Betriebseröffnungen von Douglas, Yves Rocher und DM in der Sankt Annen Galerie erweisen sich dafür als ursächlich.
- Die Ansiedlung eines Zoo-Fachmarkts (Fressnapf) in der Potsdamer Straße ist der überwiegende Faktor des Anstiegs der Verkaufsfläche in der Warengruppe Blumen, Pflanzen, Zoobedarf von rund 500 qm.
- Etwa 570 qm Verkaufsflächenzuwachs ist für die Warengruppe Bücher, Schreibwaren, Büro seit der Vorläuferuntersuchung zu konstatieren. Begründet wird dies maßgeblich durch die Betriebseröffnungen von Thalia und McPaper in der Sankt Annen Galerie.
- 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 ein Anstieg der Verkaufsfläche von rund 2.000 qm ermittelt werden. Zu berücksichtigen ist, dass

durch die Verlagerung der C & A-Filiale keine gravierende Veränderung eingetreten ist.

- Die Verkaufsfläche der Warengruppe Elektrowaren ist gegenüber dem Jahr 2007 um rund 3.300 qm gestiegen. Maßgeblichen Anteil an dieser Entwicklung hatte die Eröffnung eines Elektrofachmarktes (Media Markt) in der Sankt Annen Galerie.
- Rund 5.500 qm beträgt der Verkaufsflächenzuwachs im Bereich Hausrat, Einrichtung, Möbel. Als maßgeblich ist hier die Eröffnung des Fachmarktes Multi-Polster zu bezeichnen.
- Einzelhandelsbetriebe der durch die GMA als „Sonstiger Einzelhandel“ zusammengefassten Warengruppe belegten im Jahr 2010 ca. 1.170 qm weniger Verkaufsfläche als drei Jahre zuvor. Überwiegend verantwortlich für diesen Rückgang sind Fluktuationen kleinstrukturierter Einzelhandelsbetriebe.

2.3.2 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 haben sich nicht wesentlich verändert.
- Leichte Bedeutungszuwächse spiegelt die Umsatz-/Kaufkraftrelation, die von 123 % um zwei Prozentpunkte auf 125 % 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 2011 bei ca. 84 % und konnte somit um ca. 1 Prozentpunkt erhöht werden.

2.4 Brandenburg an der Havel als Einzelhandelsstandort aus Händlersicht

In Abstimmung mit der Stadt Brandenburg an der Havel wurde flankierend zur Erhebung und Bewertung des Einzelhandelsbestands auch eine Befragung ausgewählter Einzelhandelsbetriebe und Vertreter des Einzelhandels in Brandenburg an der Havel durchgeführt.

Im Fokus der Befragung stand eine Bewertung der Ansiedlung und Etablierung der Sankt Annen Galerie und der von ihr ausgehenden Wirkungen auf die Innenstadtentwicklung. Auch die übrigen Einzelhandelsstandorte in Stadt und Region sollten im Hin-

Ziel der Befragung

blick auf ihre Situation und Entwicklungsperspektiven eingeschätzt werden.

Vor diesem Hintergrund wurden 22 innenstädtische Einzelhandelsbetriebe (außerhalb der Sankt Annen Galerie) sowie vier Centermanager /(auch dezentraler Einzelhandelsagglomerationen) in der Stadt Brandenburg an der Havel durch Mitarbeiter des Büros Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen aufgesucht und befragt.

Struktur der Befragten

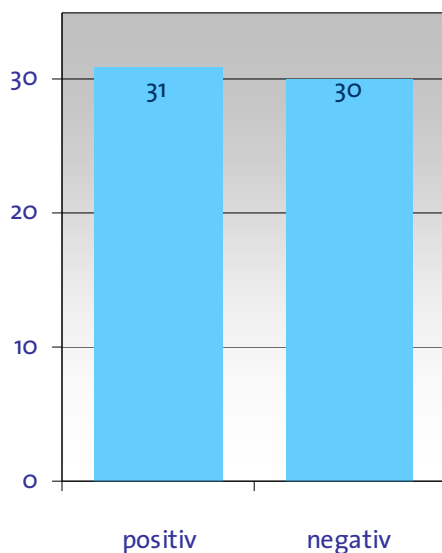
Der bei der Befragung eingesetzte Fragebogen umfasste überwiegend offene Fragen, um den Befragten die Möglichkeit zu geben, ihre Meinungen, Verbesserungsvorschläge und Wünsche ausführlich und ohne Vorgaben zu erläutern.²¹

Aufbau der Fragebögen

2.4.1 Bewertung der Ergänzung des Einzelhandelsstandorts Brandenburg an der Havel durch die Ansiedlung der Sankt Annen Galerie

Die Befragten wurden gebeten ihre Einschätzung der Ergänzung des Einzelhandelsstandorts Brandenburg an der Havel durch die Ansiedlung der Sankt Annen Galerie abzugeben. Befragt nach positiven und negativen Aspekten können 61 Aussagen der Befragten gegenüber gestellt werden.

Abbildung 16 Positive und negative Aspekte der Sankt Annen Galerie



Quelle: Stadt und Regionalplanung Dr. Jansen, Einzelhandelsbefragung 2011

Anm: Absolute Zahl der Nennungen, Mehrfachnennungen möglich

²¹ Der Fragebogen der Einzelhandelsbefragung ist dem Anhang zu entnehmen.

Insgesamt wurden von den Befragten 31 positive Aspekte und 30 negative Aspekte bei der Bewertung formuliert.

Die häufigste positive Nennung (sieben Nennungen) bezieht sich auf die Ansiedlung des Fachmarktes für Elektrowaren in der Sankt Annen Galerie, weil diese Warengruppe zuvor in der Innenstadt nicht durch einen Fachmarkt vertreten war. Eine generelle Erweiterung des Einzelhandels wurde ebenso von fünf Befragten als positive Wirkung des Einkaufszentrums hervorgehoben wie die Begründung größerer Kundenströme, die letztendlich eine Belebung der Innenstadt bewirken. Vier Befragte loben das moderne Erscheinungsbild und Konzept, das sich ihrer Meinung nach gut in die Innenstadt Brandenburgs an der Havel einfügt. Weitere Angaben entfielen u. a. auf die Ansiedlung des Vollsorimenters, die Angebotsergänzungen speziell für junges Publikum und die Situierung der Galerie als Ankerpunkt der Achse Hauptstraße/Steinstraße.

Positive Bewertungen der Sankt Annen Galerie

Negativ bewertet wird dagegen, dass die angebotenen Sortimenten in der Sankt Annen Galerie keine Erweiterung darstellen, da sie auch zuvor schon in der Innenstadt angeboten worden seien und die Ansiedlung somit als „unnötig“ zu bezeichnen ist (acht Nennungen). Die sich durch das Einkaufszentrum geänderten Auflagen werden von vier Befragten kritisch bewertet und drei Befragte bemängeln, dass der Wettbewerbsdruck für die Innenstadtbetriebe massiv zugenommen habe. Weitere negative Aspekte sind beispielsweise eine fehlende Anziehungskraft auf Kunden mit hoher Kaufkraft, ein genereller Frequenzverlust der innerstädtischen Randlagen sowie die Standortverlagerung der Sparkassenfiliale in die Sankt Annen Galerie, die einen Frequenzverlust am ehemaligen Standort begründe.

Negative Bewertungen der Sankt Annen Galerie

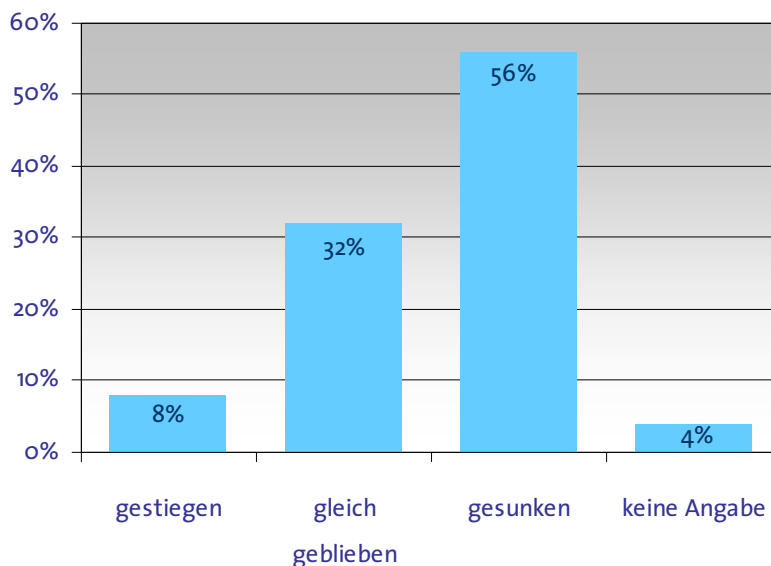
Die Aussagen der Befragten bezüglich spezieller Veränderungen und Entwicklungen in der Innenstadt, die sich durch die Ansiedlung der Sankt Annen Galerie ergeben haben, lassen ebenfalls kein einheitliches Stimmungsbild erkennen. Hier werden eine Reihe positiver Aspekte, die sich insbesondere auf eine wachsende Kundschaft in der Innenstadt beziehen, jedoch eine größere Zahl negativer Aspekte entgegengestellt. Diese beschreiben überwiegend, dass sich für die ansässigen Fachgeschäfte Wettbewerbsnachteile ergeben hätten (Veränderung der Auflagen, Abkopplung der Randlagen, erhöhte Fluktuation/ Leerstandsquote).

Veränderungen in der Innenstadt nach der Ansiedlung der Sankt Annen Galerie

Analog zur eher negativen Bewertung der handelswirtschaftlichen Auswirkungen der Sankt Annen Galerie für die Innenstadtbetriebe sind auch die Antworten auf die Frage nach den betrieblichen Umsatzveränderungen seit 2009 zu beurteilen. Nur ca. 8 %

der befragten Betriebe gaben an, dass der generierte Umsatz seitdem angewachsen sei, während rund 56 % einen abnehmenden Umsatz konstatierten. Etwa 32 % beurteilten ihr Umsatzniveau als unverändert.

Abbildung 17 Umsatzveränderungen der befragten Innenstadtbetriebe seit 2009



Quelle: Stadt und Regionalplanung Dr. Jansen, Einzelhandelsbefragung 2011

Anm.: Angaben in Prozent, n=25

2.4.2 Stärken und Schwächen der Innenstadt

Unabhängig von der Ansiedlung der Sankt Annen Galerie wurden die Händler befragt, welche Stärken und Schwächen sich ihrer Meinung nach für die Stadt Brandenburg an der Havel zusammenfassen lassen.

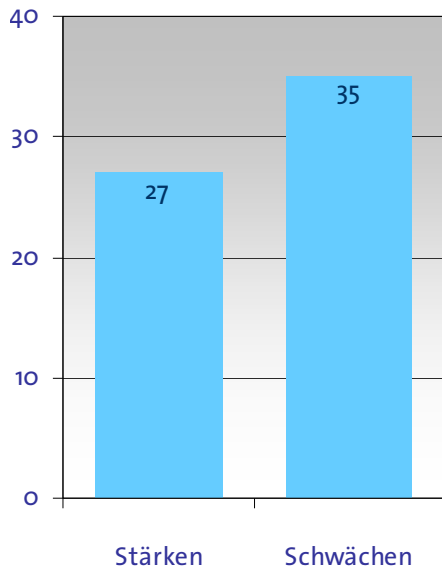
Insgesamt konnten 62 Angaben der Befragten ausgewertet werden, davon entfielen 35 Aussagen auf mögliche Schwächen der Innenstadt und 27 Aussagen beziehen sich auf die wahrgenommenen Stärken.

Die von den Händlern benannten Schwächen sind zu fünf Kritikpunkten zusammenzufassen, die sich vornehmlich auf handelswirtschaftliche Aspekte beziehen:

- Das Angebot öffentlicher Parkplätze reicht nicht aus, oder die Kosten je Zeiteinheit der Parkdauer sind zu hoch angesetzt.
- Die negative Entwicklung des an die Jahrtausendbrücke angrenzenden Bereichs der Hauptstraße (Leerstände, weniger Fachgeschäfte)
- Die Uneinheitlichkeit der Öffnungszeiten

Schwächen der Innenstadt

Abbildung 18 Stärken und Schwächen der Innenstadt



Quelle: Stadt und Regionalplanung Dr. Jansen, Einzelhandelsbefragung 2011

Anm.: Absolute Zahl der Nennungen, Mehrfachnennungen möglich

- Die Vernachlässigung der Nebenstraßen und der Bollmannpassage (z. B. bei Veranstaltungen, gestalterischen Maßnahmen, Sauberkeit)
- Keine Anziehung von Kunden mit hoher Kaufkraft

Die von den Befragten geäußerten Stärken der Innenstadt beschreiben dagegen überwiegend städtebauliche und gestalterische Aspekte:

- Altstädtisches Flair (historische Bausubstanz, Kopfsteinpflaster, topografische Lage, Straßenzuschnitt)
- Städtebauliche Gestaltung der Haupt- und der Steinstraße
- Anziehungspunkt für Touristen
- Guter Mix aus kleinen Fachgeschäften und größeren (filialisierten) Betriebseinheiten.

Stärken der Innenstadt

Bei der Frage an welchen Themen der Innenstadtentwicklung zukünftig vorwiegend gearbeitet werden sollte, wurden die oben genannten Schwächen zu großen Teilen erneut aufgegriffen.

Gewünschte Themen der Innenstadtentwicklung

Aus Sicht der Befragten sollte primär die Einbindung der Randlagen verbessert werden. Beispielsweise sollten diese bei städtischen Veranstaltungen nicht ausgespart werden. So sei es bisher üblich, die Attraktionen nur um den Neustädtischen Markt (und die angrenzenden Bereiche der Haupt- und Steinstraße) zu konzentrieren, so dass auch nur der dort ansässige Einzelhandel von einer erhöhten Passanten und Kundenfrequenz profitiert.

Einbindung der Randlagen

Das Anliegen einiger Händler, eine Einkaufslage zu entwickeln, die als Rundgang ausgestaltet ist, kann in diesem Zusammenhang ebenfalls erwähnt werden, weil dieser Rundgang bisher durch eine Unterbrechung des zusammenhängenden Einzelhandelsbestands in den Randlagen nicht gegeben ist.

Für die Steinstraße wünschen sich einige Händler analog zur Hauptstraße eine Verkehrsberuhigung. Auch eine Ausweitung des Parkplatzangebotes am Innenstadtrand wird als Möglichkeit erwähnt, den Verkehr innerhalb der Einkaufslage zu minimieren.

Auch gestalterische Aspekte werden von den Händlern für eine positive Entwicklung der Innenstadt angesprochen. Das erwähnte Altstadtflair solle erhalten und betont werden, Gebäude und Fassaden in schlechtem Zustand entfernt bzw. saniert und die Sauberkeit im öffentlichen Raum verbessert werden.

Stadtgestalterische Aspekte

2.4.3 Bewertung der dezentralen Einzelhandelsstandorte und der übrigen Einkaufslagen

Neben der Bewertung der Innenstadt war auch die Thematisierung der dezentralen und der übrigen integrierten Einzelhandelsstandorte Teil der Befragung. Insgesamt wurden hier weniger auswertbare Antworten gegeben als im ersten Teil der Befragung.

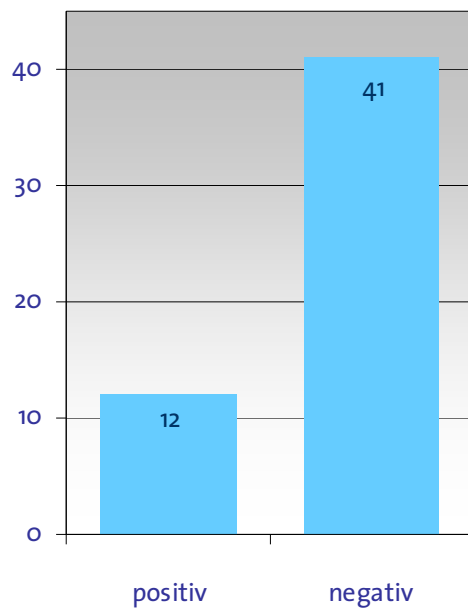
Das Brandenburger Einkaufszentrum Wust wird von den Befragten Innenstadthändlern überwiegend kritisch betrachtet. Zwölf positive Nennungen können 41 negative Aspekte entgegengestellt werden.

Der Großteil der positiven Anmerkungen (insgesamt 12) ist als typisch für die Bewertung eines dezentralen Einkaufszentrums zu bewerten: Gute PKW-Erreichbarkeit, Wetterunabhängigkeit, großes Angebot, lange Öffnungszeiten. Daneben wurden wenige Aspekte genannt, die sich auf die spezifische Ausstattung des EKZ Wust beziehen. Die positive Bewertung des Pendelbus-Angebots sowie eines Verbrauchermarktes, eines Spielwaren- und eines Elektrowarenfachmarktes blieben die Ausnahme.

Bewertung des Brandenburger Einkaufszentrums Wust

Die genannten negativen Eigenschaften des EKZ Wust (insgesamt 41 Anmerkungen) sind ganz überwiegend zu drei Faktoren zusammenzufassen:

Abbildung 19 Positive und negative Aspekte des Brandenburger Einkaufszentrums Wust



Quelle: Stadt und Regionalplanung Dr. Jansen, Einzelhandelsbefragung 2011

Anm.: Absolute Zahl der Nennungen, Mehrfachnennungen möglich

- Die Entwicklung des Angebots wird kritisiert.
- Eine erhöhte Leerstandsquote wird wahrgenommen (in Verbindung mit einer zunehmenden Fluktuation).
- Das Angebot konzentriert sich im Bereich von „Billiganbietern“..

Da ausschließlich Händler der Innenstadt befragt wurden, ist auch der mehrmals genannte Aspekt, dass Einzelhandelsbetriebe – und speziell kleinere Fachgeschäfte – in der Innenstadt von Brandenburg an der Havel konzentriert werden sollten, hervorzuheben.

Bewertungen der dezentralen Einzelhandelsagglomerationen Beetzsee-Center und Upstallstraße wurden von den Befragten nur selten vorgenommen. Lediglich deren Funktion als Standort für Baumärkte wird von den Händlern positiv hervorgehoben.

Auch zu der Frage nach einer erwähnenswerten (positiven oder negativen) Veränderung einer anderen als den bisher erwähnten Einkaufslagen wird von der überwiegenden Mehrheit der Befragten keine Stellungnahme abgegeben, so dass hier keine aussagefähigen Ergebnisse formuliert werden können.

Nur wenige Bewertungen des Beetzsee-Centers und des Einzelhandelsstandortes Upstallstraße

Keine wahrgenommenen Veränderungen in den übrigen Einkaufslagen

2.4.4 Bewertung von Nachbarstädten

Zur Einschätzung der Wettbewerbssituation wurden die Händler zudem gefragt, welche Nachbarstädte sich aus ihrer Sicht bezüglich der Einzelhandelssituation in den letzten Jahren deutlich verbessert oder verschlechtert haben.

Die insgesamt geringe Anzahl von Stellungnahmen haben sich bei dieser Frage auf die Stadt Potsdam konzentriert. Die dortige Innenstadt und der Einzelhandelsbestand wird von elf befragten Händlern gelobt und teilweise als vorbildlich bezeichnet.

Vorbild Potsdam

2.5 Entwicklungsperspektiven des Brandenburger Einzelhandels bis zum Jahr 2025

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 der Verkaufsflächenbedarfe in Brandenburg an der Havel bis zum Jahre 2025 ausgegangen:

Annahmen

- *Verkaufsflächenentwicklung im Einzelhandel:* In den Jahren 2000 bis 2010 lag der Verkaufsflächenanstieg in den neuen Bundesländern bei durchschnittlich 0,3 % pro Jahr.²² Das Wachstumstempo hat sich damit in den letzten Jahren deutlich verlangsamt. Zu berücksichtigen ist, dass die Vielzahl von Schließungen in der Bilanz aktuell noch durch das Realisieren von Erweiterungen und Ansiedlungen noch 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 10 % und 14 % bis zum Jahr 2025.
- *Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft:* Die reale einzelhandelsrelevante Kaufkraft stagniert. Für die kommen-

²² Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE): Zahlenspiegel 2009, S. 23.

den 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 erhöht hat, da mit dem Flächenzuwachs entweder eine Ansiedlung von Branchen mit überdurchschnittlicher Flächenleistung oder eine Niveausteigerung des Einzelhandelsangebotes einher ging. Dieser Trend wird sich in den nächsten Jahren fortsetzen.

2.5.2 Umsatzprognose bis zum Jahre 2025

Um die örtlichen Besonderheiten der Stadt Brandenburg an der Havel bei der Berechnung des zukünftigen Verkaufsflächenbedarfs zu berücksichtigen, werden für Umsatz- (und damit Verkaufsflächen-) Prognose bis zum Jahr 2025 unterschiedliche Annahmen im Hinblick auf die Bevölkerungsentwicklung und die erreichbaren Marktanteile getroffen. Im Szenario A werden bei einer stark rückläufigen Bevölkerungsentwicklung der Stadt Brandenburg an der Havel (Stagnationsszenario) konstante Marktanteile zugrunde gelegt, während in Szenario B bei einer weniger starken Bevölkerungsabnahme (Leitbild-Szenario) von moderat steigenden Marktanteilen ausgegangen wird. Diese beiden Szenarien stellen für die Umsatzprognose die „Worst- und Best-Case-Szenarien“ dar. Zwischen diesen beiden sind auch Szenarien denkbar, die bei einem moderaten Ausbau der Marktanteile einen starken Bevölkerungsrückgang berücksichtigen, oder bei einer weniger starken negativen Bevölkerungsentwicklung von stagnierenden Marktanteilen ausgehen. Diese Darstellung wird gewählt, um die Übersichtlichkeit zu verbessern und eine Nachvollziehbarkeit zu ermöglichen.

Szenarien der Umsatzprognose

Tabelle 8 Szenarien für die Umsatzprognose in der Stadt Brandenburg an der Havel bis 2025

Szenario	Prämissen
Szenario A	rückläufige Bevölkerungsentwicklung im Rahmen des Stagnationsszenarios (ca. -14 %), konstante Marktanteile
Szenario B	rückläufige Bevölkerungsentwicklung im Rahmen des Leitbildszenarios (ca. -10 %), moderat steigende Marktanteile

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

Bei Ansatz folgender Annahmen kann demnach der Gesamtumsatz des Einzelhandels in Brandenburg an der Havel bis zum Jahre 2025 prognostiziert werden:

- rückläufige Bevölkerungsentwicklung bis 2025
- rückläufige Kaufkraftentwicklung bis 2025
- Stagnation der Marktposition bzw. Ausbau der Marktposition v. a. durch eine Verbesserung der Angebotsstruktur/ Schließung von Versorgungslücken, des Branchenmix' und der absatzpolitischen Maßnahmen
- konstanter bzw. leicht steigender Kaufkraftzufluss aus dem Umland der Stadt Brandenburg an der Havel (bzw. durch auswärtige Gäste).

Tabelle 9 Umsatzprognose für die Stadt Brandenburg an der Havel bis 2025

Szenario	Kaufkraft in Mio. EUR im Jahr 2025	Kaufkraftbindung in % im Jahr 2025	Kaufkraftbindung in Mio. EUR im Jahr 2025	Kaufkraftzufluss in Mio. EUR im Jahr 2025	Gesamtumsatz in Mio. EUR im Jahr 2025
Szenario A	294,5	84	248,5	112,4	360,8
Szenario B	309,6	87	269,5	130,6	400,1
2010	342,6	84	284,1	138,1	427,2

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 2025 um rund 14 % abnimmt und der Einzelhandel in der Stadt Brandenburg an der Havel seine Versorgungsbedeutung für die Verbraucher der Stadt und des Umlandes bis zum Jahre 2025 erhalten - aber nicht ausbauen - kann, ist ein rückläufiges Umsatzvolumen auf ca. 360,8 Mio. EUR (unter

Ansatz aktueller Preise) zu erwarten. Im Vergleich zum heutigen Zeitpunkt wird der Umsatz um rund 16 Prozent abnehmen (ca. – 66,4 Mio. EUR).

- In *Szenario B* wird die Annahme getroffen, dass der Einzelhandel in der Stadt Brandenburg an der Havel bei einer rückläufigen Bevölkerungsentwicklung von etwa 10 % seine Marktposition bis zum Jahre 2025 ausbauen kann. Diese Annahme führt zu einer Erhöhung der angesetzten Marktanteile, wobei diese hier zusammengefasst dargestellten Werte aus einer warengruppenbezogenen Abschätzung der Marktchancen resultieren. Die Entwicklungspotenziale werden aus der Versorgungsbedeutung des Einzelhandelsstandortes und der regionalen Wettbewerbssituation sowie unter Berücksichtigung spezifischer betriebswirtschaftlicher Anforderungen für die einzelnen Warengruppen abgeleitet. Unter Berücksichtigung der erweiterten Marktanteile des Einzelhandels kann in der Stadt Brandenburg an der Havel bis zum Jahr 2025 ein Umsatzvolumen (unter Ansatz aktueller Preise) von bis zu ca. 400,1 Mio. EUR erreicht werden. Gegenüber dem heutigen Umsatzvolumen entspricht das einer Abnahme um etwa 6 % (ca. –27,1 Mio. EUR).

2.5.3 Verkaufsflächenentwicklung bis zum Jahre 2025

Aufgrund der stark rückläufigen Bevölkerungsentwicklung im Stadtgebiet ist bis 2025 unabhängig vom Szenario von einem Verkaufsflächenüberhang in der Stadt Brandenburg an der Havel auszugehen. Dies 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 kompensieren kann. Dies 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.²³

*Berechnung des
Verkaufsflächenzusatzbedarfs*

²³ Die Bundesgartenschau wird sicherlich im Veranstaltungsjahr 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.

Dieser Überhang wird unter Verwendung durchschnittlicher Verkaufsflächenproduktivitäten aus den prognostizierten Umsatzerwartungen für das Jahr 2025 errechnet.

Tabelle 10 Prognostizierter Verkaufsflächenüberhang in der Stadt Brandenburg an der Havel bis zum Jahr 2025 nach Warengruppen

Warengruppen	Verkaufsflächenüberhang in qm*		VK aktuell	Rückgang in %	
	Szenario A	Szenario B		Szenario A	Szenario B
Nahrungs- und Genussmittel	4.180	2.680	49.720	8,4	5,3
Gesundheit, Körperpflege	1.820	795	5.485	33,1	14,4
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	590	375	3.150	18,7	11,9
Bücher, Schreibwaren, Büro	570	105	1.770	32,2	5,9
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	3.390	1.030	25.560	13,2	4,0
Sport, Freizeit, Spiel	775	325	4.290	18,0	7,5
Elektrowaren	1.605	100	7.875	20,3	1,2
Möbel, Einrichtung	2.175	835	28.030	7,7	2,9
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	1.855	480	37.105	4,9	2
Summe	16.960	6.725	162.985	10,4	4,1

*Anm.: Verkaufsflächenüberhang gegenüber Bestand im März 2011

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 nicht weiter steigern, da das Lebensmittel-

Nahrungs- und Genussmittel

angebot aufgrund des demografischen Wandels zukünftig auch im Umland stärker wohnungsnah nachgefragt werden wird. Auch der touristische Umsatzanteil in diesem Segment ist nachrangig, so dass sich auch bei dieser Zielgruppe allenfalls begrenzte Entwicklungspotenziale ergeben. Es ist davon auszugehen, dass viele Standorte der Lebensmittel-SB-Betriebe 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 Lebensmittelmagazette verlagert und/oder erweitert werden.

- Trotz der leicht unterdurchschnittlichen Verkaufsflächenausstattung im Stadtgebiet mit Angeboten der Warengruppe Gesundheit, Körperpflege ergibt sich hier in den nächsten Jahren ein leichter 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.
- Bei Blumen/zoologischem Bedarf und Bücher, Schreibwaren ergeben sich leichte Überhänge, die ebenfalls eine Marktsättigung signalisieren.
- Auch für die für die Positionierung und Entwicklung des Hauptzentrums bedeutsame Warengruppe Bekleidung, Schuhe wird sich in den nächsten Jahren ebenfalls 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, so dass 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

Gesundheit, Körperpflege

Blumen, Zoobedarf, Büro- / Schreibwaren

Bekleidung, Schuhe

Sport, Spiel, Freizeit

entwickeln und sich auf die wachsenden Teilsegmente zu stützen.

- 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, so dass Ansiedlungen wiederum auf ihre Marktgängigkeit zu prüfen sind. Eine weiter verbesserte Marktposition des Brandenburger Einzelhandels auch in dieser Sparte wird daher als möglich erachtet.
- 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

Die errechneten Verkaufsflächenüberhänge beziehen sich auf die Verkaufsflächenausstattung zum Zeitpunkt der Erhebung in den Monaten Februar/März 2011. Durch Betriebsaufgabe nach Abschluss der Erhebung frei gewordene Verkaufsflächen können somit dem errechneten Verkaufsflächenüberhang nach entsprechender Warengruppe abgezogen werden. Andererseits sind ggf. zwischenzeitlich durch Betriebsansiedlungen bzw. -Vergrößerungen hinzugewonnene Verkaufsflächen der jeweiligen Warengruppe dem Überhang zuzurechnen.

Folgende Einzelhandelsprojekte sind zwischenzeitlich geplant bzw. umgesetzt worden:

*Einzelhandelsvorhaben in
Brandenburg an der Havel*

- Neuendorfer Straße: Verlagerung des REWE Vollsortimenters und Vergrößerung der Verkaufsfläche um ca. 575 qm auf 1.475 qm (realisiert)
- Am Neuendorfer Sand: Ansiedlung einer Filiale von „Ihr Platz“ auf der ehemaligen Fläche von Aldi: ca. 600 qm Verkaufsfläche (realisiert)
- SWB Industrie- und Gewerbepark (Gebrüder-Silbermann-Straße/ August-Sonntag-Straße): Ansiedlung des Einrichtungshauses „Möbel Boss“ mit ca. 4.000 qm Verkaufsfläche;

davon max. 300 qm zentrenrelevante Randsortimente (Rohbauphase)

- Stadtteil Nord; August-Bebel-Straße: Neubau des bereits ansässigen NETTO-Supermarkt und Erweiterung der Verkaufsfläche um 126 qm auf ca. 726 qm. Im Zusammenhang mit dieser Planung wird eine Filiale von Schlecker geschlossen, es ergeben sich geringfügige Verkaufsflächenzuwächse durch die Ansiedlung/Vergrößerung eines Bäckers, eines Metzgers sowie eines Tabak- und Presseshops.

Damit hat sich der Verkaufsflächenüberhang in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel weiter erhöht, während die Entwicklungsspielräume bei Gesundheit, Körperpflege und Möbeln, Einrichtungsbedarf genutzt wurden.

Zu berücksichtigen sind des Weiteren die geplanten Einzelhandelsnutzungen auf dem Gelände der ehemaligen Stärkefabrik am Standort Neuendorfer Straße/ Otto-Sidow-Straße. Da im Unterschied zu den in diesem Abschnitt genannten Veränderungen/Planungen auf diese Projektentwicklung noch Einfluss genommen werden kann, finden sich die diesbezüglichen Ausführungen in Abschnitt 3.5.3.

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 - Einzelhandelserlass - 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 einzelhandelsspezifischen 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 ange-

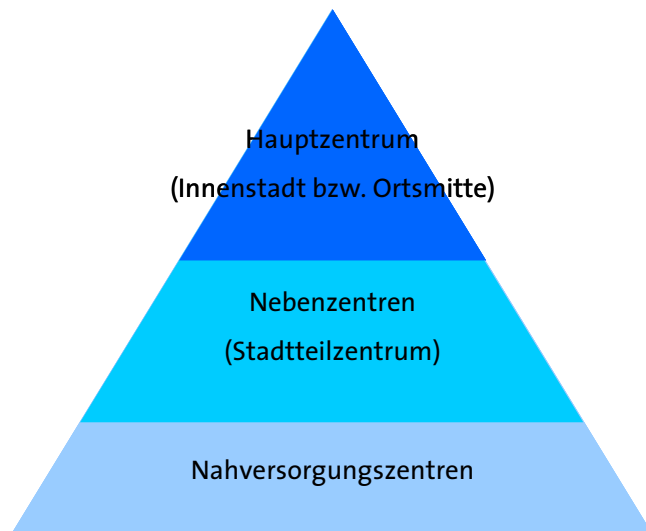
strebte Einzelhandelsausstattung für die angemessene Versorgung der Bevölkerung. Die Gemeinden bestimmen ferner die Standorte für die weitere Entwicklung des Einzelhandels (Zentrenstruktur wie Nahversorgungszentren, Neben- und Stadtteilzentren, Kerngebiete in der Innenstadt für die mittel- und oberzentrale Versorgung, Sondergebiete). Die Einzelhandelskonzepte sind als „sonstige städtebauliche Planungen“ im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB bei der Bauleitplanung 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 Zentrentypen 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 20 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 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.

Räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche

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 Personennahverkehrsnetz

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

Merkmale von Nahversorgungszentren

und Frisör umfassen. Je breiter der Angebots- und Nutzungsmix strukturiert ist, umso höher sind die Versorgungsqualität und damit die Attraktivität des Zentrums.

Tabelle 11 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.

3.2 Ziele der Einzelhandelsentwicklung in Brandenburg an der Havel

Die Einzelhandelsentwicklung im Stadtgebiet war in der Vergangenheit durch ein expansives Wachstum regional ausstrahlender Einzelhandelsbetriebe in dezentralen Standortlagen geprägt. Mit der Ansiedlung der Sankt Annen Galerie wurde diese Entwicklung gestoppt. Diesen Weg gilt es fortzusetzen, so dass sich die Einzelhandelsentwicklung in der nächsten Phase neben der weiteren Entwicklung des Hauptzentrums auf die Sicherung und den gezielten Ausbau von Einzelhandelslagen konzentrieren sollte, die wohnungsnah Versorgungsfunktionen für die Bürger der Stadt übernehmen. Diese Zielsetzungen bilden die Vorausset-

Grundvoraussetzung für räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

zungen 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. Konsequente Entscheidungen schaffen Investitionssicherheit für Investoren und Betreiber. Daher sollten die nachfolgenden Ziele von der Stadtverordnetenversammlung der Stadt Brandenburg an der Havel offiziell anerkannt werden, um die darauf aufbauende bauleitplanerische und genehmigungsrelevante Steuerung zu legitimieren.

Vorrangige Ziele der Einzelhandelsentwicklung sind 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 regionale Strahlkraft vorhanden ist. Die Verbesserung der oberzentralen Versorgungsfunktion umfasst auch die Ansiedlung weiterer zentrenprägender Dienstleistungsangebote, die zu einer Stärkung der zentralörtlichen Bedeutung beitragen.

Oberzentrale Versorgungsfunktion ausbauen

Priorität hat weiterhin die Entwicklung zentrenrelevanter Einzelhandelsangebote im Hauptzentrum Innenstadt. Dabei geht es sowohl um eine quantitative als auch um eine qualitative Verbesserung der Versorgung, 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. Mögliche Funktionsverluste des Hauptzentrums könnten aus einer Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente außerhalb des Hauptzentrums Innenstadt resultieren. Aufgrund bestehender Leerstände und Mindernutzungen werden trotz der derzeit fehlenden Verfügbarkeit von Entwicklungsstandorten im Hauptzentrum umfassende Anknüpfungspunkte für eine Funktionsstärkung gesehen, die es zu nutzen gilt. Eine wichtige Aufgabe von Stadtplanung und Wirtschaftsförderung wird in den nächsten Jahren darin liegen, weitere Einzelhandelsstandorte innerhalb des Hauptzentrums zu entwickeln.

Stärkung und Entwicklung des Hauptzentrums Innenstadt

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 i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO in diesem zentralen Versorgungsbereich angesiedelt werden.

Konzentration der zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsentwicklung auf das Hauptzentrum

Neben dem Hauptzentrum Innenstadt übernehmen untergeordnete integrierte Versorgungsbereiche aktuell Nahversorgungsfunktionen. Diese zentralen Versorgungsbereiche unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Dimensionierung und Strukturierung und damit auch räumlichen Ausstrahlungskraft nur unwesentlich voneinander, so dass empfohlen wird, sie als Nahversorgungszentren einzustufen. Die wesentlichen Aufgaben in diesen Nahversorgungszentren liegen in den nächsten Jahren in der Sicherung der Standortsituationen der Magnetbetriebe, der Ergänzung weiterer Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote und der städtebaulichen Aufwertung. Ziel ist es, 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.

Stärkung vorhandener Nahversorgungszentren

Die Altstadt übernimmt derzeit eine besondere Rolle im Einzelhandelsgefüge der Stadt Brandenburg an der Havel: Sie ergänzt die Angebote des Hauptzentrums, erreicht jedoch nicht annähernd die Bedeutung. Sie ist des Weiteren nicht als Nahversorgungszentrum qualifiziert, da der Lebensmittelmagnetbetrieb fehlt. Um der historischen Bedeutung der Altstadt als Handels- und Dienstleistungszentrum Rechnung zu tragen, ist daher die Ansiedlung eines Lebensmittelbetriebs zu empfehlen, da so die Einstufung als Nahversorgungszentrum gerechtfertigt werden könnte. Es ist dann im Rahmen einer Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts zu klären, ob in den nächsten Jahren ein höherer Status als zentraler Versorgungsbereich erreicht werden kann.

Ergänzung eines Magnetbetriebs in der Altstadt

Auch in zwei weiteren Stadtbereichen ist die derzeitige Versorgungssituation perspektivisch unzureichend: Im nördlichen Teil der Kernstadt haben ehemalige integrierte Versorgungsbereiche an Bedeutung eingebüßt, so dass die Versorgungsfunktionen heute primär von einer Vielzahl von Lebensmittel-SB-Betrieben an Solitärstandorten übernommen werden. Hier gilt es im Zusammenwirken von Stadtplanung und Wirtschaftsförderung zu prüfen, an welchem Standortbereich ein zentraler Versorgungsbereich entwickelt werden kann, der nicht nur die wohnungsnah Grundversorgung sicherstellt, sondern auch Komplementärnutzungen aufweist und den Bürgern zudem als Treffpunkt und Kommunikationsplatz dient. Der Standort Werner-Seelenbinder-Straße 52 bietet grundsätzlich geeignete Voraussetzungen, bedarf aber des Ausbaus

Aufbau eines funktionierenden Nahversorgungszentrums in der nördlichen Kernstadt

Im westlichen Stadtgebiet hatte sich im Stadtteil Plaue eine Einzelhandelslage etabliert, die von der geografischen Lage und der Verkehrsanbindung profitierte. Die Betriebe entlang der Genth-

Entscheidung über Ausgestaltung der Versorgungsstrukturen in Plaue und Kirchmöser



ner Straße übernehmen dabei einen Großteil der Versorgungsfunktionen für den benachbarten, einwohnerstärkeren Stadtteil Kirchmöser. Durch die Realisierung der Umgehungsstraße und die Abbindung der Straßenbahn sind wesentliche Standortfaktoren an der Genthiner Straße entfallen. Die Wirtschaftlichkeit zweier zentraler Versorgungsbereiche dürfte in Anbetracht des Einwohner- und Kaufkraftpotenzials nicht gegeben sein, so dass mittelfristig die Entscheidung zu treffen ist, in welchem Stadtteil der zentrale Versorgungsbereich zu platzieren ist, alternativ können beide Stadtteile durch wohnungsnahe Lebensmittelmagazette in siedlungsintegrierter Lage versorgt werden. Plädiert wird dafür, die historisch gewachsene Versorgungslage Genthiner Straße zu stärken.

Ziel ist grundsätzlich eine möglichst flächendeckende wohnungsnahe Versorgung im Stadtgebiet sicherzustellen, insbesondere im Bereich Nahrungs- und Genussmittel; dies auch unter dem Gesichtspunkt der demographischen 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.

Es ist zu empfehlen, den großflächigen Einzelhandels mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten auf ausgewählte Sonderstandorte zu konzentrieren. Hiermit können im Wesentlichen zwei Ziele verfolgt werden. Zum einen kann durch eine Konzentration des Einzelhandels auf ausgewählte Einzelhandelsstandorte eine weitere Streuung des Einzelhandels innerhalb des Stadtgebiets vermieden werden. Zum anderen kann durch Konzentration des großflächigen Einzelhandels mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten auf ausgewählte Sonderstandorte erreicht werden, dass bestehende großflächige Einzelhandelsstandorte mit nahversorgungs- und/oder zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb der beiden integrierten Lagen perspektivisch ersetzt werden. Verkaufsflächenausweitungen hingegen werden an diesen letztgenannten Standorten nicht mit getragen.

*Sicherung wohnungsnaher
Ergänzungsstandorte*

*Konzentration des großflächigen
Einzelhandels mit nicht zentrenrelevanten
Sortimenten auf ausgewählte
Sonderstandorte*

3.3 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

„Brandenburger Liste“ ist ortsspezifisch zu gestalten

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 gegebenen Empfehlungen sind als Auslegungshilfe zu verstehen und müssen auf die spezifischen Besonderheiten einer Stadt oder Gemeinde zugeschnitten werden, wobei der Bestand in den Zentren, aber auch die städtebauliche Entwicklungskonzeption zu berücksichtigen sind. Erst mit Vorliegen einer solchen spezifischen „Brandenburger Liste“ kann die Bauleitplanung oder kann im Baugenehmigungsverfahren über zulässige, begrenzt zulässige oder nicht zulässige Vorhaben entschieden werden.

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 Koppelung 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 das Landesentwicklungsprogramm Berlin-Brandenburg 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. Nahversorgungsrelevante Sortimente sind aufgrund ihrer Eigenschaften nahezu immer auch als zentrenrelevant 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.

Nahversorgungsrelevante Sortimente

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.

Zentrenrelevante Sortimente

Der Vergleich mit den Sortimentslisten des Einzelhandelserlasses zeigt, dass ein Großteil der aufgeführten Sortimentsgruppen im Hauptzentrum Innenstadt angeboten wird und daher in der Stadt Brandenburg an der Havel als nahversorgungs- oder zentrenrelevant einzustufen ist. Diese in die Brandenburger Liste aufzunehmenden nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente werden im Anhang dieses Berichts sog. WZ-Nummern zugeordnet.²⁴

Tabelle 12 Sortimentsausstattung des Hauptzentrums nach der Sortimentsgliederung des LEP B-B

Sortimente nach LEP B-B	Präsenz im Hauptzentrum
nahversorgungsrelevant	
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	vorhanden
Apotheken, medizinische, orthopädische und kosmetische Artikel	vorhanden
Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren, Bürobedarf	vorhanden
zentrenrelevant	
Textilien	vorhanden
Bekleidung	vorhanden
Schuhe und Lederwaren	vorhanden
Beleuchtungsartikel	nicht vorhanden
Sortimente nach LEP B-B	Präsenz in Hauptzentrum
Haushaltsgegenstände (einschl. Campingmöbel)	vorhanden
Keramische Erzeugnisse und Glaswaren	vorhanden
Holz-, Kork-, Flecht- und Korbwaren	nicht vorhanden
Heimtextilien	nicht vorhanden

²⁴ Klassifikation der Wirtschaftszweige, Statistisches Bundesamt, Wiesbaden, Dezember 2008

Sortimente nach LEP B-B	Präsenz im Hauptzentrum
Elektrische Haushaltsgeräte, Geräte der Unterhaltungselektronik und Musikinstrumente	vorhanden
Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel	vorhanden
Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck	vorhanden
Spielwaren	vorhanden
Blumen, Pflanzen und Saatgut, ausgenommen Beetpflanzen, Wurzelstöcke und Blumenerde	vorhanden
Zoologischer Bedarf und lebende Tiere	nicht vorhanden
Augenoptiker	vorhanden
Foto- und optischer Erzeugnisse (ohne Augenoptiker)	vorhanden
Computer, Computerteile und periphere Einheiten und Software	vorhanden
Telekommunikationsendgeräte und Mobiltelefone	vorhanden
Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör	vorhanden
Sport- und Campingartikel (ohne Campingmöbel), ausgenommen Sport- und Freizeitboote und Zubehör	vorhanden
Sonstiger Facheinzelhandel, ausgenommen Büromöbel und Brennstoffe	vorhanden
Antiquitäten und Gebrauchtwaren	vorhanden

Quelle: Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg 2009 und Einzelhandelsbestandserhebung im Februar/März 2011

Für die folgenden vier Sortimente hingegen ergibt sich die Situation, dass sie aktuell nicht im Hauptzentrum angeboten werden:

Die Empfehlungen zur Einordnung hingegen sind unterschiedlich und werden wie folgt begründet:

Tabelle 13 Fehlende Sortimente im Hauptzentrum nach der Sortimentsgliederung des LEP B-B

Sortimente nach LEP B-B	Präsenz im Hauptzentrum	Empfehlung
Beleuchtung	kein Fachbetrieb im zentralen Versorgungsbereich Randsortiment: Bau- und Möbelmärkte, SB-Warenhäuser	zentrenrelevant, da Ansiedlungsschancen für Fachbetriebe, langfristiger Bedarf
Holz-, Kork-, Flecht- und Korbwaren	i. d. R. Randsortiment	zentrenrelevant, da interessantes Randsortiment für Fachbetrieb, langfristiger Bedarf
Heimtextilien	kein Fachbetrieb im zentralen Versorgungsbereich, Randsortiment: Bau- und Möbelmärkte, SB-Warenhäuser	zentrenrelevant, da Ansiedlungsschancen für Fachbetriebe, langfristiger Bedarf
Zoologischer Bedarf und lebende Tiere	Fachmärkte in dezentraler Lage	nicht zentrenrelevant, da aufgrund der Wettbewerbssituation geringe Ansiedlungschancen in Innenstadt, kurzfristiger Bedarf

Quelle: Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg 2009 und Einzelhandelsbestandserhebung im Februar/März 2011

Aus der Bewertung der dargestellten aktuellen Situation ergibt sich, dass die Sortimente

- Beleuchtung
- Holz-, Kork-, Flecht- Korbwaren sowie
- Heimtextilien

ebenfalls als zentrenrelevant einzustufen sind.

Für zoologischen Bedarf und lebende Tiere hingegen werden die Chancen, in diesem Segment insbesondere großflächige Fachmärkte in der Innenstadt anzusiedeln, gering bewertet. Zudem ist dieses Sortiment, anders als die drei betrachteten, auf den kurzfristigen Bedarf ausgerichtet. Da die Innenstadt im Angebotssegment des mittel- und des langfristigen Bedarfs gestärkt werden soll und derzeit noch begrenzte Flächenentwicklungspotenziale aufweist, sollten diese auch auf die gewünschten Sortimente gelenkt werden.

Nicht zentrenrelevante Sortimente stellen im Gegensatz zu nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten auch an

Nahversorgungsrelevante Sortimente

Standorten außerhalb der Zentren keine wesentliche Gefährdung für die zentralen Versorgungsbereiche dar. Zentrenatypische Sortimente prägen i. d. R. nicht die zentralen Standorte, weisen eine niedrige Flächenproduktivität auf und induzieren nur im geringen Umfange Kopplungskäufe. Aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit und dem hiermit zu begründenden großen Platzbedarf sowie der Notwendigkeit des Transportes mit Pkw oder Kleintransporter und der hierdurch hervorgerufenen Verkehrsfrequenz werden sie aus planerischer Sicht in der Regel außerhalb der Zentren angeboten und sind unter Umständen an dezentralen Standorten sogar erwünscht. Hierzu zählen in Brandenburg sämtliche in den Landesvorgaben als nicht zentrenrelevant eingestuft Sortimente, die im Anhang ebenfalls mit den WZ-Nummern aufgeführt sind.

Tabelle 14 Nicht-zentrenrelevante Sortimente nach der Sortimentsgliederung des LEP B-B

nicht-zentrenrelevante Sortimente nach LEP B-B

Kraftwagen

Kraftwagen und Zubehör

Aus der Unterklasse Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren:
Garagen, Gewächshäuser, Gerätehäuschen und Baubuden

Krafträder, Kraftradteile und -zubehör

Wohnmöbel

Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren (einschließlich Sanitärkeramik)

Anstrichmittel

Bau- und Heimwerkerbedarf

Tapeten- und Bodenbeläge (einschließlich Teppiche)

Aus der Unterklasse Blumen, Pflanzen und Saatgut: Beetpflanzen, Wurzelstöcke und Blumenerde

Aus der Unterklasse Sport- und Campingartikel:
Sport- und Freizeitboote und Zubehör

Aus der Unterklasse Sonstiger Einzelhandel:
Büromöbel und Brennstoffe

Mineralölerzeugnisse

Quelle: Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg 2009 und Einzelhandelsbestandserhebung Februar/März 2011

Selbstbindung der Stadt

Der Stadt Brandenburg an der Havel wird empfohlen, die vorliegende „Brandenburger Liste“ durch die Stadtverordnetenver-

sammlung zu beschließen und die Sortimente in die textlichen Festsetzungen bzw. Begründungen der entsprechenden Bauleitpläne zu übernehmen.

3.4 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 seit der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Brandenburg an der Havel durch die GMA im Jahr 2007 weiter verstärkt.

Hauptzentrum Innenstadt

Entgegen der Kategorisierung durch die GMA 2007 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.

Zwei Zentrentypen in Brandenburg an der Havel

Somit können sechs Nahversorgungszentren eindeutig abgegrenzt werden: Am Neuendorfer Sand, Tschirchdamm, Neuendorfer Straße, Wilhelmsdorfer Straße, EKZ Görden (Veilchenweg) und Willibald-Alexis-Straße (inklusive Havelpassage). Diese Nahversorgungszentren weisen eine städtebauliche Integration auf und erfüllen wohnungsnahe Versorgungsfunktionen. Nur teilweise wird der Einzelhandelsbesatz durch öffentliche und private Dienstleistungen ergänzt. Sowohl der Einzelhandel als auch die Dienstleistungen werden überwiegend durch nahversorgungs- und zentrenrelevante Angebote geprägt.

Wohnungsnahe Versorgung durch Nahversorgungszentren

Die Tabelle der Angebotsstruktur und Verflechtungsbereiche dieser Nahversorgungszentren zeigt folgende Merkmale auf:

Merkmale der Nahversorgungszentren

- Hinsichtlich der Zahl der Betriebe weist die Neuendorfer Straße derzeit den schwächsten Besitz auf.
- Im Hinblick auf die Gesamtverkaufsfläche sind zwei Kategorien von Nahversorgungszentren zu unterscheiden: Zentren mit rund 1.500 qm Verkaufsfläche und Zentren ab ca. 3.000 qm Verkaufsfläche. Allerdings ergibt sich bei den geringer ausgestatteten Nahversorgungszentren eine atypische Situation für den Standort Wilhelmsdorfer Straße, der einen einwohnerstärkeren Verflechtungsbereich erreicht, welcher auf dem Niveau der größere Nahversorgungszentren liegt.
- Bei der nachversorgungsrelevanten Verkaufsfläche scheint sich eine Mindestgröße von ca. 1.000 qm für eine funktionierende Einkaufslage abzuzeichnen, maximal werden ca. 2.000 qm Verkaufsfläche in diesem Segment vorgehalten.
- Umfang sowie Struktur ergänzender zentrenrelevanter Sortimente sowie die Qualität des Dienstleistungsbesatzes sind gegenwärtig in keinem Nahversorgungszentren geeignet, eine Höherstufung zu einem Nebenzentrum zu begründen.

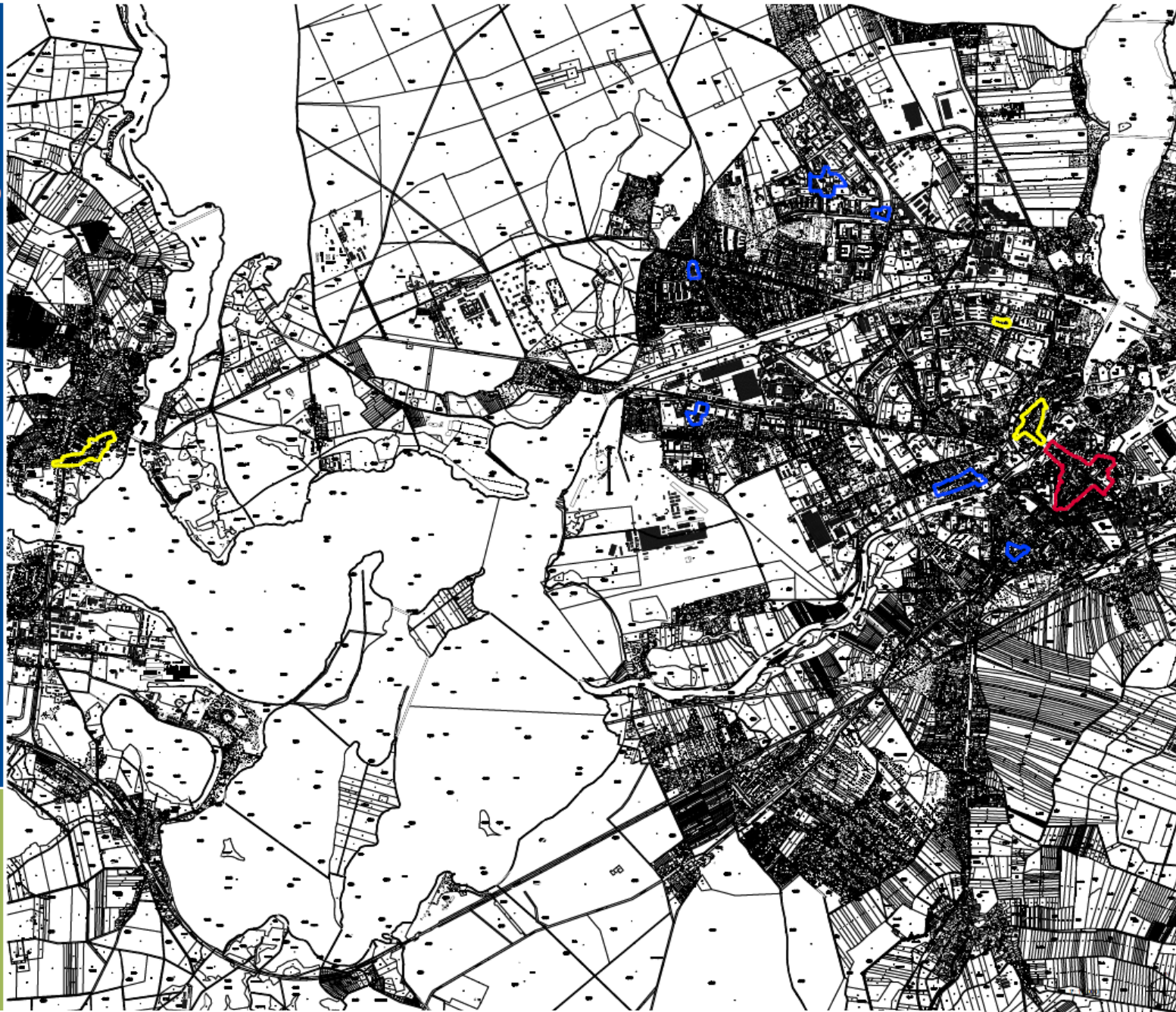
Für den Stadtteil Nord wurden für Versorgungsstandorte an der Werner-Seelenbinder-Straße und Willi-Sänger-Straße durch die GMA im Jahr 2007 ebenfalls Einstufungen als Nahversorgungszentren vorgeschlagen. Gleiches gilt für das Einkaufszentrum Marienberg, auf der gegenüberliegenden Seite der Willi-Sänger-Straße gelegen, aber dem statistischen Stadtteil Altstadt zugehörig. Der Vorschlag diese Gebiete durch die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs als Versorgungsstandorte zu etablieren wurde jedoch an Handlungsempfehlungen, wie z. B. die Ansiedlung ergänzender Einzelhandels- oder Dienstleistungsbetriebe, geknüpft. Auch wurde die Vergrößerung des Edeka-Supermarktes in der Werner-Seelenbinder-Straße empfohlen um eine größere Magnetwirkung zu erreichen. Diese Empfehlungen konnten in den letzten Jahren nicht erfolgreich umgesetzt werden. Zudem wurde die Versorgungsbedeutung des EKZ Marienberg durch die Aufgabe von Betrieben geschwächt. Die heutige Situation in diesem Siedlungsbereich wird dementsprechend von einem Nebeneinander mehrerer Solitärstandorte des Lebensmitteleinzelhandels geprägt.



Tabelle 15 Angebotsstruktur und Verflechtungsbereiche der (potenziellen) Nahversorgungszentren

	Zahl der Betriebe	Verkaufsfläche in qm gesamt	davon nahversorgungsrelevant	Einwohner im Verflechtungsbereich	Lebensmittel-magnetbetrieb	Einwohner in fußläufiger Erreichbarkeit des Lebensmittelmag-netbetriebs
Nahversorgungszentren						
Am Neuendorfer Sand	10	3.755	2.080	5.160	Netto	2.580
					NP-Markt	2.810
Neuendorfer Straße	4	1.415	1.055	2.360	Rewe	7.400
Wilhelmsdorfer Straße	13	1.700	965	6.265	Norma	8.340
Einkaufszentrum Görden	13	3.110	1.955	8.070	Penny	4.790
					Rewe	4.790
Willibald-Alexis-Straße	8	1.535	1.440	2.645	Aldi	7.020
					Netto	7.020
Tschirchdamm	11	3.050	1.820	5.250	Rewe	8.200
Potenzielle Nahversorgungszentren						
Altstadt	28	2.330	395	4.715	-	-
Werner-Seelenbinder-Straße	8	830	580	9.170	Edeka	6.700
Genthiner Straße	12	1.250	955	6.570	Rewe	950

Quelle: Daten zum Einwohnerstand Stadt Brandenburg an der Havel (Einwohner nach Wohnbezirken), Sonstige Daten, Berechnung und Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH



- Hauptzentrum
- Nahversorgungszentrum
- potenzielles Nahversorgungszentrum

Stadt Brandenburg a.d. Havel

Zentraler Versorgungsbereich

Übersicht

Stadt- und Regionalplanung
Dr. Jansen GmbH

Ballmerstraße 15, 05301 Eldershausen
Telefon: 03943 2400-0
Telefax: 03943 2400-20
E-Mail: info@stadtplanung-jansen.de
www.stadtplanung-jansen.de

K06, März 2011

Ebenfalls geknüpft an Handlungsempfehlungen wurde seinerzeit die Genthiner Straße im Stadtteil Plaue als Nahversorgungszentrum definiert. Auch dieser Standort hat sich seit 2007 nicht positiv entwickelt, u. a. durch die verkehrliche Abbindung. Parallel dazu wurden die Versorgungsstrukturen im Stadtteil Kirchmöser, der zum Einzugsbereich der Einkaufslage Genthiner Straße zählt, gestärkt.

Für beide Stadtbereiche sind die Versorgungsstandorte, soweit möglich, neu zu ordnen - im Zusammenspiel von Stadtplanung und Wirtschaftsförderung.

Dabei sollte die Zielsetzung verfolgt werden, die Standortlagen Werner-Seelenbinder-Straße 52 und Genthiner Straße als zentrale Versorgungsbereiche zu etablieren. Die Altstadt weist ebenfalls handelswirtschaftlich Ergänzungsbedarf auf, da der für Nahversorgungsfunktionen relevante Magnetbetrieb des Lebensmitteleinzelhandels bislang fehlt. Das großflächige Möbelhaus zieht zwar zahlreiche Kunden an, löst aber keine vergleichbare Frequentierung aus. Auch für die Altstadt wird eine räumliche Abgrenzung empfohlen, sofern eine Stabilisierung der Handelsentwicklung und die Einstufung als zentraler Versorgungsbe- reich gelingen.

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

Dezentrale Agglomerations- standorte des Einzelhandels

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

Diese nicht städtebaulich integrierten Standorte übernehmen eine regionale Versorgungsfunktion und bieten ein auf wenige Branchen des großflächigen Einzelhandels spezialisiertes Angebot. Eine Ergänzung durch private oder öffentliche Dienstleistungen besteht typischerweise nicht.

3.5 Zentrale Versorgungsbereiche

3.5.1 Hauptzentrum Innenstadt

Standortmerkmale Angebotssituation

Dem Hauptgeschäftsbereich der Brandenburger Innenstadt kommt im Vergleich der integrierten Versorgungslagen innerhalb des Stadtgebiets die höchste Bedeutung zu. Es 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 als zentralen Punkt der Innenstadt und 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 166 Betriebe des Einzelhandels und Ladenhandwerks ansässig (ca. 28 % aller Betriebe der Stadt Brandenburg an der Havel), die einen Umsatz von ca. 83,3 Mio. EUR pro Jahr (ca. 19,5 % des Gesamtumsatzes in der Stadt) generieren und mit ca. 24.410 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 2007 ergibt sich für das Hauptzentrum Innenstadt ein Bedeutungszuwachs, der sich insbesondere in einem Wachstum von Verkaufsfläche (von ca. 16.600 auf ca. 24.410 qm, dies entspricht einem Zuwachs von ca. 47 %) und Umsatz (von ca. 48,8 Mio. EUR auf ca. 83,3 Mio. EUR, dies entspricht einem Zuwachs von ca. 71 %) dokumentiert.

Der Hauptgeschäftsbereich wird in starkem Maße durch die Warengruppen Bekleidung, Schuhe, Sport geprägt. Etwas mehr als ein Drittel der Betriebe (ca. 40 %) weist mehr als die Hälfte der gesamten Verkaufsfläche des Einzelhandels im Hauptzentrum Innenstadt auf, 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.

Angebotschwerpunkt

Insgesamt weist die Innenstadt in Brandenburg an der Havel bezüglich der Anzahl der Betriebe (ca. 71 %) und der Verkaufsfläche (ca. 76 %) einen Angebotsschwerpunkt im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente auf. Rund 28 % der Betriebe bieten auf ca. 21 % der Verkaufsfläche überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente an. Daneben sind auch zwei Betriebe im Hauptzentrum Innenstadt zu verorten, deren vorwiegend angebotene Sortimente entsprechend der Brandenburger Liste als nicht zentrenrelevant zu bezeichnen sind.

Das Lebensmittelangebot in der Innenstadt wird von einem Rewe-Markt in der Sankt Annen Galerie geprägt. Dieser wird ergänzt durch spezialisierte Fachgeschäfte und dem Nahrungs- und

Genussmittelbereich sowie Betrieben des Lebensmittelhandwerks.

Abbildung 22 Nutzungskartierung der Innenstadt



Quelle: Kartengrundlage: Stadt Brandenburg an der Havel, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2011, Erhebungsstand März 2011

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 (De-

Magnetbetriebe im Hauptzentrum



pot). 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.

Tabelle 16 Einzelhandelssituation im Hauptzentrum Innenstadt

Sortimentsgruppe	Betriebe	Betriebe	Verkaufs- fläche	Verkaufs- fläche
	abs.	(in %)	(in qm)	(in %)
nahversorgungsrelevant	46	27,7	5.000	20,5
zentrenrelevant	118	71,1	18.560	78,9
nicht zentrenrelevant	2	1,2	850	0,6
Summe	166	100	24.410	100

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

Ergänzt werden die Einzelhandelsangebote in der Innenstadt durch insgesamt 121 Komplementärnutzungen, die - allerdings nachgeordnet - auch frequenzerzeugende Wirkungen für das Hauptzentrum entfalten.

Komplementärnutzungen

Eine vergleichsweise hohe Bedeutung erreichen dabei die Gastronomiebetriebe, die wichtige Komplementärfunktionen 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 evtl. auch höhere Mieten entrichtet.

Tabelle 17 Komplementärnutzungen im Hauptzentrum Innenstadt

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen*	
	Summe	Angebotsschwerpunkt
Gastronomie, Hotellerie	37	Cafés, Gaststätten, Bars, Fast Food, Hotels
Dienstleistungen	68	Friseure, Banken, Versicherungen
Kultur, Freizeit	7	Theater, Kino, Kirche
Bildung, Gesundheit	9	(Fach-)Ärzte, Physiotherapie Schule
Summe	121	

Leerstandsquote

*Anm.: im Erdgeschoss

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

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. Mindernutzungen und insgesamt 39 Leerstände hinzuweisen. Aus dem Verhältnis der 39 Leerstände und der insgesamt 328 in den Erdgeschossen vorliegenden Gewerbeflächen des Hauptzentrums ergibt sich eine Leerstandsquote von ca. 12 %, die leicht über dem Durchschnittswert vergleichbarer Einkaufsstädte liegt.²⁵

Tabelle 18 Nutzungsstruktur im Hauptzentrum Innenstadt

Anzahl der Nutzungen*	
Art der Nutzung	Summe
Einzelhandel	166
Komplementärnutzungen	121
Leerstände	39
Mindernutzungen	2
Summe	328

*Anm.: im Erdgeschoss

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

Räumliche Verteilung der Nutzungen

Entlang der Achse Hauptstraße – Neustädtischer Markt - Molkenmarkt - Steinstraße lässt sich der Handlungsschwerpunkt 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 Einzelhandelsbetrieben 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 nur wenig Raum für das gleichzeitige Flanieren. In diesen Bereichen ist dann auch eine abfallende Qualität der Nutzungen und auch der Gebäudezustände erkenn-

Hauptstraße

²⁵ Nach Erfahrungswerten der Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH ist bei einer Leerstandsquote von bis zu ca. 8 % von einer „normalen“ Geschäftsfluktuation auszugehen.

bar. Offenbar hat die Verbindungsfunktion der Jahrtausendbrücke, die früher gleichermaßen prosperierende Alt- und Neustadt-bereiche 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“.

Die Steinstraße, ebenfalls durch die Gleisführung der Straßenbahn genutzt, vermittelt durch den breiteren Straßenquerschnitt und die ebene Straßenführung einen moderneren Eindruck. Sie ist durch den motorisierten Verkehr in beide Richtungen befahrbar und erhält 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 entgegenseht. Auch in der Steinstraße ist in Richtung des Steintorturms und der Steintorbrücke tendenziell eine abnehmende Qualität der gewerblichen Nutzungen erkennbar. Es bleibt abzuwarten, ob die nach der Verlegung des C&A-Hauses erfolgte Ansiedlung des Polstermarkts dazu beitragen kann, diesen Trend umzukehren.

Steinstraße

Der Neustädtische Markt und der angrenzende Molkenmarkt bilden das geografische Zentrum des Hauptzentrums Innenstadt, welches durch die Ansiedlung der Sankt Annen Galerie eine besondere Bedeutung innerhalb der Einkaufslage einnimmt. Um die freie Platzfläche befinden sich einige gastronomische Nutzungen. 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 konzentriert, befinden 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 nachfolgend beschriebenen Nahversorgungszentren sind folgende Aspekte zu berücksichtigen:

- Für die Stadt Brandenburg an der Havel konnte ein Verkaufsflächenüberhang zwischen ca. 16.960 qm (Worst Case) und ca. 6.730 qm (Best Case) bis zum Jahr 2025 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 nicht integrierten Einkaufslagen im Stadtgebiet verteilen.
- 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 nicht nur die Innenstadt, im besten Fall durch die Ansiedlung eines Magnetbetriebes, in ihrer Einzelhandelsfunktion bereichert werden, sondern gleichzeitig sollten 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 Einbindung der Freiflächen in die Ausstellungsflächen der Bundesgartenschau 2015, scheidet das Packhofgelände nun jedoch als Potenzialstandort aus.

Zurzeit lassen sich innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt keine Potenzialflächen für die Entwicklung (großflächiger) Einzelhandelsbetriebe identifizieren. Angebots-ergänzungen und kurzfristige Neuansiedlungen von Einzelhan-

Keine Potenzialflächen für (großflächigen) Einzelhandel im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

delsbetrieben müssen dementsprechend auf die leerstehenden gewerblichen Immobilien gelenkt werden.

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). Planerische Konzeptionen zur Entwicklung weiterer Standorte (z. B. Einbezug von Entwicklungsflächen) liegen derzeit nicht vor. Räumlich begrenzt wird das Hauptzentrum Innenstadt im Wesentlichen durch folgende Gegebenheiten:

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

Die Brandenburger Innenstadt, im Stadtteil Neustadt gelegenen, 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 beeinflusst. Das nordwestliche (Hauptstraße) sowie das südwestliche Ende (Steinstraße) werden durch die Jahrtausend- beziehungsweise durch die Steintorbrücke gebildet. Zwar setzt sich der Einzelhandelsbestand auch jenseits der Brücken fort, die zusammenhängende Auflage wird jedoch unterbrochen, so dass eine Grenzziehung des Versorgungsbereichs 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 Bebauung des Molkenmarktes und des Neustädtischen Marktes. Die östliche Begrenzungslinie Steinstraße – Neustädtischer Markt wird durch die Einbeziehung der Sankt-Annens-Straße (inklusive der Sankt Annen Galerie) bis zur Abzweigung der Abtstraße unterbrochen.

Im Hinblick auf die räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten gilt es zu berücksichtigen, dass einzelne derzeit un- oder mindergenutzte Flächen oder Ladenlokale bereits heute oder perspektivisch für eine Einzelhandelsnutzung zur Verfügung stehen. Unter Berücksichtigung des ermittelten ökonomischen Entwicklungsspielraums wird empfohlen, nur die unmittelbar im bisher schon

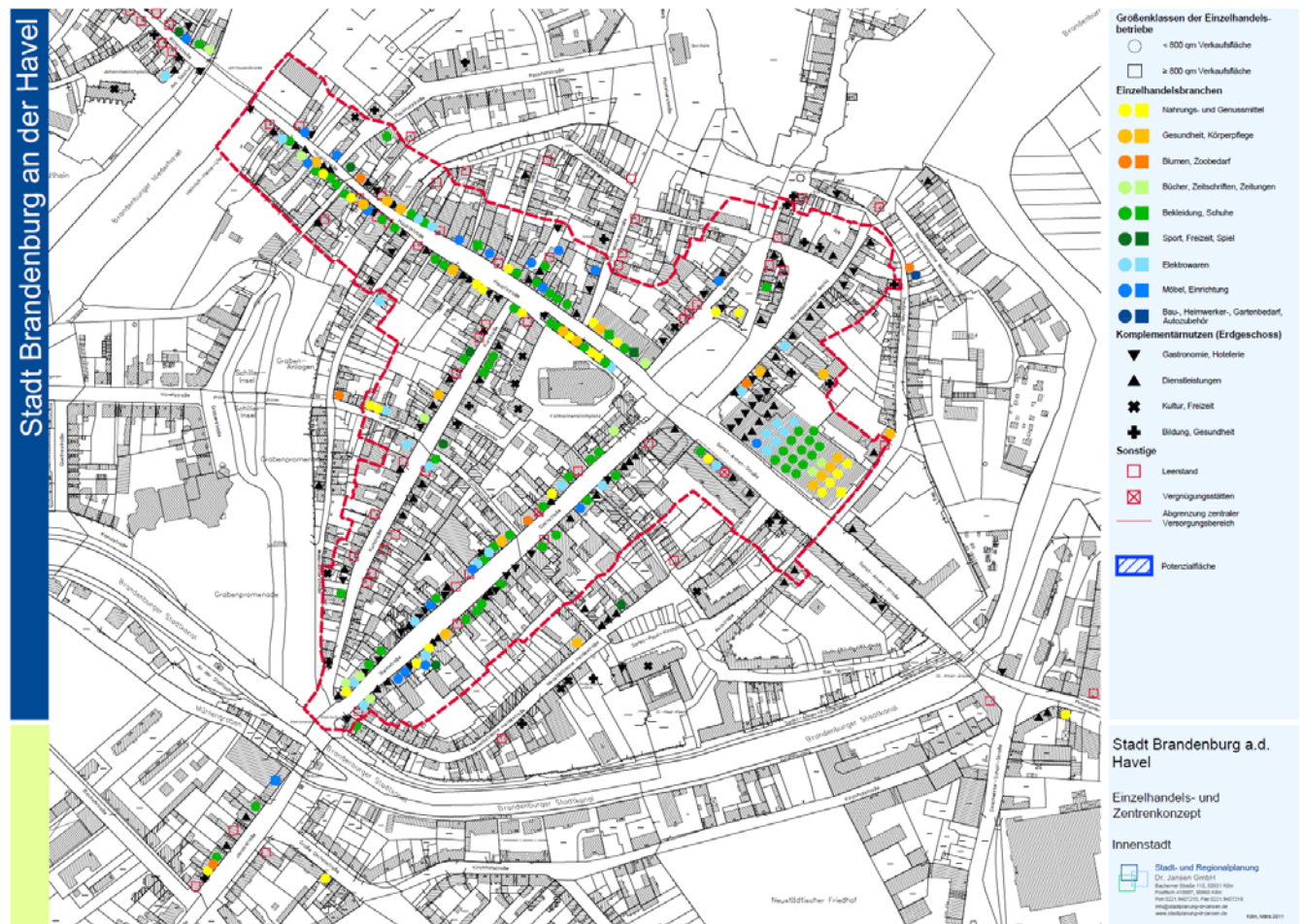
Abgrenzungskriterien

Ausdehnung

Räumliche Entwicklungsmöglichkeiten

durch Einzelhandel belegten Bereich gelegenen Flächen in den zentralen Versorgungsbereich einzubeziehen.

Abbildung 23 Räumliche Festlegung des Hauptzentrums Innenstadt



Quelle: Kartengrundlage: Stadt Brandenburg an der Havel, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2011, Erhebungsstand März 2011

Stärken-Schwächen-Profil

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

- + Verkehrsberuhigte, fußgängerfreundliche Lage
- + Integration der St. 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

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:

- Hauptstraße: Abnehmende Qualität der Nutzungen in Richtung Jahrtausendbrücke
- Steinstraße: abnehmende Qualität der Nutzungen in Richtung Jacobstraße
- Aktuell keine Potenzialflächen für den (großflächigen) Einzelhandel
- Schwache Ausprägung der öffentlichen Infrastruktur
- Leerstände und Mindernutzungen verstärkt in Randlagen

Schwächen des Hauptzentrums

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

Da zurzeit wie beschrieben nicht die Möglichkeit besteht großflächige Magnetbetriebe zu installieren, sollten kurzfristig leerstehende Ladenlokale innerhalb des Versorgungsbereichs genutzt werden. Vor allem die Randlagen der Stein- und Hauptstraße könnten auf diesem Wege attraktiviert werden. Langfristig sollte auch die Erschließung weiterer Potenzialflächen für Einzelhandel vorbereitet werden.

Wiedernutzung leerstehender Ladenlokale

Neben der weiteren Unterstützung der gestalterischen und handelswirtschaftlichen Aufwertung der Stein- und der Hauptstraße sollte auch die Integration der Kurstraße in die Lauf- lage initiiert werden. Durch eine „optische“ Öffnung der Kurstraße zur Hauptstraße könnte der nördliche Part der Straße (wo bereits eine Reihe von Betrieben besteht) 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). Perspektivisch wäre eine Entwicklung der Einkaufslage bis zum Steintorturm wünschenswert.

Integration der Kurstraße in die Lauf- lage

Die in den letzten Jahren forcierte gestalterische Aufwertung des Hauptgeschäftsbereichs sollte weitergeführt werden. Insbesondere die Unterbrechung sanierter Fassaden-Ensemble (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 als positiv zu bewerten. Aufgrund der

vorhandenen Potenziale (historische Bausubstanz, Lage am Wasser, verkehrsberuhigte Lage) wird ein weiterer Bedeutungszuwachs als möglich und empfehlenswert erachtet.

3.5.2 Nahversorgungszentrum Am Neuendorfer Sand

Das Nahversorgungszentrum Am Neuendorfer Sand befindetet sich im westlichen Bereich des Stadtteils Altstadt. Vom Stadtzentrum aus ist es über die Magdeburger Landstraße (Bundesstraße 1) zu 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 Hessenweg befindet sich etwa in 400 m Entfernung zum Nahversorgungszentrum Am Neuendorfer Sand.

Lage

Standortmerkmale und Angebotssituation

Durch die Ansiedlung zweier Magnetbetriebe im Standortbereich Magdeburger Straße 190, ergibt sich im Vergleich zu der empfohlenen Zentrenabgrenzung der GMA im Jahr 2007 eine leichte Modifikation. Die aktuelle Abgrenzung berücksichtigt und integriert beide Standortbereiche (Am Neuendorfer Sand und Magdeburger Straße 190).

Räumliche Festlegung

Insgesamt umfasst das Nahversorgungszentrum zehn Einzelhandelsbetriebe. Dies entspricht einem Anteil von ca. 1,7 % am gesamten Einzelhandelsbestand der Stadt Brandenburg an der Havel. Die zehn Betriebe belegen eine Verkaufsfläche von 3.755 qm (ca. 2,5 %) und generieren einen Umsatz von rund 10,1 Mio. EUR (ca. 2,5 %).²⁶

Angebotssituation des Einzelhandels

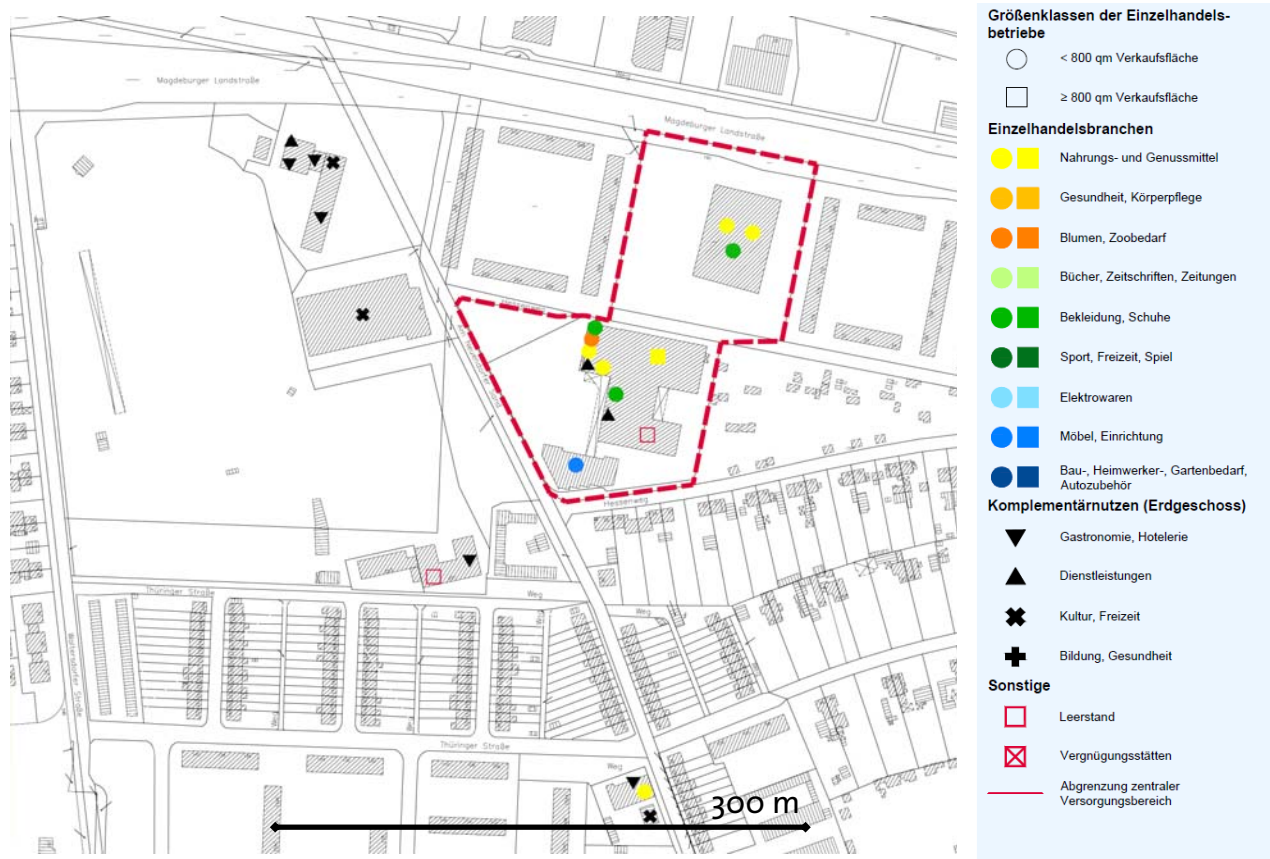
Die Verkaufsfläche dieses zentralen Versorgungsbereichs konnte somit in den letzten Jahren von ca. 3.020 qm auf 3.755 qm ausgedehnt werden, während der Umsatz (2007: ca. 9,6 Mio. EUR) stabil blieb.

Die durchschnittliche Betriebsgröße beträgt ca. 375 qm und ist als überdurchschnittlich zu bewerten. Die Angebotsschwerpunkte liegen bei den nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sorti

Durchschnittliche Betriebsgröße und Angebotsschwerpunkt

²⁶ Durch die Ansiedlung eines Ihr Platz-Drogeriemarkts konnte ein Leerstand zwischenzeitlich belegt und die Angebotssituation verbessert werden.

Abbildung 24 Räumliche Festlegung des Nahversorgungszentrums Am Neuendorfer Sand



Quelle: Kartengrundlage: Stadt Brandenburg an der Havel, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2011, Erhebungsstand März 2011

menten. 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 als großflächig zu bezeichnen ist. Die Ergänzung dieser beiden Betriebe durch eine KiK-, eine Deichmann-²⁷ und eine Dänisches Bettenlager-Filiale bedeutet für den Standort eine überdurchschnittliche Konzentration von frequenz-erzeugenden Einzelhandelsbetrieben.

Magnetbetriebe

²⁷ Die Filiale von Deichmann wurde zwischenzeitlich geschlossen.

Tabelle 19 Einzelhandelssituation im Nahversorgungszentrum Am Neuendorfer Sand

Sortimentsgruppe	Betriebe	Betriebe	Verkaufs- fläche	Verkaufs- fläche
	abs.	(in %)	(in qm)	(in %)
nahversorgungsrelevant	5	50	2.080	55,4
zentrenrelevant	4	40	1.105	29,4
nicht zentrenrelevant	1	10	570	15,2
Summe	10	100	3.755	100

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

In Ergänzung des Einzelhandelsbesatzes sind nur zwei private Dienstleistungsbetriebe im Nahversorgungszentrum ansässig. Angebote der öffentlichen Infrastruktur können im Standortbereich (mit Ausnahme des gegenüberliegenden Stahlpalastes als Veranstaltungsort für Sport- und Kulturveranstaltungen) nicht verortet werden. Zum Zeitpunkt der Erhebung stand ein Ladenlokal leer.

Tabelle 20 Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Am Neuendorfer Sand

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

*Anm.: Erdgeschoss

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

In den Erdgeschossen des Standortbereichs Nahversorgungszentrum Am Neuendorfer Sand befinden sich somit insgesamt 13 Gewerbeflächen.

Tabelle 21 Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum Am Neuendorfer Sand

Anzahl der Nutzungen	
Art der Nutzung	Summe
Einzelhandel	10
Komplementärnutzungen	2
Leerstände	1
Mindernutzungen	-
Summe	13

*Anm.: Erdgeschoss

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

Wie oben dargestellt ist der zweigeteilte Versorgungsbereich durch die Ansiedlungen am Standort Magdeburger Landstraße 190 nun teilweise von der Magdeburger Landstraße aus einsehbar. Dadurch könnten in Zukunft Streuumsätze generiert werden, insbesondere von Kunden aus Plaue und Kirchmöser die 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. 5.160 Einwohner umfassen. Des Weiteren ist das westlich des Rings und nördlich des Industriegebiets Caasmanstraße liegende Wohngebiet des statistischen Wohnbereichs 224 dem Einzugsgebiet zuzuordnen, dessen Einwohnerzahl nur grob geschätzt werden kann (ca. 300).

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 Geschäftsbau ein ausreichendes Angebot an PKW-Stellplätzen angefahren werden. Die städtebauliche Gestaltung der Einkaufslage könnte im Sinne der 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 prägenden 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 Angebotstruktur 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. Wie dargestellt ist diese Anregung durch die Ansiedlung des Ihr Platz-Drogeriemarktes im Sommer 2011 umgesetzt worden.

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.

3.5.3 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 befinden sich 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 Neundorf 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 Angebotsschwerpunkt verortet werden kann. Im Zentrum des Versorgungsbereichs befand sich zum Zeitpunkt der Erhebung ein Rewe-Vollsortimenter in einer Hinterhoflage. Dieser Markt hat seinen Standort mittlerweile um etwa 250 m in Richtung Stadtzentrum verlagert. Aufgrund der Angebotsstruktur im Bereich der sich anschließenden Luckenberger Straße bildet dieser neue Standort das östliche Ende des zentralen Versorgungsbereichs. Westlich des alten Rewe-Standorts befindet sich ebenfalls in einer Entfernung von ca. 250 m das Gelände der ehemaligen Stärkefabrik. Nur der östliche Teil dieses zurzeit ungenutzten Standortes wird als Entwicklungsfläche in den zentralen Versorgungsbereich aufgenommen. Aufgrund ihrer Nutzungsstruktur werden die Seitenstraßen der Neuendorfer Straße nur in den Kreuzungsbereichen in den Versorgungsbereich berücksichtigt.

Räumliche Festlegung

Die Einbeziehung eines Teils des Areals der ehemaligen Stärkefabrik gründet sich auf folgende Überlegungen:

Für das gesamte Areal der ehemaligen Stärkefabrik wird aktuell eine Projektplanung verfolgt, die umfangreiche Einzelhandelsergänzungen beinhaltet. Dort sind auf zwei Baufeldern folgende Nutzungen geplant:

Einzelhandelsplanungen Stärkefabrik

Baufeld A

- Ein Lebensmittelverbrauchermarkt mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten mit einer maximalen Verkaufsfläche von 3.500 qm;

Baufeld B

- Ein Drogeriemarkt mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten mit einer maximalen Verkaufsfläche von 400 qm;
- Ein Textilmarkt mit zentrenrelevanten Sortimenten mit einer maximalen Verkaufsfläche von 900 qm;
- Eine Apotheke mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten mit einer maximalen Verkaufsfläche von 200 qm;
- Einzelhandelsbetriebe mit einem Sortimentsschwerpunkt bei nicht zentrenrelevanten Sortimenten auf einer Gesamtfläche von maximal 3.000 qm, begrenzt auf folgende Sortimente²⁸:
 - Garagen, Gewächshäuser, Gerätehäuschen und Baubuden (51.15.4)
 - Wohnmöbel (52.44.1)
 - Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren (einschl. Sanitärkeramik) (52.46.1)
 - Anstrichmittel (52.46.2)
 - Bau- und Heimwerkerbedarf (52.46.3)
 - Tapeten- und Bodenbeläge (einschl. Teppiche) (52.48.1)
 - Beetpflanzen, Wurzelstöcke und Blumenerde (52.49.1)
 - Sport und Freizeitboote und Zubehör (52.49.8)
 - Büromöbel und Brennstoffe (52.49.9)
 - Mineralölerzeugnisse (51.51.3)

Alternativ ist im Rahmen der Gesamtverkaufsfläche von maximal 3.000 qm ein Sonderpostenmarkt mit maximal 800 qm Verkaufsfläche mit den oben genannten nicht zentrenrelevanten Sortimenten zulässig, wobei maximal 10 % dieser Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente genutzt werden können.

Neben den genannten Einzelhandelsbetrieben sind des Weiteren folgende Nutzungen zulässig:

- Geschäfts und Bürogebäude
- Schank- und Speisewirtschaften, Vergnügungsstätten bis maximal 800 qm Nutzfläche

²⁸ Sortimentsbezeichnung und Nummerierung folgt der „Klassifikation der Wirtschaftszweige“ des Statistischen Bundesamtes 2003, die dem Einzelhandelserlass Brandenburg aus dem Jahr 2007 zu Grunde gelegt wurde. Die im Anhang diese Gutachtens vorgenommene Zuordnung orientiert sich an der überarbeiteten „Klassifikation der Wirtschaftszweige“ des Statistischen Bundesamtes aus dem Jahr 2008.

- Sonstige nicht wesentlich störende Gewerbebetriebe
- Anlagen für gesundheitliche und sportliche Zwecke

Die Begründung der Festsetzungen bezieht sich zu großen Teilen auf die „Stellungnahme zum Ansiedlungsvorhaben an der Neuendorfer Straße in Brandenburg a. d. Havel“ der BBE Handelsberatung vom 14. März 2011.

Die Zuordnung von zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten folgt dem Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg vom 31. März 2009. Darin werden für die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe i. S. d. § 11, Abs. 3 BauNVO

Vorgaben der Landesplanung

- das Konzentrationsgebot
- das raumordnerische Beeinträchtigungsverbot
- das Kongruenzgebot
- das Integrationsgebot

als wesentliche Zielvorgaben formuliert. Ausnahmeregelungen können herangezogen werden, um die wohnungsnahe Versorgung zu verbessern.

Die Projektplanung stützt sich maßgeblich auf eine solche Ausnahmeregelung, die in Oberzentren davon ausgeht, dass Vorhaben, deren gesamte vorhabensbezogene Verkaufsfläche 5.000 qm nicht überschreitet und von der mindestens 75 % der Verkaufsfläche mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten belegt sind, überwiegend der Nahversorgung dienen.

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

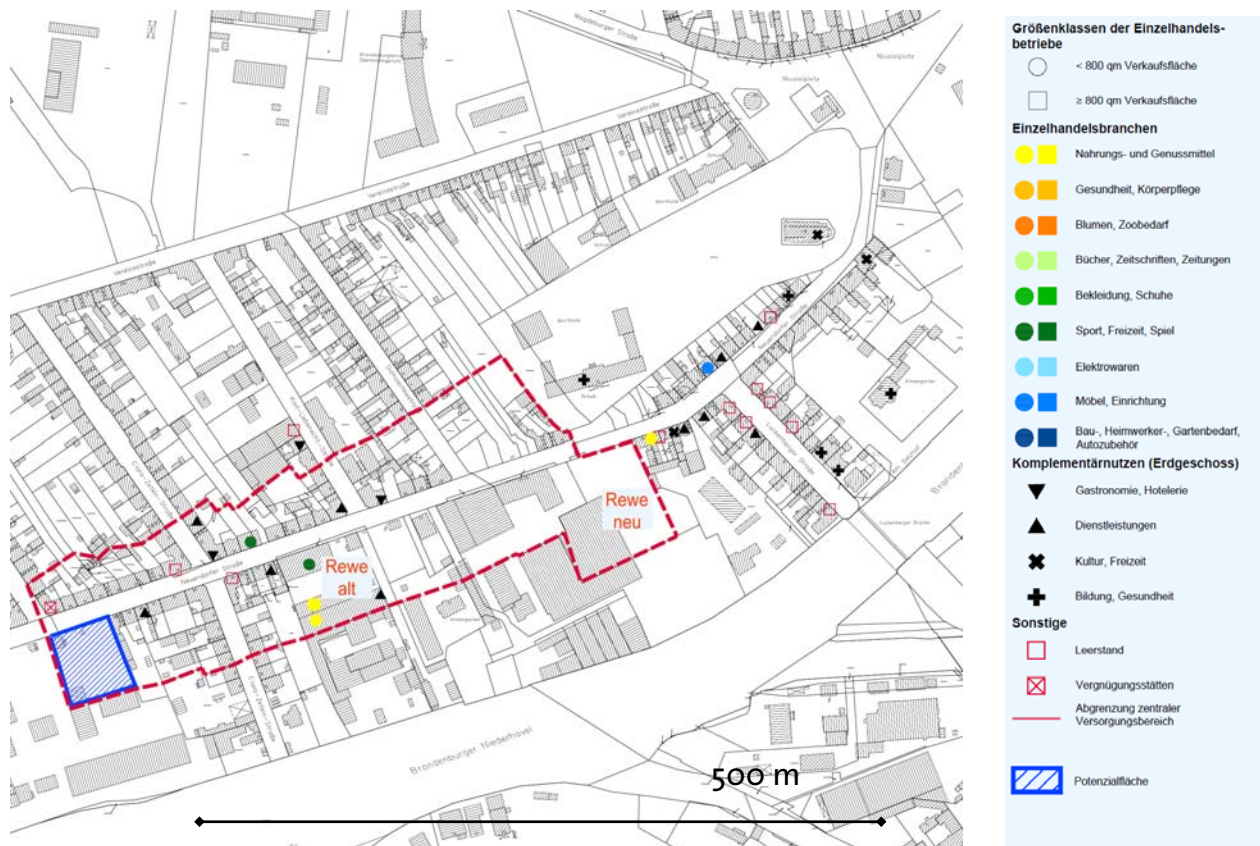
Zurzeit befinden sich lediglich vier Einzelhandelsbetriebe innerhalb des abgegrenzten Versorgungsbereichs, die einen Angebotsschwerpunkt innerhalb der nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Sortimente vorweisen. Die Bedeutung des Nahversorgungszentrums Neuendorfer Straße ist aufgrund der geringen Anzahl der Betriebe und der dementsprechenden Verkaufsfächenausstattung als untergeordnet zu bezeichnen.

Angebotssituation des Einzelhandels

Der großflächige Rewe-Markt ist der einzige Magnetbetrieb in der Neuendorfer Straße. An seinem ehemaligen Standort befindet sich in Hinterhoflage zudem ein Anbieter der Warengruppe Sport/Freizeit sowie ein Ladenlokal des Lebensmittelhandwerks.

Magnetbetriebe

Abbildung 25 Räumliche Festlegung des Nahversorgungszentrums Neuendorfer Straße



Quelle: Kartengrundlage: Stadt Brandenburg an der Havel, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2011, Erhebungsstand März 2011

Tabelle 22 Einzelhandelssituation im Nahversorgungszentrum Neuendorfer Straße

Sortimentsgruppe	Betriebe	Betriebe	Verkaufsfläche	Verkaufsfläche
	abs.	(in %)	(in qm)	(in %)
nahversorgungsrelevant	3	75	1.055	74,6
zentrenrelevant	1	25	360	25,4
nicht zentrenrelevant	-	-	-	-
Summe	4	100	1.415	100

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2011, Erhebungsstand März 2011, ohne erweiterte Rewe-Verkaufsfläche

Arrondiert wird der Einzelhandelsbestand von sieben Komplementärnutzungen, zwei aus dem Bereich Hotellerie und Gastronomie und fünf private Dienstleistungen. Einrichtungen der öf-

Komplementärnutzungen

fentlichen Infrastruktur sind innerhalb des Versorgungsbereichs nicht angesiedelt.

Tabelle 23 Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Neuendorfer Straße

Anzahl der Nutzungen		
Art der Nutzung	Summe	Angebotsschwerpunkt
Gastronomie, Hotellerie	2	Bar, Bistro
Dienstleistungen	5	Friseur, Versicherung, Wäscherei, Post
Kultur, Freizeit	-	-
Bildung, Gesundheit	-	-
Summe	7	./.

*Anm.: Erdgeschoss

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

Zudem befanden sich in den Erdgeschossen des Standortbereichs zum Zeitpunkt der Erhebung zwei Leerstände sowie eine mindergenutzte Gewerbefläche. Die sich aus dem Verhältnis der Leerstände und der insgesamt in den Erdgeschossen befindlichen Gewerbeflächen ergebende Leerstandsquote von rund 14 % übertrifft den Wert der „normalen“ Geschäftsfluktuation von bis zu 8 %. Auch ist der zwischenzeitlich eingetretene Leerstand am ehemaligen Rewe-Standort zu beachten.

Tabelle 24 Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum Neuendorfer Straße

Anzahl der Nutzungen	
Art der Nutzung	Summe
Einzelhandel	4
Komplementärnutzungen	7
Leerstände	2
Mindernutzungen	1
Summe	14

*Anm.: Erdgeschoss

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

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. 2.660 Einwohner. In diesem Wert sind auch die westlich des Rings und nördlich des Industriegebiets Caasmanstraße wohnhaften Bürger enthalten (ca. 300), die eher auf den Versorgungsbereich Neuendorfer Sand ausgerichtet sind. Durch die Einfallsituation vom Innenstadtring ist zusätzlich die Generierung von Streuumsätzen möglich, so dass trotz der geringen Zahl an Einwohnern eine angemessene Leistungsfähigkeit erreicht werden kann. Das Hauptzentrum Innenstadt sowie das südlich gelegene Nahversorgungszentrum Wilhelmsdorfer Straße sind als direkte Konkurrenzstandorte des Nahversorgungszentrums Neuendorfer Straße zu bezeichnen; ihre Einzugsbereiche überlagern sich teilweise.

Einzugsgebiet und Konkurrenzstandorte

Der bisherige „Anker“ des Nahversorgungszentrums (Standort Rewe) befindet sich in einer unzureichend einsehbaren Hinterhofsituation. Durch die Verlagerung rückt zwar der Betrieb nicht näher an die Neuendorfer Straße, jedoch wird seine Außenwirkung nicht durch vor gelagerte Immobilien gestört. Zudem kann am neuen Standort eine größere Zahl von Stellplätzen installiert werden. Die Verlagerung führt zu einer Stärkung des Lebensmittel-Vollsortimenters und aufgrund seiner Bedeutung für den Standort, zu einer Stärkung des Nahversorgungszentrums.

Städtebauliche Bewertung

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.

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 (Verlagerung)
- + Ergänzungsstandorte auf der ehemaligen Rewe-Fläche und 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 arrondierenden Komplementärnutzungen sind grundsätzlich geeignet, die Frequenzen für ein kleineres Nahversorgungszentrum zu generieren. Allerdings könnte die Ansiedlung eines weiteren Lebensmittel-SB-Betriebs (in Ergänzung des Vollsortimenters wäre ein Discounter zu empfehlen) auf der dargestellten Teilfläche der ehemaligen Stärkefabrik einen Impuls für die Realisierung einer Lauf- lage bis zum neuen Standort des Vollsortimenters setzen. Ergänzende nahversorgungs- und zentrenrelevante Nutzungen sollten auf die leerstehenden kleinen Betriebseinheiten konzentriert werden. Zudem sollte die zukünftig leerstehende Einzelhandelsfläche des Rewe-Markts im Hinblick auf eine Folgenutzung (z.B. Drogeriemarkt) überprüft werden. Die Zahl an Komplementärnutzungen könnte ausgebaut werden.

Moderater Ausbau des Nahversorgungszentrums

Im Hinblick auf die Projektplanung auf dem Areal der ehemaligen Stärkefabrik ist anzumerken:

Bewertung Projektplanung

- Die wohnungsnah Grundversorgung ist am Planstandort bzw. im Standortumfeld gegeben; die Angebotssituation wird sich durch den in der Verlagerung/Erweiterung befindlichen Rewe-Markt verbessern.
- Die Verkaufsfläche der Gesamtplanung übersteigt mit ca. 8.000 qm die in der Landesplanung vorgegebene maximale Verkaufsfläche zur Verbesserung der Nahversorgungssituation. Die in Baufeld B auf ca. 3.000 qm Verkaufsfläche geplanten Anbieter mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten sowie der ebenfalls zulässige Sonderpostenmarkt dienen nicht der Verbesserung der wohnungsnahen Versorgung.
- Durch die Entfernung zwischen den beiden Standorten zum Zeitpunkt der Bestandserhebung von ca. 200 Metern und zukünftig ca. 410 Metern (Rewe und Planfläche) könnte es eine Vielzahl von Kunden geben, die sich zwischen den beiden Standorten bewegen, so dass durch die Frequenzstärkung positive Effekte auf die Gewerbetriebe im Umfeld zu erwarten wären. Vorzuschlagen ist daher, den Versorgungsbereich in Richtung des Planstandorts auszudehnen.
- Mit einem Einzugsbereich und einer Kaufkraft von ca. 2.660 Einwohnern ist die betriebswirtschaftlich notwendige Umsatzleistung für die geplante Dimensionierung des Lebensmit-

telmarkts nicht zu erwirtschaften. Sollte der Markt wie geplant realisiert werden, zieht er Kaufkraft aus angrenzenden Siedlungsbereichen ab. Damit wird das Umsatzpotenzial für umgebende Nahversorgungszentren und wohnungsnaher Solitärstandorte deutlich reduziert, Gefährdungen der Funktionsfähigkeit sind zu erwarten. Um gravierende Verzerrungen in der Versorgungsstruktur zu vermeiden, sieht auch die Landesplanung das Kongruenzgebot vor, das eine der Versorgungsbedeutung des Standorts maßstäbliche Dimensionierung von Versorgungsangeboten fordert. Dieses Prinzip leitet auch die Erstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Stadt Brandenburg an der Havel.

- Insbesondere zur Sicherstellung der wohnungsnahen Versorgung sind überdimensionierte Versorgungsbereiche, die den Bestand und die Entwicklung anderer Versorgungsbereiche gefährden, zu vermeiden. Auch für den großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten wird das Ziel einer räumlichen Bündelung empfohlen werden, möglichst an heute schon durch diese Betriebstypen belegten Agglomerationsbereichen.
- Daraus ergibt sich die Empfehlung für eine deutliche Reduzierung der Projektplanung, insbesondere der Verkaufsfläche des Lebensmittel-SB-Betriebs. Überlegungen zur Dimensionierung sollten sich am Bestand an Lebensmittelverkaufsfläche anderer Nahversorgungszentren orientieren. Zur Stärkung der Nahversorgungsfunktion sind der Drogeriemarkt und die Apotheke grundsätzlich im zentralen Versorgungsbereich erwünscht, hierzu bieten sich aber auch andere bestehende Immobilien in der Neuendorfer Straße an. Der großflächige Textilmarkt bedient hingegen schwerpunktmäßig den mittelfristigen Bedarf und überschreitet damit insbesondere in der geplanten Dimensionierung die Versorgungsfunktionen der Standortlage ebenfalls erheblich. Die Ansiedlung ordnet sich damit nicht in die Versorgungsfunktionen des zentralen Versorgungsbereichs Neuendorfer Straße ein²⁹. Der Standort wird auch für die geplante Agglomeration von Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten kritisch gesehen, da es im Stadtgebiet bestehende Agglomerationen gibt, deren Ausbau zur Stärkung der Versorgungsbedeutung des Oberzentrums Brandenburg an der Havel geeigneter wären.

²⁹ Vgl. Tabelle 15

3.5.4 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 wie die 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 ergibt sich 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

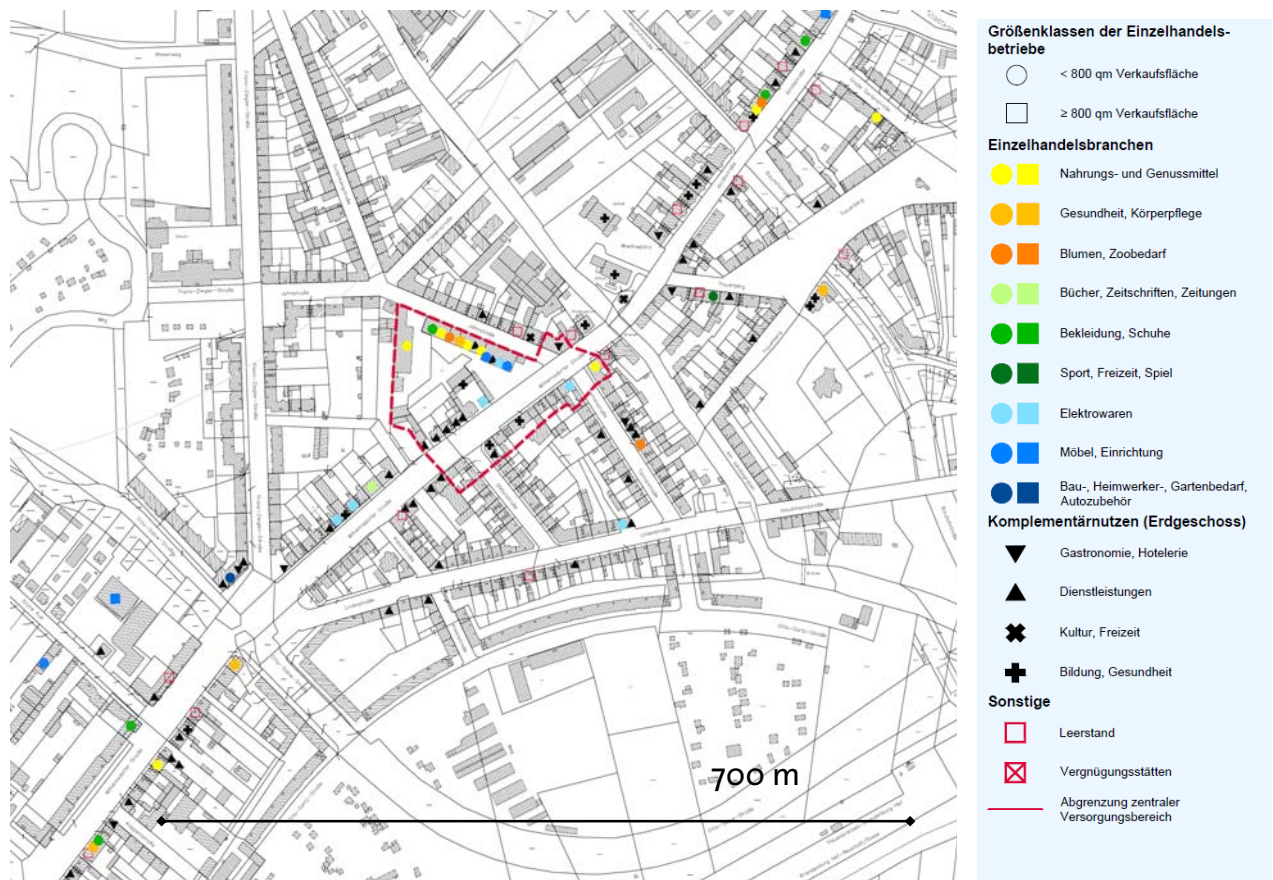
Innerhalb dieses Versorgungsbereichs sind 13 Einzelhandelbetriebe angesiedelt (ca. 2 % des gesamtstädtischen Bestandes). Diese Betriebe generieren auf einer Verkaufsfläche von 1.700 qm (ca. 1 %) einen Umsatzanteil von rund 1 %. Die Bedeutung des Einzelhandels innerhalb der integrierten Einkaufslage ist somit als gering zu bewerten. Die Versorgungsbedeutung dieser Einzelhandelslage hat sich damit seit dem Jahr 2007 nur geringfügig verändert.

Angebotssituation des Einzelhandels

Die durchschnittliche Betriebsgröße von 130 qm weist auf einen vornehmlich kleinstrukturierten Einzelhandelbestand hin. Sie liegt deutlich unter der durchschnittlichen Betriebsgröße der Stadt Brandenburg an der Havel. Jeweils sechs Betriebe bieten überwiegend Sortimente an, die als nahversorgungsrelevant oder als zentrenrelevant zu bezeichnen sind. Das Angebot eines Betriebes ist entsprechend der Brandenburger Liste als nicht zentrenrelevant zu bewerten.

Durchschnittliche Betriebsgröße und Angebotschwerpunkt

Abbildung 26 Räumliche Festlegung des Nahversorgungszentrums
Wilhelmsdorfer Straße



Quelle: Kartengrundlage: Stadt Brandenburg an der Havel,
Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2011, Erhebungsstand März 2011

Tabelle 25 Einzelhandelssituation im Nahversorgungszentrum Wilhelmsdorfer Straße

Sortimentsgruppe	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	(in %)	(in qm)	(in %)
nahversorgungsrelevant	6	46,2	965	56,8
zentrenrelevant	6	46,2	515	30,3
nicht zentrenrelevant	1	7,6	220	12,9
Summe	13	100	1.700	100

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

Für die genannte Hinterhof-Lage des Nahversorgungszentrums Wilhelmsdorfer Straße hat der Lebensmitteldiscounter Norma eine strukturprägende Funktion. Daneben wird die Nahversor-

gungsfunktion des Standortes durch eine Schlecker-Filiale und weitere ergänzende kleine Betriebseinheiten (des Lebensmittelhandwerks) komplettiert.

Wie bereits einleitend erwähnt wird der Einzelhandelsbestand in der Wilhelmsdorfer Straße durch einige Komplementärnutzungen arrondiert. Besonders im Bereich der privaten Dienstleistungen werden verschiedene Angebote (Autovermietung, Friseur, Reisebüro, Versicherung u. a.) vorgehalten. Auch für diesen Versorgungsbereich ist jedoch das Fehlen von Einrichtungen der öffentlichen Infrastruktur zu bemängeln.

Komplementärnutzungen

Tabelle 26 Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Wilhelmsdorfer Straße

Anzahl der Nutzungen		
Art der Nutzung	Summe	Angebotschwerpunkt
Gastronomie, Hotellerie	1	Bistro
Dienstleistungen	8	Autovermietungen, Friseur, Versicherung
Kultur, Freizeit	-	-
Bildung, Gesundheit	3	Arztpraxis, Physiotherapie
Summe	12	

*Anm.: Erdgeschoss

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

Zum Zeitpunkt der Erhebungen konnten für den Versorgungsbe-
reich Wilhelmsdorfer Straße weder Leerstand noch Mindernut-
zungen festgestellt werden.

Leerstand

Tabelle 27 Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum Wilhelmsdorfer Straße

Anzahl der Nutzungen	
Art der Nutzung	Summe
Einzelhandel	13
Komplementärnutzungen	12
Leerstände	-
Mindernutzungen	-
Summe	25

*Anm.: Erdgeschoss

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

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. 6.265 Einwohner. Im Wettbewerb um Kaufkraft steht das Nahversorgungszentrum insbesondere zum Hauptzentrum Innenstadt sowie zum Nahversorgungszentrum Neuendorfer Straße und 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 prägende Stärken:

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

Stärken des Nahversorgungszentrums Wilhelmsdorfer Straße

Demgegenüber sind folgende Schwächen zu dokumentieren:

- Magnetbetrieb ohne zeitgemäße Standardqualität
- Unzureichende Einsehbarkeit der Einkaufslage
- Eingeschränkte Erweiterungsmöglichkeiten
- Gestalterische Qualität der Einkaufslage bildet 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 dieser grundsätzlich als gefährdet zu bezeichnen. Eine Ausweitung der Verkaufsfläche dieses zentralen Versorgungsbereichs sollte innerhalb des Standortes realisiert und auf nahversorgungsrelevante Sortimente konzentriert werden.

3.5.5 Nahversorgungszentrum „Einkaufszentrum Görden“

Das Einkaufszentrum Görden im gleichnamigen Stadtteil Görden befindet sich am nordwestlichen Rand des zusammenhängenden Siedlungskörpers der Kernstadt von Brandenburg an der Havel im Kreuzungsbereich der Gördenallee und des Veilchenwegs.

Lage

Vom Stadtzentrum ist das EKZ Görden über die August-Bebel-Straße und die in Richtung Westen führende Gördenallee zu erreichen. Eine günstige Anbindung wird durch die naheliegenden Haltestellen von Bus und Bahn auch für den ÖPNV 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 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 begründen keine Einbeziehung der Grundstücke oder Grundstücksteile.

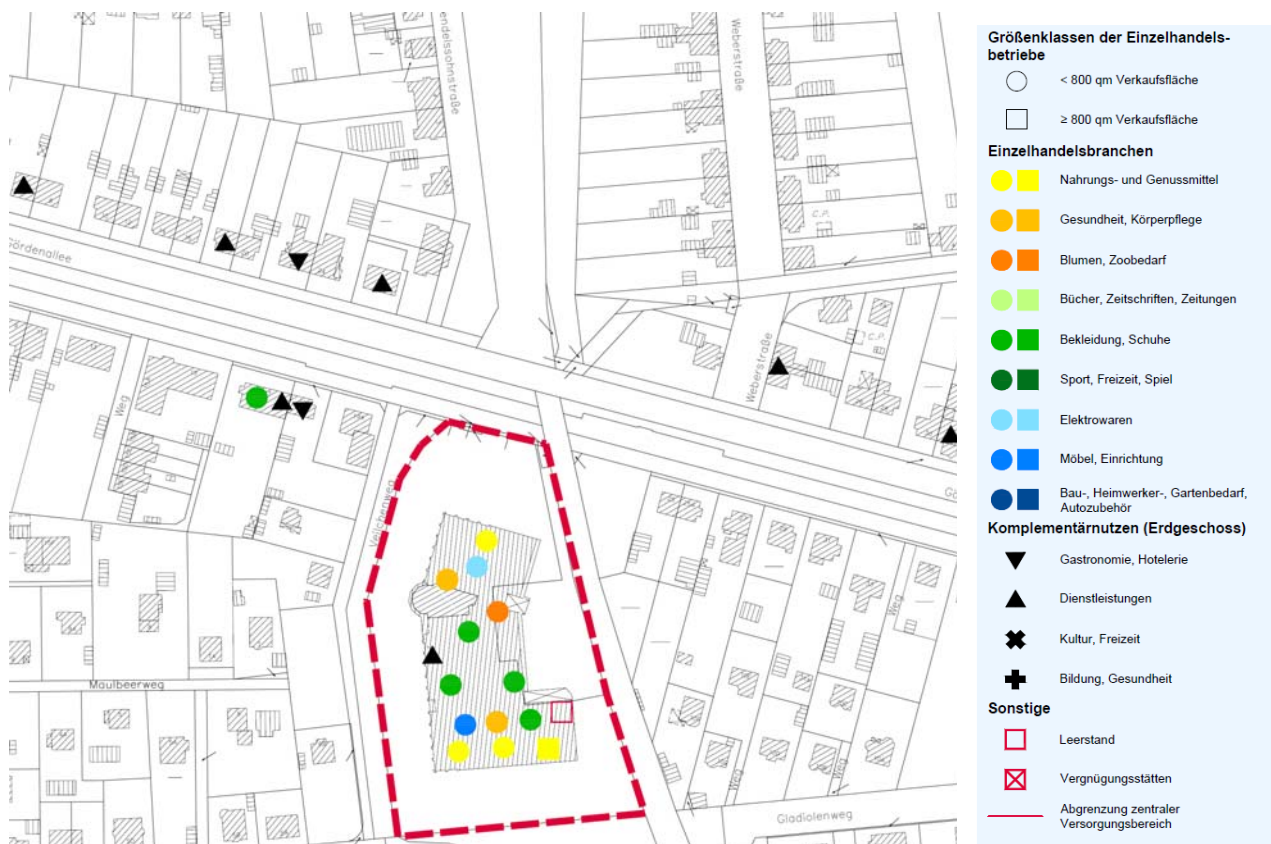
Räumliche Festlegung

Im EKZ Görden sind zurzeit 13 Einzelhandelsbetriebe ansässig. Bezogen auf die Gesamtstadt entspricht diese Ausstattung einem Anteil von rund 2 %. Der Anteil der Verkaufsfläche (ca. 3.110 qm) und der generierte Umsatz (ca. 9,5 Mio. EUR) liegen ebenfalls bei ca. 2 %. Auch das EKZ Görden nimmt damit eine untergeordnete Bedeutung für den Einzelhandelsstandort Brandenburg an der Havel ein.

Angebotssituation des Einzelhandels

Seit der Vorläuferuntersuchung im Jahr 2007 konnte die Verkaufsfläche, die damals bei ca. 2.370 qm lag, um ca. 31 % ausgeweitet werden. Dies korrespondiert mit einem Umsatzzuwachs von nominal ca. 36 %, so dass sich die Leistungsfähigkeit dieses zentralen Versorgungsbereichs erhöht hat.

Abbildung 27 Räumliche Festlegung des Nahversorgungszentrums „Einkaufszentrum Görden“



Quelle: Kartengrundlage: Stadt Brandenburg an der Havel, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2011, Erhebungsstand März 2011

Die durchschnittlichen Verkaufsfläche/ Betrieb von ca. 240 qm liegt unter dem städtischen Durchschnitt von rund 270 qm Verkaufsfläche/Betrieb. Bezogen auf die Verkaufsfläche liegt der Angebotsschwerpunkt der Einzelhandelsbetriebe im EKZ Görden im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente (ca. 63 % der Verkaufsfläche). Die übrige Verkaufsfläche wird durch Betriebe gestellt, deren Angebotsschwerpunkt im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente einzuordnen ist.

Für den Lebensmitteleinzelhandel nehmen zwei Ankerbetriebe eine strukturprägende Position ein. Ein Rewe-Vollsortimenter oberhalb der Schwelle zur Großflächigkeit (sowie ein zugehöriger Getränkemarkt) und ein Penny-Discounter belegen zusammen rund 60 % der Gesamtverkaufsfläche des EKZ Görden. Sie werden ergänzt durch zwei Kleinbetriebe des Lebensmittelhandwerks sowie der Branche Getränke, Spirituosen, Tabak.

Magnetbetriebe

Von den Nonfood-Angeboten strahlt eine Kik-Filiale zusätzliche Magnetwirkungen aus. Das Angebot wird ergänzt durch weitere Betriebe des Textileinzelhandels sowie durch zwei Betriebe, deren Angebotsschwerpunkt bei Hausrat/Geschenke liegt.

Tabelle 28 Einzelhandelssituation im Nahversorgungszentrum „Einkaufszentrum Görden“

Sortimentsgruppe	Betriebe	Betriebe	Verkaufs- fläche	Verkaufs- fläche
	abs.	(in %)	(in qm)	(in %)
nahversorgungsrelevant	6	46,2	1.955	62,9
zentrenrelevant	7	53,8	1.155	37,1
nicht zentrenrelevant	-	-	-	-
Summe	13	100	3.110	100

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

Nur eine Betriebseinheit im Erdgeschoss des EKZ Görden wird durch ein privates Dienstleistungsangebot genutzt (Autovermietung). Weitere Angebote, die über den Einkauf von Waren hinausgehen, fehlen derzeit. *Komplementärnutzungen*

Tabelle 29 Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum „Einkaufszentrum Görden“

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

*Anm.: Erdgeschoss

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

Zum Zeitpunkt der Erhebung stand ein Ladenlokal des EKZ Görden leer.

Tabelle 30 Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum „Einkaufszentrum Görden“

Anzahl der Nutzungen	
Art der Nutzung	Summe
Einzelhandel	13
Komplementärnutzungen	1
Leerstände	1
Mindernutzungen	-
Summe	15

*Anm.: Erdgeschoss

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

Die Versorgungsfunktion des Einkaufszentrums Görden ist auf die umliegenden Wohngebiete ausgerichtet und umfasst die Wohnbezirke des Stadtteils mit Ausnahme der Wohnbereiche 411, 413 und 422. Damit leben ca. 8.070 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 Willibald-Alexis-Straße und Tschirchdamm sowie zu den solitären Standorten des Lebensmitteleinzelhandels im Norden des Stadtgebiets.

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 hält diesem Anspruch an den zeitgemäßen Marktauftritt eines kleineren Centers nicht stand. Dabei sind die beiden Ankermärkte nach dem „Knochenprinzip“ situiert, so dass eine ausreichende Frequenz in der Verbindungachse entstehen dürfte.

Stärken- Schwächen- Profil

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

- + Zwei Lebensmittelmagnetbetriebe
- + Geringe Leerstandsquote

Stärken des Nahversorgungszentrums EKZ Görden

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

Hingegen lassen sich folgende Schwächen feststellen:

- Keine ergänzenden privaten Dienstleistungen (Ausnahme Autovermietung)
- Keine öffentliche Infrastruktur
- Passage unzureichend genutzt.

Schwächen des Nahversorgungszentrums EKZ Görden

Handlungsempfehlungen

Wie von der GMA 2007 empfohlen, wurden Erweiterungsvorhaben der beiden Lebensmittelmagetbetriebe durchgeführt, um deren handelswirtschaftliche Funktionsfähigkeit zu stabilisieren. Der im Vergleich der Versorgungszentren geringe Leerstand kann als Folge der durch die Ankermieter hervorgerufenen Kundenfrequenz positiv bewertet werden. Angebotsergänzungen könnten in der Warengruppe Drogerie/ Kosmetik erfolgen.

3.5.6 Nahversorgungszentrum Willibald-Alexis-Straße

Die Willibald-Alexis-Straße befindet sich im Stadtteil Hohenstücken. Über die Verbindung August-Bebel-Straße/ Rathenower Landstraße erreicht man vom Stadtzentrum aus den Kreuzungsbereich zur Rosa-Luxemburg-Allee (in westliche Richtung) und zur Upstallstraße (in östliche Richtung). Von der Rosa-Luxemburg-Allee aus ist die Willibald-Alexis-Straße in Richtung Norden zu erreichen. Der Standort ist mit der Haltestelle Rosa-Luxemburg-Allee sowohl an das Straßenbahn- als auch an das Busnetz der Brandenburger Verkehrsbetriebe angebunden. Mittels der Straßenbahnlinie 6 sind das Stadtzentrum und der Hauptbahnhof zu erreichen und mit der Buslinie E der Bahnhof Görden.

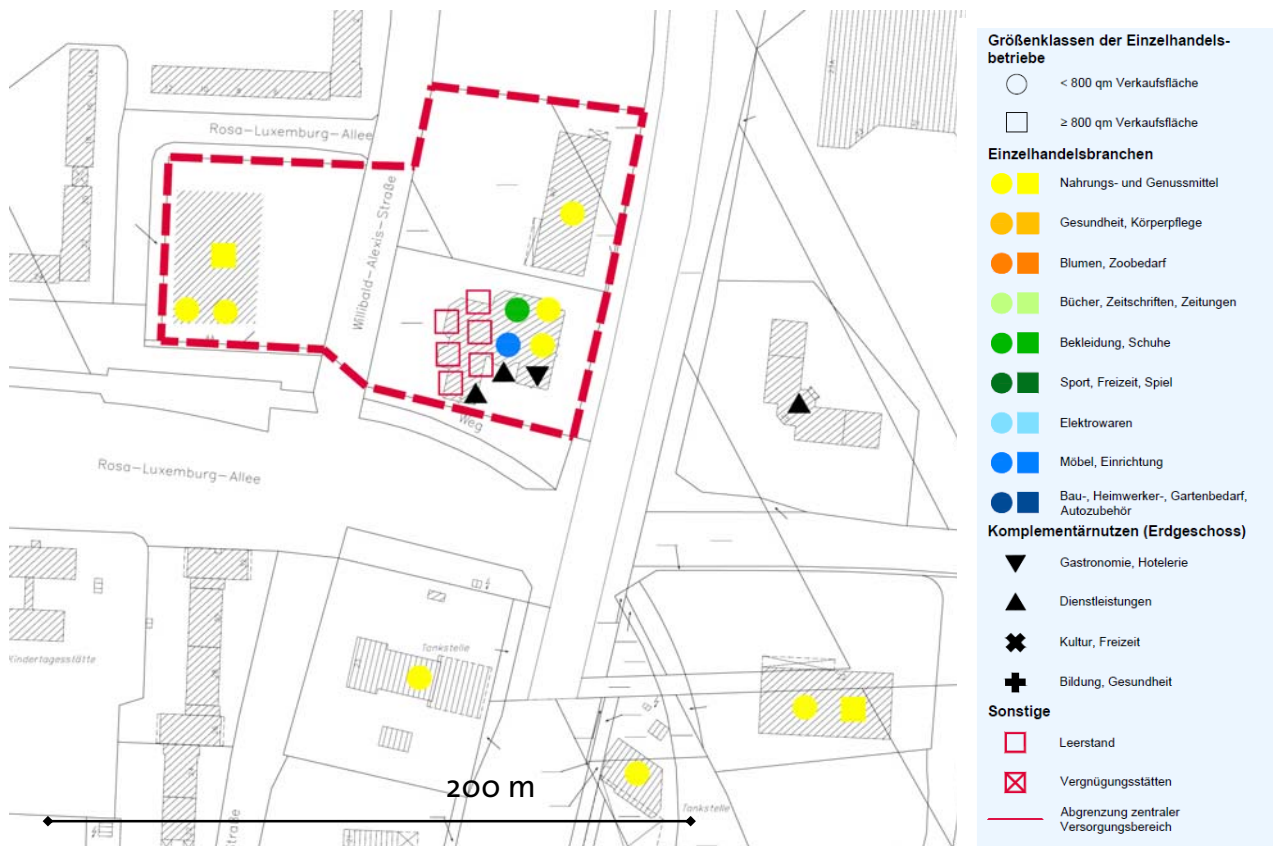
Lage

Standortmerkmale und Angebotssituation

In die Abgrenzung des Versorgungsbereichs werden das Einkaufszentrum Havelpassage, der nördlich angrenzende Aldi-Discounter sowie der auf der gegenüberliegenden Seite der Willibald-Alexis-Straße gelegene Netto-Discounter (inkl. seiner Konzeptionäre) einbezogen.

Räumliche Festlegung

Abbildung 28 Räumliche Festlegung des Nahversorgungszentrums
Willibald-Alexis-Straße



Quelle: Kartengrundlage: Stadt Brandenburg an der Havel,
Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2011,
Erhebungsstand März 2011

Der so abgegrenzte Versorgungsbereich wird belegt durch insgesamt acht Einzelhandelsbetriebe, vier davon in der Havelpassage. Die Verkaufsfläche von ca. 1.535 qm beschreibt einen geringen Anteil von rund 1 % an der gesamten, in der Stadt Brandenburg an der Havel bewirtschafteten Verkaufsfläche. Der Umsatzanteil des Nahversorgungszentrums beträgt ca. 2 %.

Die Einzelhandelsausstattung und –bedeutung dieses zentralen Versorgungsbereichs hat sich damit im Vergleich zum Jahr 2007 kaum verändert.

Bei einer durchschnittlichen Betriebsgröße von etwa 190 qm, liegt der Angebotsschwerpunkt im Bereich der überwiegend nahversorgungsrelevanten Sortimente. Zwei Betriebe bieten überwiegend zentrenrelevante Sortimente an.

Angebotssituation des Einzelhandels

*Durchschnittliche Betriebsgröße und
Angebotsschwerpunkt*

Tabelle 31 Einzelhandelssituation im Nahversorgungszentrum Willibald-Alexis-Straße

Sortimentsgruppe	Betriebe	Betriebe	Verkaufs- fläche	Verkaufs- fläche
	abs.	(in %)	(in qm)	(in %)
nahversorgungsrelevant	6	75	1.440	93,8
zentrenrelevant	2	25	95	6,2
nicht zentrenrelevant	-	-	-	-
Summe	8	100	1.535	100

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

Im zentralen Versorgungsbereich Willibald-Alexis-Straße sind zwei Lebensmittelmagnetbetriebe angesiedelt, die Betriebsgrößen unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit belegen. Ergänzt wird das Angebot durch drei Betriebe des Lebensmittelhandwerks sowie weitere drei kleine Betriebseinheiten des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Unmittelbar angrenzend an den Versorgungsbereich befindet sich im Kreuzungsbereich Rosa-Luxemburg-Allee/Upstallstraße ein weiterer Lebensmittelcounter, so dass insgesamt eine überdurchschnittliche Konzentration von frequenzerzeugenden Lebensmittelmagnetbetrieben zu konstatieren ist.

Magnetbetriebe

Den Einzelhandelsbestand arrondierend, sind innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs nur zwei private Dienstleistungsangebote sowie ein gastronomischer Betrieb ansässig. Alle drei Komplementärnutzungen befinden sich im Gebäude der Havelpassage.

Tabelle 32 Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Willibald-Alexis-Straße

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen	
	Summe	Angebotsschwerpunkt
Gastronomie, Hotellerie	1	Bistro
Dienstleistungen	2	Versicherung, Friseur
Kultur, Freizeit	-	-
Bildung, Gesundheit	-	-
Summe	3	./.

*Anm.: Erdgeschoss

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

Zum Zeitpunkt der Erhebung konnten im zentralen Versorgungsbereich sechs Ladenleerstände dokumentiert werden. Auch diese befinden sich ausschließlich im Gebäude der Havelpassage. Im Verhältnis zu allen gewerblichen Erdgeschossnutzungen im Versorgungsbereich bedeutet dies eine Leerstandsquote von ca. 35 %, für das Einkaufszentrum solitär betrachtet sogar von rund 46 %. In beiden Fällen ist von einer Leerstandsquote zu sprechen, die weit über eine „normale“ Geschäftsfluktuation hinausgeht und strukturelle Mängel eines Standorts widerspiegelt.

Tabelle 33 Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum Willibald-Alexis-Straße

Anzahl der Nutzungen	
Art der Nutzung	Summe
Einzelhandel	8
Komplementärnutzungen	3
Leerstände	6
Mindernutzungen	-
Summe	17

*Anm.: Erdgeschoss

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

Das Einzugsgebiet des Versorgungsbereichs dürfte auf die umgebenden Wohnsiedlungen im Stadtteil Hohenstücken begrenzt sein, damit ca. 2.645 Einwohner umfassen. Die Lage im Kreuzungsbereich von Rosa-Luxemburg-Allee, Upstallstraße und Rathenower Landstraße könnten insbesondere die Lebensmittel-magnetbetriebe für die Generierung von zusätzlichen Streuum-sätzen mit weiter entfernt lebenden Kunden nutzen. Der Einzelhandelsstandort Willibald-Alexis-Straße befindet sich zwischen dem Nahversorgungszentrum Tschirchdamm und den dezentralen Einzelhandelsstandorten Upstallstraße und Beetzsee-Center und steht insbesondere mit den durch Lebensmitteleinzelhandel belegten Einkaufslagen im Wettbewerb. Auch die Chancen, die leer stehenden kleineren Betriebseinheiten durch Nonfood-Anbieter zu besetzen, werden durch die Einzelhandelsausstat-tung dieser Wettbewerbslagen beeinflusst.

Einzugsgebiet und Konkurrenz-standorte

Im Vergleich mit dem Einkaufszentrum Görden wird durch den Gebäudekörper der Havelpassage nur eine geringe Außenwirkung erzielt. Die abgesetzte Lage der beiden Lebensmitteldis-counter lässt bei dieser wenig ansprechenden Gestaltung des

Städtebauliche Bewertung

Gebäudes keine Mitnahmeeffekte für den Einzelhandel der Passage erwarten. Die daraus resultierenden Leerstände vermitteln schon heute keine „Lebendigkeit“ der Havelpassage und bewirken eine Fortsetzung der Negativentwicklung.

Stärken- Schwächen- Profil

Die Stärke des zentralen Versorgungsbereichs Willibald-Alexis-Straße kann wie folgt beschrieben werden:

- + Zwei Lebensmittelmagnetbetriebe im Versorgungsbereich

Stärken des Nahversorgungszentrums Willibald-Alexis-Straße

Daneben müssen einige Schwächen konstatiert werden:

- Hohe Leerstandsquote in der Havelpassage
- Keine frequenzerzeugenden Betriebe in der Havelpassage
- Geringe Durchsetzung des Versorgungsbereich mit privaten Dienstleistungen und öffentlicher Infrastruktur
- Keine Wahrnehmung als zusammenhängender Einkaufsbereich

Schwächen des Nahversorgungszentrums Willibald-Alexis-Straße

Handlungsempfehlungen

Prioritär sollten die Leerstände in den Ladenlokalen der Havelpassage wieder Nutzungen zugeführt werden. Hierzu wäre eine offenere, hellere Gestaltung der Passage zu empfehlen. Ebenso wichtig ist die Erhaltung der Funktionsfähigkeit mindestens eines Magnetbetriebes im Standortumfeld.

3.5.7 Nahversorgungszentrum Tschirchdamm

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

Lage

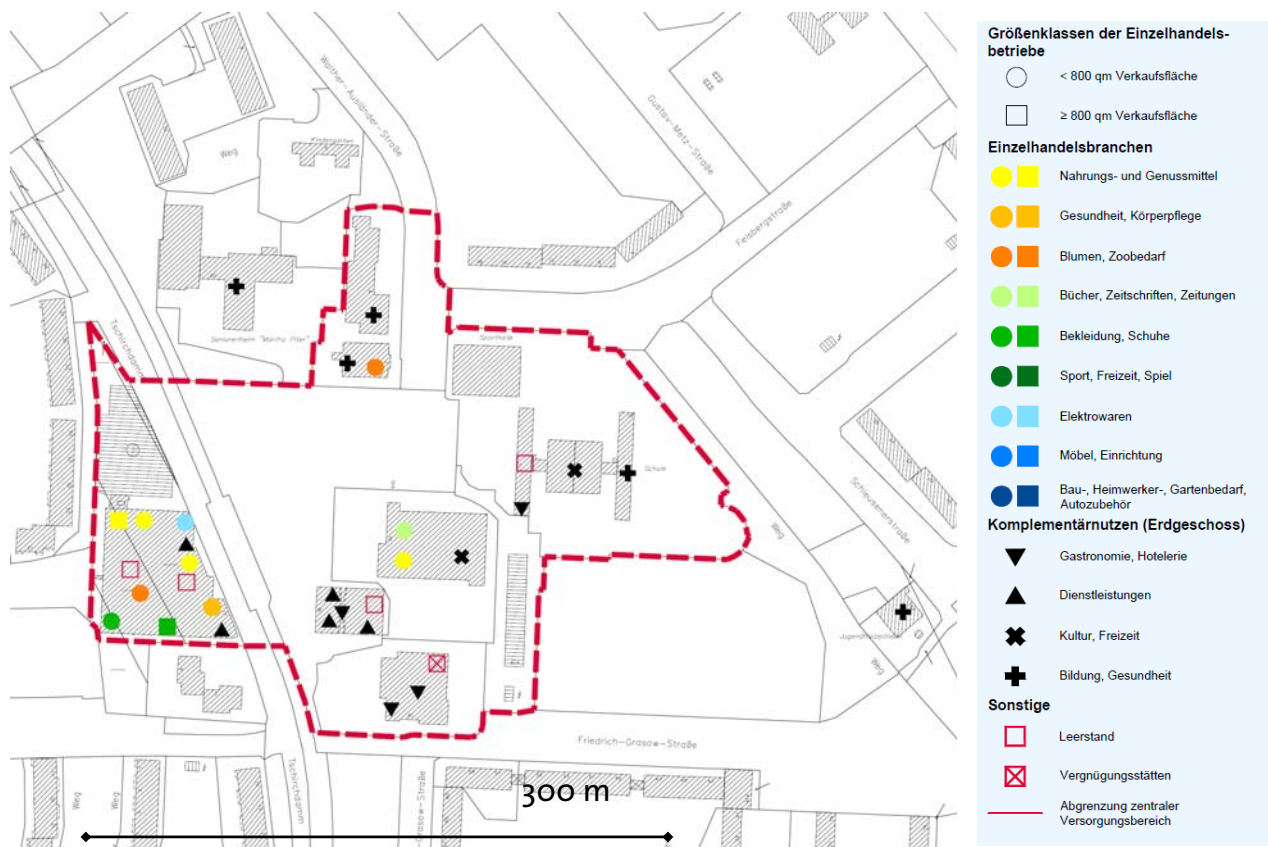
Die verkehrliche Anbindung verläuft vom Innenstadtring aus in nördliche Richtung über die August-Bebel-Straße und die Rathenower Landstraße sowie über die südlich des Tschirchdamms gelegene West-Ost-Verbindung Rosa-Luxemburg-Allee/ Upstallstraße. Auch mittels des ÖPNV ist das Nahversorgungszentrum Tschirchdamm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

Standortmerkmale und Angebotsituation

Das Nahversorgungszentrum Tschirchdamm umfasst den Standort des Rewe-Markts sowie einer Reihe ergänzender Einzelhandelsbetriebe auf der westlichen Seite des Tschirchdamms sowie die auf der östlichen Seite des Tschirchdamms gelegenen Grundstücke zwischen Friedrich-Grassow-Straße, Felsbergstraße und Walther-Ausländer-Straße.

Räumliche Festlegung

Abbildung 29 Räumliche Festlegung des Nahversorgungszentrums Tschirchdamm



Quelle: Kartengrundlage: Stadt Brandenburg an der Havel, Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2011, Erhebungsstand März 2011

Im Nahversorgungszentrum Tschirchdamm befinden sich insgesamt 11 Betriebe des Einzelhandels und des Ladenhandwerks. Diese repräsentieren einen Anteil an allen Betrieben und der Verkaufsfläche der Stadt Brandenburg an der Havel jeweils von ca. 2 %. Die Verkaufsfläche umfasst ca. 3.050 qm. Der von den Einzelhandelsbetrieben generierte Umsatz beträgt ca. 10,3 Mio. EUR (ca. 2,4 % des Gesamtumsatzes). Die durchschnittliche Betriebsgröße von ca. 280 qm und liegt leicht über dem gesamtstädtischen Durchschnitt.

Angebotsituation des Einzelhandels

Damit konnten die Verkaufsfläche und der Umsatz in diesem zentralen Versorgungsbereich seit dem Jahr 2007 leicht ausgebaut werden (2007: ca. 2.800 qm Verkaufsfläche, ca. 9,4 Mio. EUR Umsatz).

Der Angebotschwerpunkt liegt im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente. Sieben Betriebe generieren auf ca. 65 % der Verkaufsfläche einen Umsatzanteil von ca. 80 %. Angebote des überwiegend zentrenrelevanten Sortimentsbereichs werden von vier Betrieben angeboten (ca. 20 % des Umsatzes, ca. 36 % der Verkaufsfläche).

Tabelle 34 Einzelhandelssituation im Nahversorgungszentrum Tschirchdamm

Sortimentsgruppe	Betriebe	Betriebe	Verkaufs- fläche	Verkaufs- fläche
	abs.	(in %)	(in qm)	(in %)
nahversorgungsrelevant	7	63,6	1.820	59,7
zentrenrelevant	4	36,4	1.230	40,3
Nicht zentrenrelevant	-	-	-	-
Summe	11	100	3.050	100

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

Die Versorgungsstruktur des Einzelhandelsstandortes Tschirchdamm wird von zwei großflächigen Magnetbetrieben geprägt, einem Rewe-Vollsortimenter sowie einem AWG-Bekleidungs-fachmarkt. Darüber hinaus ist ein frequenzerzeugender Filialbetrieb mit Drogeriewaren in der Straße Tschirchdamm ansässig. Der übrige Einzelhandelsbesatz ist kleinteilig strukturiert.

Magnetbetriebe

Ergänzt werden die 11 Einzelhandelsnutzungen im Nahversorgungszentrum Tschirchdamm durch 14 Komplementärnutzungen in den Erdgeschossen, welche sich auf die vier Kategorien Gastronomie/Hotellerie, Dienstleistungen, Kultur/Freizeit 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 35 Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Tschirchdamm

Anzahl der Nutzungen		
Art der Nutzung	Summe	Angebotsschwerpunkt
Gastronomie, Hotellerie	4	Bars, Cafés
Dienstleistungen	5	Friseure, Banken
Kultur, Freizeit	2	Videothek, Kreativwerkstatt
Bildung, Gesundheit	3	(Fach-)Ärzte, Schule
Summe	14	

*Anm.: Erdgeschoss

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

In den Erdgeschosslagen sind 4 Leerstände zu verzeichnen. Im Verhältnis zu den insgesamt 30 in den Erdgeschossen vorliegenden Gewerbeflächen ergibt sich eine überdurchschnittlich hohe Leerstandsquote von ca. 13 %.

Tabelle 36 Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum Tschirchdamm

Anzahl der Nutzungen	
Art der Nutzung	Summe
Einzelhandel	11
Komplementärnutzungen	14
Leerstände	4
Mindernutzungen	1
Summe	30

*Anm.: Erdgeschoss

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

Das Einzugsgebiet des Nahversorgungszentrums Tschirchdamm dürfte sich auf die umliegenden Wohngebiete richten, damit auch Teile des Stadtteils Görden umfassen. Insgesamt sind dort ca. 5.250 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 das Nahversorgungszentrum Willibald-Alexis-Straße.

Die städtebauliche Situation des abgegrenzten Nahversorgungszentrums Tschirchdamm ist differenziert zu bewerten. Westlich des Tschirchdamms befindet sich der Standort der beiden Magnetbetriebe sowie ergänzender Nutzungen in einer Passage. Ein angeschlossenes Parkhaus stellt ausreichende Parkplätze zur Verfügung, wird jedoch nicht so stark angenommen wie ebenerdige Parkplätze. Die Aufenthaltsqualität der Passage ist unzureichend und die Wiederbelegung der leerstehenden Ladenlokale sollte prioritär behandelt werden, um einer Fortsetzung der Trading-Down-Effekte entgegen zu wirken.

Städtebauliche Bewertung

Das gegenüberliegende Gebäude der ehemaligen Kaufhalle wird durch einen stark sanierungsbedürftigen Zustand geprägt. Die schlecht belichteten Durchgänge beeinflussen die Aufenthaltsqualität und so auch die derzeitigen Nutzungen. Für die Ansiedlung qualitativ hochwertiger Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen wäre eine Neubebauung der Fläche zu empfehlen.

Stärken- Schwächen- Profil

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

- + Zufriedenstellende Erreichbarkeit
- + Leistungsfähiger Lebensmittelmagnetbetrieb
- + Potenzialfläche ehemalige Kaufhalle
- + 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)
- Geringe Außenwirkung zu stark frequentierter Straße

Schwächen des Nahversorgungszentrums Tschirchdamm

Handlungsempfehlungen

Der zentrale Versorgungsbereich Tschirchdamm übernimmt überwiegend Nahversorgungsfunktionen. Der Lebensmittelvollsortimenter als Magnetbetrieb ist zu erhalten wie auch die kleinteiligen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe, die wichtige Ergänzungsfunktionen übernehmen. Die Gestaltung der Passage sollte im Hinblick auf Aufwertungsmöglichkeiten überprüft werden. Angebotsergänzungen sind im Bereich der nahversorgungsrelevanten und der zentrenrelevanten Sortimente zu empfehlen

und sollten entsprechend der Versorgungsfunktionen der Lage dimensioniert werden. Die Ansiedlung eines Lebensmittel-discounters (zum Beispiel durch Neubebauung der Fläche der ehemaligen Kaufhalle) würde eine sinnvolle, die Nahversorgung stärkende, Erweiterung darstellen und die Attraktivität des Nahversorgungszentrums verbessern.

3.5.8 Nahversorgungssituation in der Altstadt

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 Lebensmittelmarkt, der die Grundfrequenz 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 besonderen Anforderungen stellt. Wesentliche Gründe für diese Strukturprobleme im Altstadtzentrum sind - neben einer eingeschränkten verkehrlichen Erreichbarkeit und beschränkten 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 und austauschbaren Einkaufsorten ab. Insbesondere dem kleinteiligen spezialisierten Facheinzelhandel

Typische Strukturprobleme in Altstädten

kann es in diesem Ambiente gelingen, sein individuelles Angebot adäquat zu präsentieren.

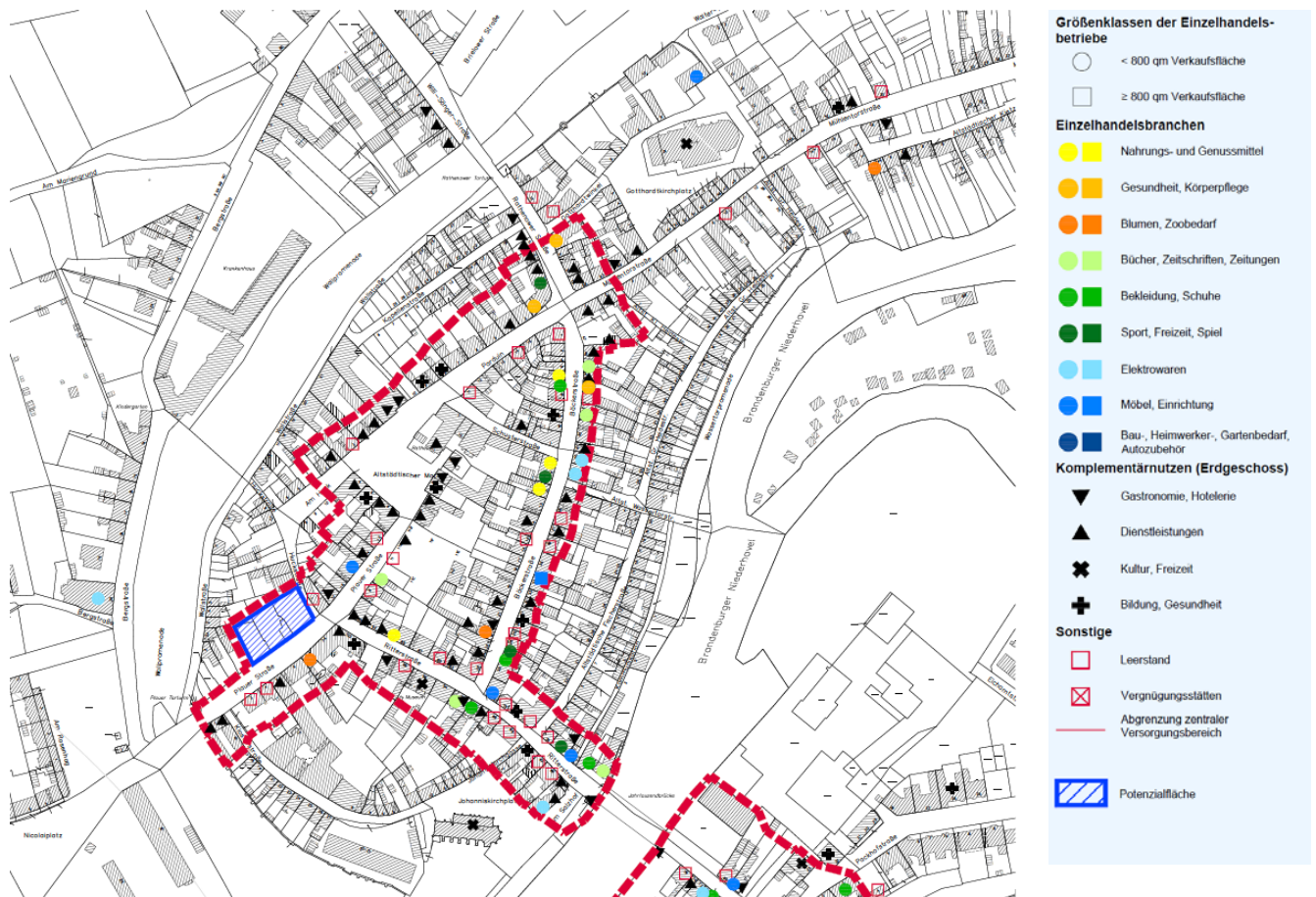
Handlungsempfehlungen

Die Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereichs wird für die Altstadt nur in Verbindung mit der Ansiedlung eines Lebensmittel-SB-Betriebs empfohlen. Als Potenzialfläche zur Ansiedlung eines solchen, Magnetfunktionen übernehmenden Betriebes wurde das Wiesecke-Areal identifiziert.

Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs sollte in diesem Falle anhand der derzeitigen gewerblichen Nutzungsstruktur erfolgen. Diese ist schwerpunktmäßig entlang der Straßen

Räumliche Festlegung

Abbildung 30 Räumliche Festlegung des potenziellen Nahversorgungszentrums Altstadt



Quelle: Kartengrundlage: Stadt Brandenburg an der Havel, Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2011, Erhebungsstand März 2011

Ritterstraße, Plauer Straße, Parduin und Bäckerstraße konzentriert. Außerhalb dieser – als Rundweg miteinander verbundenen – Einkaufslage ist ein Abfall der Nutzungsintensität zu konstatieren, so dass jeweils nur Kreuzungsgrundstücke angrenzender Straßen einbezogen werden sollten.

Aktuell weist die Altstadt in dem zur Abgrenzung vorgeschlagenen Bereich einen Einzelhandelsbesatz auf von 28 Betrieben mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 2.330 qm auf. Die durchschnittliche Betriebsgröße beträgt somit rund 83 qm und ist als unterdurchschnittlich zu bewerten. Dem nahversorgungsrelevante Einzelhandel kommt bezogen auf die gesamte Verkaufsfläche innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs nur eine untergeordnete Bedeutung zu (ca. 17 %). Der größte Einzelhandelsbetrieb der Altstadt wird durch einen Fachmarkt der Warengruppe Möbel/Einrichtung gebildet, der mehr als die Hälfte der altstädtischen Verkaufsfläche belegt.

Zu betonen ist, dass die derzeitige Angebotsstruktur ihren Schwerpunkt im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich hat. Die Nahversorgungsfunktion gilt es bei der Etablierung des Zentrums zu stärken.

Neben den Betrieben des Einzelhandels befinden sich auch einige Komplementärnutzungen innerhalb der vorgeschlagenen Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs. 60 im Erdgeschoss befindliche Ladenlokale werden durch Dienstleistungsangebote, gastronomische Angebote, medizinische Angebote oder Angebote der öffentlichen Infrastruktur genutzt. Insgesamt ist eine Konzentration privater Dienstleistungen im Bereich Versicherung und Finanzberatung zu konstatieren. Rund um den Altstädtischen Markt werden die Immobilien primär durch Nutzungen der öffentlichen Infrastruktur belegt.

Daneben ist jedoch eine überdurchschnittlich hohe Leerstandsquote zu verzeichnen. 88 gewerblichen Nutzungen (Einzelhandelsnutzungen und Komplementärnutzungen) stehen 26 Leerstände gegenüber (ca. 23 %). Die hohe Zahl von Dienstleistungsnutzungen und Leerständen dokumentiert den trading-down-Prozeß.

Aufgrund der fehlenden Nahversorgungsangebote und der Ausrichtung des Angebots auf den mittel- und langfristigen Bedarf befindet sich die Versorgungslage Altstadt derzeit nur untergeordnet im Wettbewerb zu weiteren Versorgungsstandorten in der Stadt Brandenburg an der Havel. Bei einer Ansiedlung eines Lebensmittel-SB-Betriebes wären die zentralen Versorgungsbe- reiche Neuendorfer Straße, Hauptzentrum Innenstadt und die

Angebotssituation

Komplementärnutzungen

Einzugsgebiet und Konkurrenzstandorte

solitären Standorte des Lebensmitteleinzelhandels in der nördlichen Kernstadt als Konkurrenzstandorte zu berücksichtigen.

Schon einleitend wurde auf die besonderen, altstadttypischen Strukturen hingewiesen. Diese sind aufgrund der kleinteiligen Strukturen gleichermaßen Hemmnis für die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben modernen Zuschnitts, als auch Potenzial für eine unverwechselbare Entwicklung spezialisierten Facheinzelhandels. Insbesondere aufgrund dieser derzeitigen Kleinteiligkeit ist eine Aktivierung des Wiesecke-Grundstücks zu empfehlen.

Städtebauliche Bewertung

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

- + Identitätsstiftende Bebauung
- + Historisches Rathaus als frequenzerzeugende öffentliche Einrichtung
- + Zentrale Lage
- + Touristisches Potenzial
- + Anbindung an das Hauptzentrum über die Jahrtausendbrücke

Stärken der Altstadt

Hingegen lassen sich folgende Schwächen feststellen, die Etablierung als zentraler Versorgungsbereich beeinträchtigen:

- Bislang kein Lebensmittelmagnetbetrieb
- Hohe Leerstandsquote (insbesondere Ritterstraße)
- Teilweise noch sanierungsbedürftige Bausubstanz
- Topografie

Schwächen der Altstadt

3.5.9 Nahversorgungssituation in der nördlichen Kernstadt

In der dicht besiedelten nördlichen Kernstadt, insbesondere dem 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, so dass dieses Geschäftsgebäude aktuell nahezu leer steht. Auch die beiden Geschäftslagen, die im Jahr 2007 entweder aufgrund zu geringer Betriebsstätten- oder Verkaufsflächenzahl die Mindestanforderungen für ein C-Zentrum nicht erreichten, Werner-Seelenbinder-Straße 52 und Willi-Sänger-Straße, konnten ihre Situation nicht stabilisieren, sondern mussten auch einen Bedeutungsrückgang erleben. Somit finden sich in diesem Stadtgebiet aktuell eine Reihe von Solitärstandorten mit Le-

bensmittel-SB-Betrieben, die mit ihren Einzugsbereichen zwar eine gute fußläufige Nahversorgung sicherstellen, aber kein kompaktes und vielfältiges Nahversorgungszentrum, das auch soziale Funktionen in diesem durch den Stadtumbau betroffenen Siedlungsbereich übernehmen könnte. Mit einer Gesamtzahl von ca. 9.170 Einwohnern bietet dieser Stadtbereich grundsätzlich die Voraussetzungen für zwei kleinere oder einen größeren zentralen Versorgungsbereich.

Somit sind für den Einzelhandelsstandort nördliche Kernstadt folgende Stärken festzuhalten:

- + Vielzahl und Verteilung der Lebensmittel-SB-Betriebe
- + Hohes Wohnpotenzial

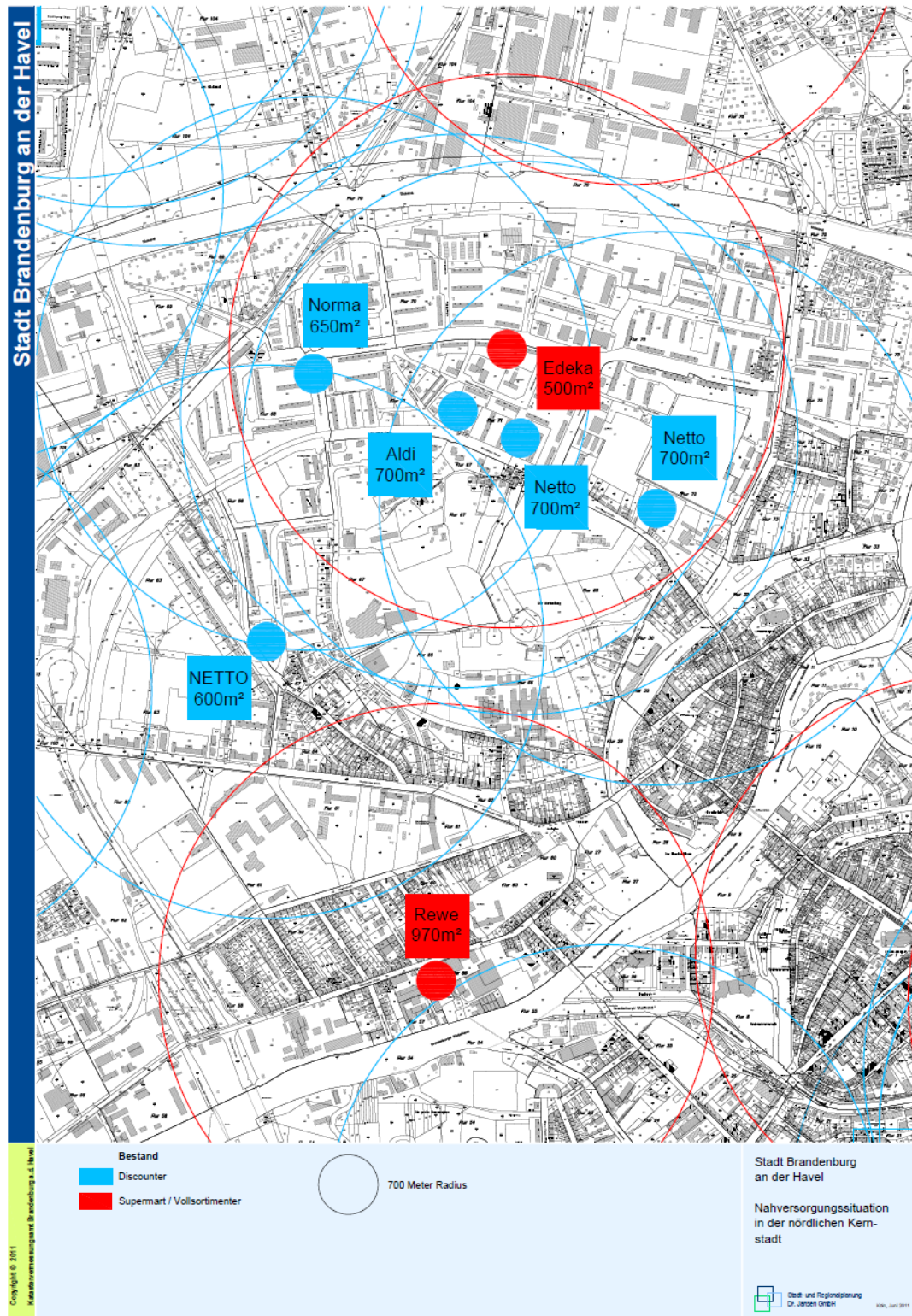
Demgegenüber sind folgende Schwächen zusammenzufassen:

- Struktur der Lebensmittelmärkte durch Discounter geprägt, leistungsfähiger Vollsortimenter nicht vertreten
- Kein funktionsfähiges Versorgungszentrum mit Lebensmittelmagnetbetrieb und ergänzenden Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz
- Ehemalige Versorgungslagen bieten kaum Entwicklungsperspektiven

Handlungsempfehlungen

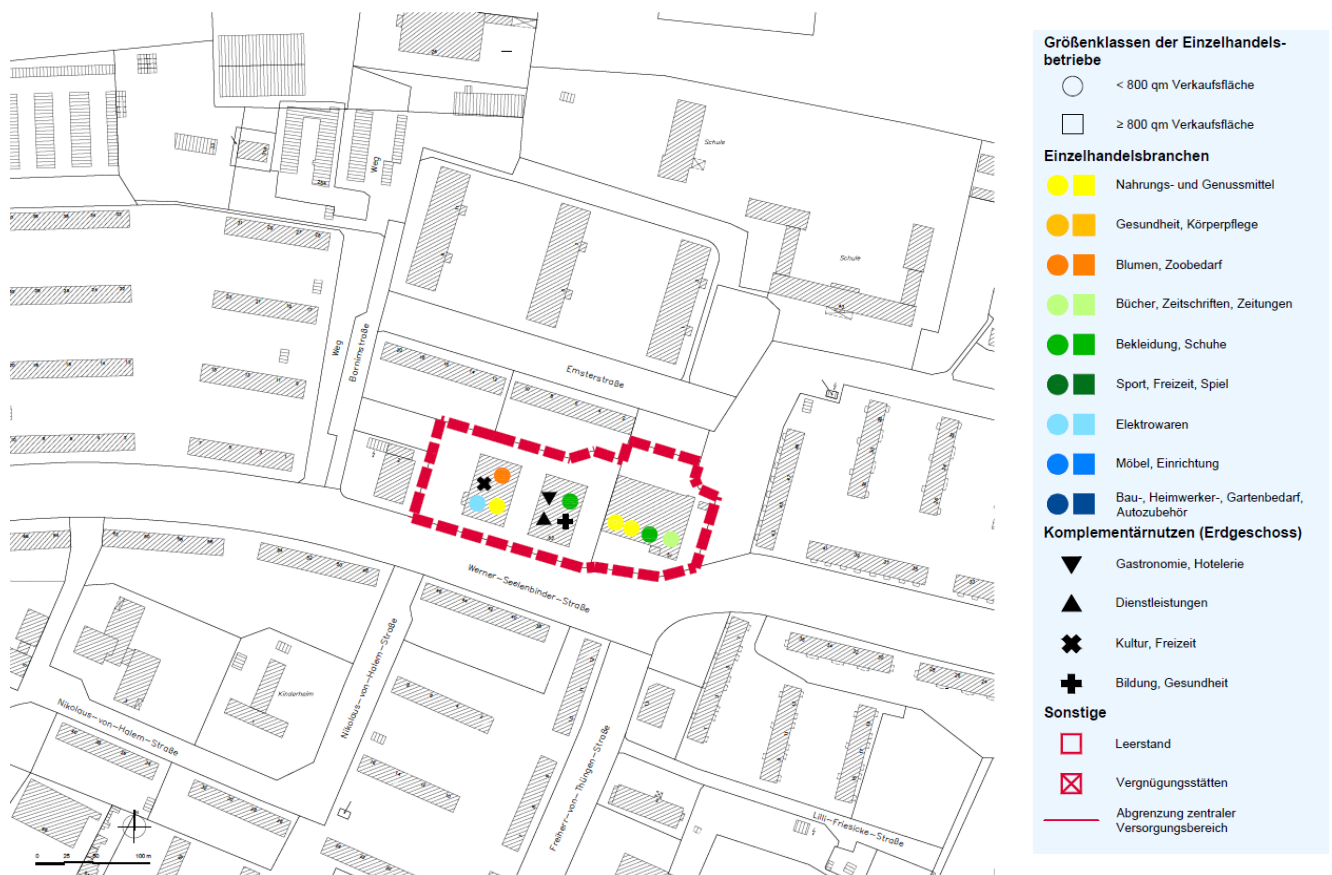
Ziel sollte es sein, zumindest einen funktionsfähigen zentralen Versorgungsbereich im Stadtteil Nord zu etablieren. Die meisten Potenziale bietet der Standortbereich Werner-Seelenbinder-Straße 52, da er sich in einer zentralen Lage befindet, als Einkaufsplatz etabliert ist und einen Lebensmittelvollsortimenter als Magnetbetrieb aufweist. Es ist zu prüfen, ob die räumlichen Möglichkeiten zur Erweiterung dieses Betriebs bestehen.

Abbildung 31 Nahversorgungssituation in der nördlichen Kernstadt



Quelle: Kartengrundlage: Stadt Brandenburg an der Havel, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2011, Erhebungsstand März 2011

Abbildung 32 Räumliche Festlegung eines potenziellen Nahversorgungszentrums Werner-Seelenbinder-Straße



Quelle: Kartengrundlage: Stadt Brandenburg an der Havel, Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2011, Erhebungsstand März 2011

Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs sollte sich auf die Grundstücke der beiden Gebäude reduzieren, in denen derzeit das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot konzentriert wird. Rund um diese Grundstücke befindet sich mehrgeschossige Wohnnutzung, so dass dort weder gewerbliche Nutzungsstrukturen gegeben sind, noch mittelfristig für solche Zwecke zu nutzende Entwicklungsflächen zu generieren sind.

Räumliche Festlegung

Innerhalb dieses abgegrenzten Bereichs befinden sich derzeit acht Betriebe. Insgesamt wird eine Verkaufsfläche von rund 830 qm vorgehalten. Ca. 60 % dieser Fläche werden durch einen Lebensmittel-Vollsortimenter (Edeka) betrieben. Dieser übernimmt für die Nahversorgungssituation eine wichtige Magnetfunktion. Er wird ergänzt durch weitere rund 80 qm Verkaufsfläche von Betrieben mit überwiegend nahversorgungsrelevanten Sortimenten sowie ca. 250 qm Verkaufsfläche, die von Betrieben mit überwiegend zentrenrelevanten Sortimenten betrieben wird.

Angebotssituation

Arrondiert wird der Einzelhandelsbestand von vier Komplementärnutzungen (u. a. Post, Stadtteilbibliothek).

Im Einzugsgebiet des potenziellen Nahversorgungszentrums Werner-Seelenbinder-Straße leben wie erwähnt rund 9.700 Einwohner. Dieses Bevölkerungspotenzial würde für die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs sprechen. Allerdings ist anzufügen, dass der Standort einem starken Wettbewerbsdruck unterliegen würde. Dies wird durch die vorangegangene Beschreibung der Wettbewerbssituation des strukturprägenden Lebensmitteleinzelhandels in der nördlichen Kernstadt erläutert. Vorteilhaft könnte sich hier wiederum auswirken, dass es sich bei diesen umgebenden Lebensmittelbetrieben ausschließlich um Lebensmitteldiscounter handelt. Im direkten Einzugsgebiet befindet sich kein weiterer Supermarkt.

Einzugsgebiet und Konkurrenzstandorte

Die städtebauliche Situation in dieser Versorgungslage ist ausschließlich auf die Erfüllung einer Nahversorgungsfunktion ausgerichtet. Eine die Kommunikation der Bürger fördernde städtebauliche Qualität und Aufenthaltsatmosphäre ist derzeit am Standort nicht gegeben. Eine Aufwertung des öffentlichen Raumes sowie die Installierung von außenwirksamen gastronomischen Angeboten könnten frequenzsteigernde Effekte für das Zentrum begründen.

Städtebauliche Bewertung

Als Stärken des Standortes Werner-Seelenbinder-Straße 52 können folgende Aspekte zusammengefasst werden:

*Stärken der Versorgungslage
Werner-Seelenbinder-Straße*

- + Ein Supermarkt übernimmt Magnetfunktionen
- + Die Erreichbarkeit ist zufriedenstellend
- + Hohes Bevölkerungspotenzial im Nahbereich

Demgegenüber sind jedoch auch Schwächen zu konstatieren:

*Schwächen der Versorgungslage
Werner-Seelenbinder-Straße*

- Die handelswirtschaftlichen Rahmenbedingungen des Supermarktes sind als verbesserungswürdig zu bewerten (Außenwirksamkeit, Verkaufsflächengröße) und lassen eine Weiterführung allenfalls mittelfristig erwarten
- Teile der Einzelhandelsnutzungen sind unzureichend einsehbar
- Hoher Wettbewerbsdruck insbesondere durch nahegelegene Discounter-Solitärstandorte mit marktgerechten Standortbedingungen

Alternativ zu dieser vorgeschlagenen engen und sich am heutigen Bestand orientierenden Abgrenzung wäre zu prüfen, ob durch eine Verlagerung des Magnetbetriebs – wenn möglich in östlicher Richtung hin zu dem dichter besiedelten Teil der nördlichen Kernstadt – ein neuer Standort für einen dann aber kleine-

ren zentralen Versorgungsbereich realisiert werden kann. Perspektivisch könnte dieser östliche Standort durch einen weiteren zentralen Versorgungsbereich im westlichen Teil der nördlichen Kernstadt ergänzt werden.

Vor dem Hintergrund der intensiven Wettbewerbssituation im Lebensmittelsektor sind die Entwicklungsperspektiven für zentrale Versorgungsbereiche in diesem Teil des Stadtgebietes mittelfristig eingeschränkt. Aufgrund der Vielzahl von Discountern dürften die Marktchancen des bislang unzureichend vertretenen Betriebstyps des Vollsortimenters deutlich besser sein als die eines weiteren Discounters.

3.5.10 Nahversorgungssituation in Plaue und Kirchmöser

Die Stadtteile Plaue und Kirchmöser liegen im Westen des Stadtgebietes in ca. 10 km Entfernung zur Kernstadt. Mit ca. 2.550 und ca. 4.020 Einwohnern weist lediglich der Stadtteil Kirchmöser eine die Tragfähigkeit eines Lebensmittel-SB-Betriebs sichernde Größenordnung auf.

Lage

Allerdings begründet die geografische Lage der beiden Stadtteile eine Sondersituation für die Einzelhandelsentwicklung. Der Stadtteil Plaue erfüllt eine Scharnierfunktion für den Stadtteil Kirchmöser, da die Bewohnerschaft Kirchmöser den nördlich gelegenen Stadtteil durchfahren muss, um über die Bundesstraße 1 das Stadtzentrum von Brandenburg an der Havel zu erreichen.

Dieser Situation Rechnung tragend hat sich die Genthiner Straße in Plaue als größte Einkaufslage beider Stadtteile entwickelt. Die Versorgungssituation in diesem Stadtbereich wird des Weiteren insbesondere geprägt durch folgende Anbieter:

- Penny, Königsmarckstraße
- Netto, Wusterwitzer Straße
- Netto, Gleisdreieck
- Rewe, Genthiner Straße

Als siedlungsstrukturell integriert sind dabei die Standorte Genthiner Straße und Wusterwitzer Straße einzustufen.

Die Einzelhandelsangebote im Stadtteil Kirchmöser verteilen sich auf den ausgedehnten Siedlungsbereich, wobei sich an der Wusterwitzer Straße und am Gleisdreieck Lebensmittelmagnetbetriebe mit einem kleinen arrondierenden Besatz an Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben etabliert haben. Da Kirchmöser die zur Tragfähigkeit eines Lebensmittel-SB-Betriebs erforderliche Bevölkerung und Kaufkraft aufweist, dürfte sich auch min-

destens einer der beiden Betriebe und Standortbereiche durchsetzen. Unter dem Aspekt der Stärkung der wohnungsnahen Versorgung wäre dem Standort Wusterwitzer Straße der Vorzug zu geben, da er die höhere Zahl an Einwohnern im fußläufigen Einzugsbereich aufweist. Zudem weist er bereits aktuell eine Arrondierung durch Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote auf, die im Falle einer positiven Entscheidung für diesen Standort systematisch ergänzt werden sollte, um den Anforderungen an einen zentralen Versorgungsbereich gerecht zu werden. Zudem ist festzuhalten, dass die Marktplatz- und Kommunikationsfunktion gestärkt werden muss, damit nicht nur die Versorgung, sondern auch das Stadtleben und die Stadtteilidentifikation gestärkt werden.

In Anbetracht der Siedlungsstrukturen und der Wettbewerbssituation ist jedoch auf die starken Wettbewerbsbezüge zwischen Kirchmöser und Plaue zu verweisen und darauf, dass sich historisch bereits eine Versorgungslage etabliert hat, die jedoch der Stabilisierung bedarf.

Handlungsempfehlungen

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. Der Stadtteil Plaue bildet über die B 1 zudem eine Scharnierfunktion für den südlich angrenzenden Stadtteil Kirchmöser. Dieser ist aufgrund der Lage, der durch die Havel gespeisten Seen Plauer See, Breitling See, Mörsersche See in Bezug auf das restliche Stadtgebiet als abgekoppelt zu bezeichnen.

Lage

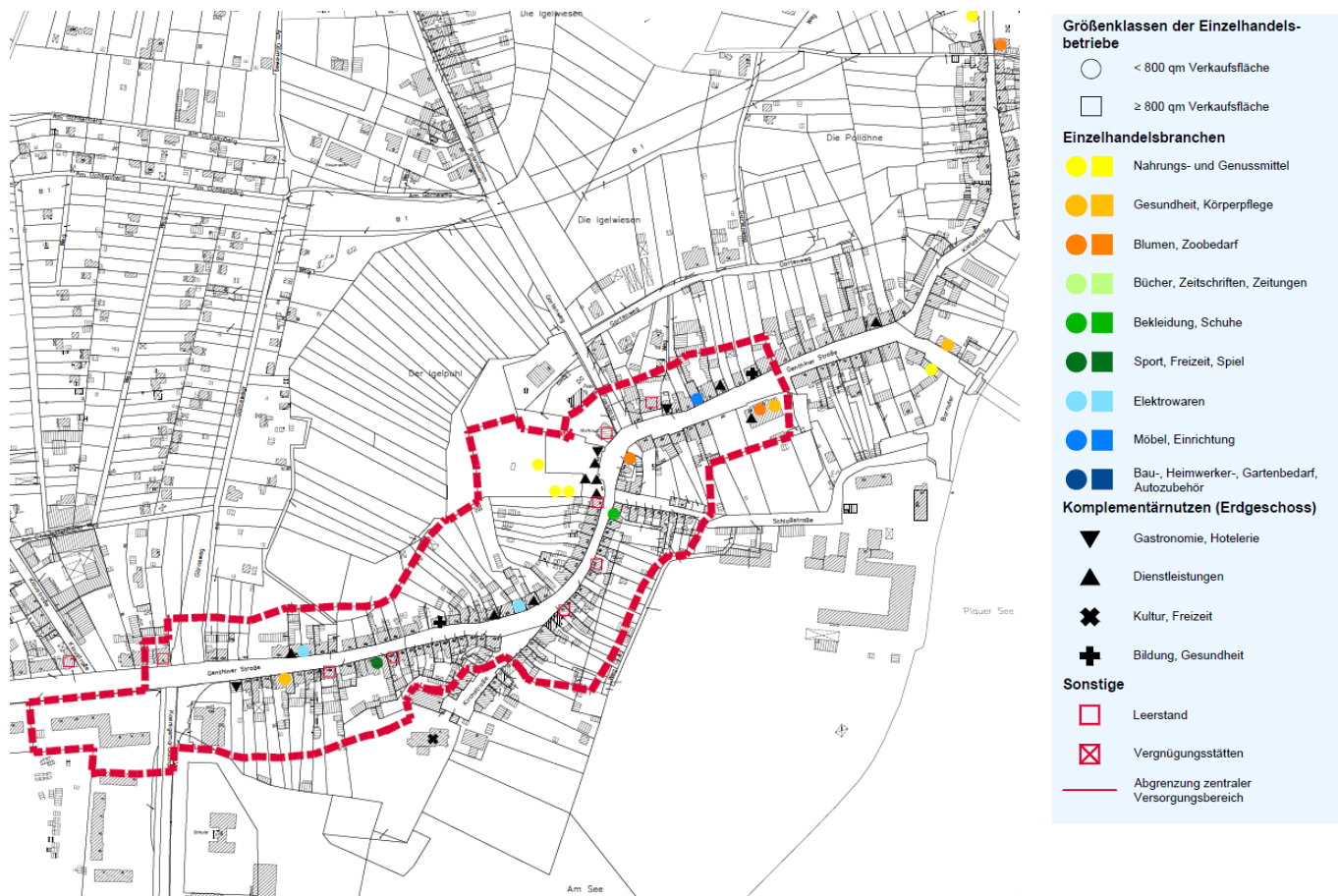
Die Versorgungslage Genthiner Straße hat sich historisch entlang des Straßenverlaufs entwickelt. Sofern eine Einstufung als zentraler Versorgungsbereich erfolgen soll, sind folgende Anmerkungen zur Abgrenzung und Entwicklung zu berücksichtigen:

Räumliche Abgrenzung

Das östliche Ende der Versorgungslage bildet die Straße Bornufer, welche sich unmittelbar vor der Plauer Brücke befindet. Allerdings ist östlich des Schlecker-Drogeriemarktes, der untergeordnete Magnetfunktionen übernimmt, zunächst eine deutliche Abnahme der Nutzungsintensität zu verzeichnen, so dass hier die Grenze gezogen werden sollte, um einer noch stärkeren räumlichen Ausdehnung vorzubeugen. Die auf der Südseite der Genthiner Straße liegenden Schlossstraße und Kirchstraße werden jeweils nur im Kreuzungsbereich zur Genthiner Straße in die Ab-

grenzung aufgenommen. Der Versorgungsbereich sollte mit der Einbeziehung der Kreuzungsgrundstücke im Bereich Genthiner Straße/ Koenigsmarckstraße sowie Genthiner Straße/ Görnerweg enden.

Abbildung 33 Räumliche Festlegung des potenziellen Nahversorgungszentrums Genthiner Straße



Quelle: Kartengrundlage: Stadt Brandenburg an der Havel, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2011, Erhebungsstand März 2011, Angebotssituation des Einzelhandels

Eine Verkaufsflächenausstattung von rund 1.250 qm beschreibt im Verhältnis zur Gesamtstadt eine untergeordnete Handelsbedeutung (weniger als 1 %). Der generierte Umsatz steht in einem ähnlichen Verhältnis zum Umsatz aller Einzelhandelsbetriebe der Stadt Brandenburg an der Havel.

Angebotssituation

Bei einer durchschnittlichen Betriebsgröße von rund 90 qm ist für die Versorgungslage Genthiner Straße ein vornehmlich kleinstrukturierter Einzelhandelsbesatz zu konstatieren. Der Angebotsschwerpunkt liegt gemessen an der Verkaufsfläche (ca. 76 %) im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente. Der Anteil

der Verkaufsfläche der zentrenrelevanten Sortimente spielt für die Ausstattung eine ebenso geringe Rolle wie die der beiden Betriebe mit überwiegend nicht zentrenrelevanten Sortimenten.

Auch der Umsatz wird überwiegend durch die Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten generiert (ca. 82 %).

Als Magnetbetrieb fungiert ein im Zentrum der Genthiner Straße angesiedelter Rewe-Supermarkt, der gemeinsam mit dem ihm zugehörigen Getränkemarkt wenige Quadratmeter unter der Schwelle zur Großflächigkeit bleibt. Als weiterer frequenz-erzeugender Einzelhandelsbetrieb dient eine Filiale von Schlecker, östlich des Supermarkt-Standorts gelegen.

Magnetbetriebe

Neben den Einzelhandelsbetrieben ist im Versorgungsbereich Genthiner Straße auch eine Reihe von Komplementärnutzungen angesiedelt. Im März 2011 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 zwischen den beschriebenen Standorten der Filialen von Rewe und Schlecker festzustellen.

Komplementärnutzungen

Des Weiteren konnten bei der Bestandserhebung auch acht Leerstände erfasst werden, die im Verhältnis zu allen gewerblichen Erdgeschossnutzungen eine hohe Leerstandsquote von ca. 24 % ergeben.

Leerstände

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

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 der Bundesstraße 1
- eingeschränkte Funktionsfähigkeit des Lebensmittel-Magnetbetriebs
- Geringe Durchsetzung mit privaten 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 in der Versorgungslage
- + Anbindung vom Stadtzentrum über die Bundesstraße 1
- + gestiegene Aufenthaltsqualität nach Realisierung der Umgehungsstrasse und Reduzierung des Durchgangsverkehrs

*Stärken der Versorgungslage
Genthiner Straße*

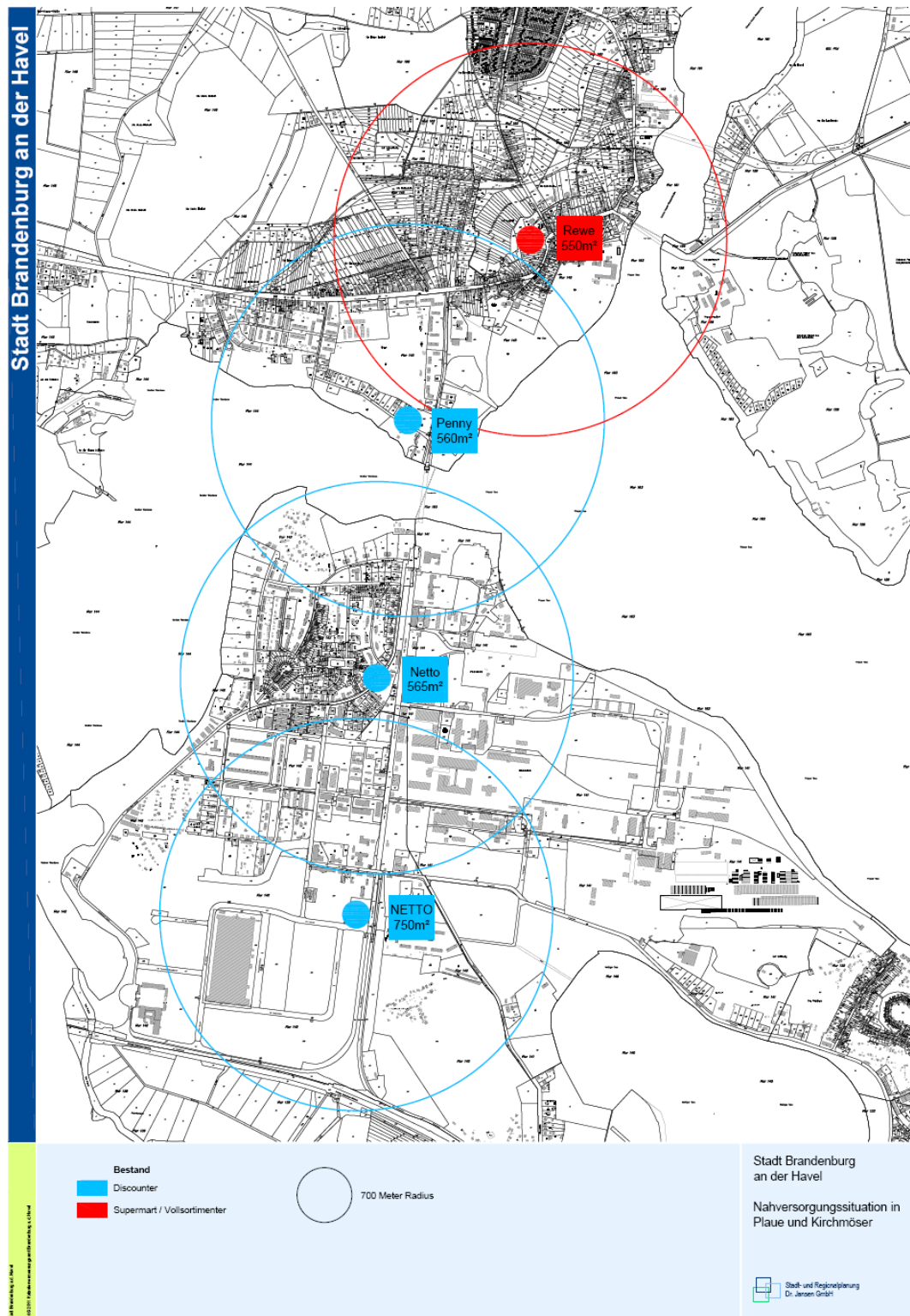
Die Versorgungslage Genthiner Straße weist damit die für einen zentralen Versorgungsbereich erforderlichen handelswirtschaftlichen Rahmenbedingungen auf. Eine mittelfristige Perspektive für diese Versorgungslage ist aus unserer Sicht jedoch nur gegeben, wenn die Standortsituation des Lebensmittelmagnetbetriebs verbessert wird. Hierzu zählen eine auf die Versorgungsfunktionen des Standortbereichs ausgerichtete Erweiterung und die dazu erforderliche Zahl von Stellplätzen.

Der Lebensmittelmagnetbetrieb ist dabei grundsätzlich einem starken Wettbewerb durch die nächstgelegenen und auf den gleichen Einzugsbereich ausgerichteten Discounterstandorte ausgesetzt. Eine Entscheidung zur Weiterentwicklung der Versorgungslage Genthiner Straße und die adäquate Positionierung als leistungsfähiger zentraler Versorgungsbereich erfordert dabei mittelfristig konkrete Aussagen zur Einordnung des Plauer Standorts Königsmarkstraße und zur Gestaltung der Versorgungsstrukturen im Stadtteil Kirchmöser.

Die vorhandenen kleinteiligen Versorgungsfunktionen dürften mittelfristig erhalten bleiben und eine für beide Stadtteile zunächst zufriedenstellende wohnungsnaher Versorgung sicherstellen. Um auch langfristig tragfähige Versorgungsstrukturen zu sichern, sollte eine der beiden integrierten Versorgungslagen (Genthiner Straße oder Wusterwitzer Straße) ausgebaut werden. Hierzu sind die Standortbedingungen des Lebensmittelmagnetbetriebs zu optimieren und arrondierende Nutzungen zu ergänzen. Städtebauliche Maßnahmen sollten die Geschlossenheit der Versorgungslage dokumentieren und Ruhe- wie Kommunikationsbereiche für alle Bevölkerungsgruppen anbieten.

Wettbewerbsdruck durch nahegelegene Discounterstandorte

Abbildung 34 Nahversorgungssituation in Plaue und Kirchmöser



Quelle: Kartengrundlage: Stadt Brandenburg an der Havel, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2011, Erhebungsstand März 2011

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 durch zentrenrelevante Sortimente geprägt wird, sind die Einzelhandelsstrukturen der Nahversorgungszentren durch nahversorgungsrelevante Sortimente, insbesondere Nahrungs- und Genussmittelangebote, geprägt. In Ergänzung dieser integrierten Agglomerationsstandorte des Einzelhandels gibt es Ansiedlungen in dezentraler Lage, die in Teilen als Konkurrenzlagen, in Teilen 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.

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 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 29.700 qm, die sich auf 48 Betriebe verteilt, übernimmt das Einkaufszentrum jeweils einen Anteil von ca. 8 % an der gesamten städtischen Verkaufsfläche und der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe. Im Vergleich

Angebots- und Sortimentsstruktur

zur Innenstadt nimmt das Einkaufszentrum somit eine leicht übergeordnete Bedeutung ein.

Sieben Betriebe belegen Verkaufsflächen oberhalb der Schwelle zur Großflächigkeit: Die Fachmärkte toom, expert, Spiele Max, Dänisches Bettenlager, Intersport und AWG-Mode Center sowie das SB-Warenhaus Kaufland. Die durchschnittliche Verkaufsfläche beträgt 620 qm.

Der Angebotsschwerpunkt von 44 Betrieben (ca. 92 %) befindet sich im Bereich der nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimente. Die Warengruppe Bekleidung, Schuhe (inkl. Uhren, Schmuck) ist mit 23 Einzelhandelsbetrieben besonders stark ausgeprägt. Nur vier Einzelhandelsbetriebe bieten, allerdings auf einer Verkaufsfläche von insgesamt etwa 10.400 qm schwerpunktmäßig nicht zentrenrelevante Sortimente an. Neben den erwähnten großflächigen Anbietern toom und Dänisches Bettenlager handelt es sich um einen weiteren Betrieb der Warengruppe Möbel/Einrichtung (Kranepuhls Optimale Möbelmärkte) sowie einen der Warengruppe Zoobedarf/ Tiernahrung (Zoo-fachhandel Schweunecke).

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 Straße³⁰

Der Agglomerationsstandort Potsdamer Straße/ Alte Potsdamer 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 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

Lage

³⁰ Anm: In der Bearbeitung der GMA 2007 wurde der Standort auf den Bereich der Alten Potsdamer Straße beschränkt. Die Einbeziehung der Potsdamer Straße trägt den Einzelhandelsentwicklungen der letzten Jahre und den Verbundwirkungen im Standortumfeld Rechnung.

Einzelhandelsbestand an der Potsdamer Straße von guten Sichtbeziehungen.

Insgesamt befinden sich im Standortbereich (der von der Potsdamer Straße nur den Bereich der Kreuzung zur Alten Potsdamer Straße und zur Bundesstraße einbezieht) 12 Einzelhandelsbetriebe und zwei Tankstellenshops, die aufgrund ihrer Versorgungsbedeutung (insbesondere wegen der ausgedehnten Öffnungszeiten) einbezogen werden. Die Verkaufsflächenausstattung beträgt etwa 7.670 qm (ca. 5 % der gesamten Verkaufsfläche der Stadt Brandenburg an der Havel). Die durchschnittliche Betriebsgröße umfasst ca. 640 qm.

Angebots- und Sortimentsstruktur

Der Angebotsschwerpunkt liegt im Bereich der überwiegend nahversorgungsrelevanten Sortimente. Ein SB-Warenhaus (Real) und ein Lebensmitteldiscounter (Lidl) belegen großflächige Verkaufsflächen und ein weiterer Lebensmitteldiscounter (Netto) bietet seine Waren auf einer Verkaufsfläche unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit an. Ergänzt wird das Angebot mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten durch einen Getränkemarkt sowie drei Betriebe des Lebensmittelhandwerks. Insgesamt werden rund 87 % der Verkaufsfläche durch diese Sortimente belegt. Der Angebotsbereich der zentrenrelevanten Sortimente wird durch jeweils einen Anbieter der Warengruppen Blumen, Bekleidung und Elektrowaren repräsentiert. Überwiegend nicht-zentrenrelevante Sortimente werden von zwei Betrieben (Zoobedarf/Tiernahrung und Bau-/Heimwerkerbedarf) auf insgesamt rund 490 qm Verkaufsfläche angeboten.

Angebots- und Sortimentsstruktur

Das Angebot des dezentralen Agglomerationsstandortes 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 fünf Fachmärkte nebeneinander in einem Gebäude angesiedelt und belegen insgesamt eine Verkaufsfläche von rund 9.350 qm, so dass eine überdurchschnittliche Betriebsgröße von etwa 1.870 qm erreicht wird.

Angebots- und Sortimentsstruktur

Der Angebotsschwerpunkt liegt im Bereich der nicht-zentrenrelevanten Sortimente. Ein großflächiger Anbieter der Warengruppen Bau- und Gartenbedarf (Praktiker) sowie zwei Fachmärkte mittlerer Größenordnung der Warengruppen Küchen (Reddy Küchen) und Zoobedarf/ Tiernahrung belegen zusammen etwa 73 % der Verkaufsfläche. Ein Schuhfachmarkt (Reno) und ein großflächiger Fachmarkt mit dem Angebotsschwerpunkt Haus- und Heimtextilien/Teppiche (Hammer) hingegen bieten 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 angesiedelt werden, die nicht-zentrenrelevante Sortimente anbieten. In diesem Rahmen wäre auch ein Ausbau des Standortbereichs 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 der Upstallstraße und der Brielower Landstraße. Über die Brielower Straße ist der Standort unmittelbar an den Innenstadtring angebunden.

Lage

Im Einkaufszentrum Beetzsee-Center sind derzeit 18 Einzelhandelsbetriebe ansässig. Eine Verkaufsflächenausstattung von ca. 22.875 qm ist gleichbedeutend mit einem Anteil von rund 14 % an der Gesamtverkaufsfläche der Stadt Brandenburg an der Havel. Im Vergleich aller Einzelhandelsstandorte wird die Verkaufsflächenausstattung des Beetzsee-Centers nur vom Hauptzentrum Innenstadt und vom Brandenburger Einkaufszentrum Wust übertroffen.

Angebots- und Sortimentsstruktur

Gemessen an der Verkaufsfläche liegt der Angebotsschwerpunkt des Beetzsee-Centers im Bereich der nicht-zentrenrelevanten Sortimente. Die beiden großflächigen Betriebe der Warengruppen Möbel/ Einrichtung (Roller) und Bau- und Gartenbedarf (Praktiker) belegen zusammen etwa 60 % der Verkaufsfläche des Beetzsee-Centers. Sieben Betriebe bieten auf rund 6.765 qm überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente an. Ein SB-Warenhaus (Real) fungiert dabei als Magnetbetrieb für das Einkaufszentrum. Die übrigen neun Betriebe sind als Anbieter überwiegend zentrenrelevanter Sortimente einzuordnen. Ein großflä-

chiger Betrieb der Warengruppe Bekleidung (Bekleidungsfachmarkt Adler) belegt dabei rund 80 % der sortimentspezifischen Verkaufsfläche von etwa 2.460 qm.

Zwar liegt der Schwerpunkt der Verkaufsfläche im Bereich der nicht-zentrenrelevanten Sortimente, jedoch bieten 16 Betriebe (ca. 80 % 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

3.7 Nahversorgungssituation

3.7.1 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 der Betriebe mit Drogerie- und Kosmetikwaren (vergleiche Abschnitt 3.2).

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 auf die Lebensmittelbranche.

Bewertungskriterien

3.7.2 Zentrale Versorgungsbereiche und ergänzende wohnungsnah 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 bereit stellen. Dies sind:

Nahversorgungsfunktionen der zentralen Versorgungsbereiche

- Hauptzentrum Innenstadt: Vollsortimenter Rewe
- Nahversorgungszentrum Am Neuendorfer Sand: Zwei Lebensmitteldiscounter Netto, NP-Niedrig-Preis
- Nahversorgungszentrum Neuendorfer Straße: Vollsortimenter Rewe
- Nahversorgungszentrum Wilhelmsdorfer Straße: Lebensmitteldiscounter Norma
- Nahversorgungszentrum Einkaufszentrum Görden: Vollsortimenter Rewe und Lebensmitteldiscounter Penny
- Nahversorgungszentrum Willibald-Alexis-Straße: Zwei Lebensmitteldiscounter Aldi, Netto
- Nahversorgungszentrum Tschirchdamm: Vollsortimenter Rewe

In den potenziell zur Abgrenzung vorgeschlagenen Versorgungsbereichen befinden sich folgende Lebensmittel-SB-Betriebe:

- Werner-Seelenbinder-Straße: Vollsortimenter Edeka
- Genthiner Straße: Vollsortimenter Rewe

Der potenzielle 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, gesundheitlichem Zustand der Kunden und den tatsächlichen Wegebeziehungen ab.

Viele der sonstigen Lebensmittel-SB-Betriebe, die aktuell strukturprägend sind, belegen Verkaufsflächen unterhalb der Großflächigkeit. Nicht aufgenommen hingegen sind die sonstigen für eine erfolgreiche Weiterführung notwendigen Standortfaktoren, z.B. Erreichbarkeit, Stellplatzangebot, Gebäudezustand, Außenwirkung.

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

Eine Sondersituation hingegen ergibt sich für eine Standortlage, die in starker räumlicher Entfernung zu anderen wohnungsnahen Standorten liegt. Dies ist der Lebensmittel-SB-Betrieb in der Ziesarer Landstraße. Die Abbildung zeigt, dass hier auch keine Überschneidungen zu Einzugsbereichen anderer größerer Lebensmittelanbieter gegeben sind. Der Standort übernimmt Ver-

Sonstige nahversorgungsrelevante Betriebe

Siedlungsintegrierte Standorte

sorgungsfunktionen für den Wohnbezirk Eigene Scholle/ Wilhelmsdorf, in dem ca. 3.750 Einwohner leben, so dass dieser Standort trotz einer geringen Einwohnerzahl im fußläufigen Einzugsgebiet des Markts als wohnungsnah eingestuft wird.

Tabelle 37 Fußläufiger Einzugsbereich der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in den (potenziellen) zentralen Versorgungsbereichen

	Straße	Anbieter	Betriebstyp	Verkaufsfläche	Zahl der EW in 700 m-Radius
Zentrale Versorgungsbereiche					
Am Neuendorfer Sand	Magdeburger Landstraße	Netto	Discounter	795	2.580
	Am Neuendorfer Sand	NP-Markt	Discounter	1.230	2.810
Neuendorfer Straße	Neuendorfer Straße	Rewe	Vollsortimenter	970	7.400
Wilhelmsdorfer Straße	Wilhelmsdorfer Straße	Norma	Discounter	650	8.340
EKZ Görden	Veilchenweg	Penny	Discounter	775	4.790
	Veilchenweg	Rewe	Vollsortimenter	870	4.790
Willibald-Alexis-Straße	Willibald-Alexis-Straße	Aldi	Discounter	680	7.020
	Rosa-Luxemburg-Allee	Netto	Discounter	690	7.020
Tschirchdamm	Tschirchdamm	Rewe	Discounter	1.500	8.200
Potenzielle zentrale Versorgungsbereiche*					
Werner-Seelenbinder-Straße	Werner-Seelenbinder-Straße	Edeka	Vollsortimenter	500	6.700
Genthiner Straße	Genthiner Straße	Rewe	Vollsortimenter	550	950

*Anm: Im potenziellen Nahversorgungszentrum Altstadt befindet sich derzeit kein strukturprägender Lebensmittelanbieter

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2011; Datengrundlage: Einwohnerzahlen Stadt Brandenburg an der Havel (Stand: 31.12.2009) und eigene Erhebungen Februar/März 2011

Abbildung 35 Strukturprägender Lebensmitteleinzelhandel



Quelle: Kartengrundlage: Stadt Brandenburg an der Havel, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2011, Erhebungsstand März 2011

Die Standorte wohnungsnaher Anbieter, die auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche liegen können, sind insbesondere dann im Hinblick auf ihre Weiterführung zu unterstützen, wenn sie 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 Bestandsschutz, haben aber keine Erweiterungsmöglichkeit.

Außerhalb des dichten Siedlungskörpers der Stadt Brandenburg an der Havel lassen sich anhand der Darstellung jedoch auch Wohnstandorte identifizieren, die über keine adäquaten Nahversorgungsangebote verfügen:

Fehlende adäquate Nahversorgung

- Entlang der Göttiner Landstraße und der Ziesarer Landstraße in der Ortslage Wilhelmsdorf/ Eigene Scholle (Stadtteil Neustadt).
- Im Ortsteil Schmerzke (Stadtteil Neustadt)
- Beidseitig des Beetzsees in den Ortslagen Industriegelände (Stadtteil Nord) und Krakauer Vorstadt (Stadtteil Dom)

In diesen Siedlungsbereichen leben jeweils ca. 180 bis 1.200 Einwohner, so dass die für die Tragfähigkeit eines Lebensmittel-SB-Betriebs erforderliche Mantelbevölkerung nicht gegeben ist.

Die nachfolgende Tabelle zeigt auf, welche Einzelbetriebe außerhalb der in den zentralen Versorgungsbereichen gelegenen Anbieter in dieser Betrachtung berücksichtigt wurden.

Die Anbieter der dezentralen Standorte weisen - mit Ausnahme des Lidl-Standorts an der Upstallstraße - geringe Bevölkerungszahlen im Einzugsbereich auf und sind primär auf Autokunden ausgerichtet.

Dezentrale Standorte

3.7.3 Ergänzungsstandorte für die wohnungsnaher Versorgung

Zum Zeitpunkt der Berichtslegung waren neben der Einzelhandelsplanung an der Neuendorfer Straße auf dem Gelände der ehemaligen Stärkefabrik zwei Ergänzungsstandorte für die wohnungsnaher Versorgung in der Diskussion:

- Bahnhofsvorplatz
- Bauhofstraße

Die Bewertung der Standortplanungen orientieren sich an der bisher aufgezeigten Vorgehensweise: Zunächst wird geprüft, ob



Tabelle 38 Stadträumliche Situation und Nahversorgungsrelevanz der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in Brandenburg an der Havel

Stat.Bezirk	Straße	Anbieter	Betriebstyp	Verkaufsfläche	Zahl der EW in 700 m - Radius
dezentrale Lagen					
12	Krakauer Landstraße	Norma	Discounter	800	800
15	An der Bundesstraße	Kaufland	SB-Warenhaus	8.200	350
34	Alte Potsdamer Straße	Real	SB-Warenhaus	4.645	1.840
36	Göttiner Straße	NETTO	Discounter	540	1.850
51	Upstallstraße	Lidl	Discounter	890	4.470*
54	Brielower Landstraße	Real	SB-Warenhaus	6.500	250
72	Am Gleisdreieck	NETTO	Discounter	750	750
81	Koenigsmarckstraße	Penny	Discounter	560	560
siedlungsintegrierte Lagen					
23	Friedrich-Franz-Straße	Lidl	Discounter	900	5.620
32	Geschwister-Scholl-Straße	Aldi	Discounter	770	5.390
34	Potsdamer Straße	Lidl	Discounter	900	4.200
34	Potsdamer Straße	Netto	Discounter	775	4.470
38	Ziesarer Landstraße	NETTO	Discounter	600	1.400
41	Haydnstraße	EDEKA	Vollsortimenter	650	6.200
41	Gördenallee	Netto	Discounter	600	5.060
61	Willi-Sänger-Straße	Netto	Discounter	700	5.900
62	Willi-Sänger-Straße	Aldi	Discounter	700	5.500
62	Willi-Sänger-Straße	Netto	Discounter	700	5.500
62	August-Bebel-Straße	NETTO	Discounter	600	5.900
62	Werner-Seelenbinder-Straße	Norma	Discounter	650	5.500
72	Wusterwitzer Straße	Netto	Discounter	565	1.320

*Anm: starke Wettbewerbsbezüge zu integrierten zentralen Versorgungsbereichen, trotz hohen Bevölkerungspotenzials im Nahbereich als dezentral zu bewerten.

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2011; Datengrundlage: Einwohnerzahlen Stadt Brandenburg an der Havel (Stand: 31.12.2009) und eigene Erhebungen Februar/März 2011

das fußläufige Einzugsgebiet der an diesen Standorten neu entstehenden Märkte aktuell und perspektivisch bereits durch die Einzugsgebiete bestehender Märkte abgedeckt ist. Hieraus lassen sich erste Rückschlüsse auf zu erwartende Wettbewerbseffekte und städtebauliche Wirkungen ziehen. Im Anschluss wird geklärt, wie groß das Bevölkerungspotenzial im Einzugsgebiet, insbesondere in den bislang unterversorgten Siedlungsbereichen ist.

Der nachfolgende Kartenausschnitt dokumentiert, dass sich die potenziellen Einzugsbereiche der beiden Ergänzungsstandorte zum überwiegenden Teil mit den Einzugsgebieten schon bestehender Lebensmittel-SB-Betriebe überschneiden.

Der Ergänzungsstandort in der Bauhofstraße befindet sich im Stadtteil Neustadt zwischen der Neuendorfer Straße und der Jacobstraße. Der Bauhofstraße aus nördlicher Richtung folgend erreicht man ihn auf der rechten Seite gelegenen, nach Überquerung der Havel.

*Lage des Ergänzungsstandortes
Bauhofstraße*

Derzeit liegt der Standort brach. Angrenzend befinden sich gewerbliche Nutzungen sowie im rückwärtigen Bereich - getrennt durch einen Wassergraben - mehrgeschossige Wohnbebauung. Der Straßenquerschnitt im Erschließungsbereich ist ausreichend breit und kann in beide Richtungen befahren werden.

Nutzungen im Standortumfeld

Der durch diesen Ergänzungsstandort zu erschließende Versorgungsbereich wird westlich von den Einzugsbereichen des Vollsortimenters (Rewe) in der Neuendorfer Straße und des Discounters (Norma) in der Wilhelmsdorfer Straße überlagert. Östlich überschneidet sich der Einzugsbereich des Standortes mit denen des Vollsortimenters in der Sankt Annen Galerie (Rewe) und dreier Discounter in der Geschwister-Scholl-Straße (Aldi) und in der Potsdamer Straße (Netto, Lidl). Auch der Einzugsbereich des südwestlich in der Göttiner Straße gelegenen Discounters überlagert die Versorgungslage des Ergänzungsstandortes, in dessen Einzugsbereich somit keine aktuellen Versorgungslücken verbleiben.

Überschneidung mit Einzugsbereichen anderer Lebensmittel-SB-Betriebe

Die Bevölkerungszahl im Einzugsbereich des Entwicklungsstandortes Bauhofstraße beträgt rund 6.000 Einwohner. Für die Tragfähigkeit eines Lebensmittel-SB-Betriebs würde diese Zahl ausreichen, jedoch wird die komplette Einwohnerschaft wie erwähnt bereits durch bestehende Betriebe versorgt. Eine Realisierung würde in erster Linie Auswirkungen auf die vorgeschlagenen zentralen Versorgungsbereiche Neuendorfer Straße und Wilhelmsdorfer Straße auslösen. Beide Standortlagen sind derzeit als nicht gefestigt einzustufen.

Bevölkerung im Einzugsbereich

Der Ergänzungsstandort „Bahnhof“ befindet sich in Nachbarschaft des Hauptbahnhofes der Stadt Brandenburg an der Havel an der gleichnamigen mehrspurigen Straße Am Hauptbahnhof. Derzeit ist auch dieser Standort keiner Nutzung zugeführt.

Anders als der Entwicklungsstandort in der Bauhofstraße ist er städtebaulich nur als teilintegriert zu bezeichnen. Südlich des Standortes schließt sich ein Siedlungsgebiet geringer Dichte (vornehmlich Einfamilienhäuser) an und auf der gegenüberliegenden Seite der Straße Am Hauptbahnhof befindet sich mehrgeschossige Blockbebauung.

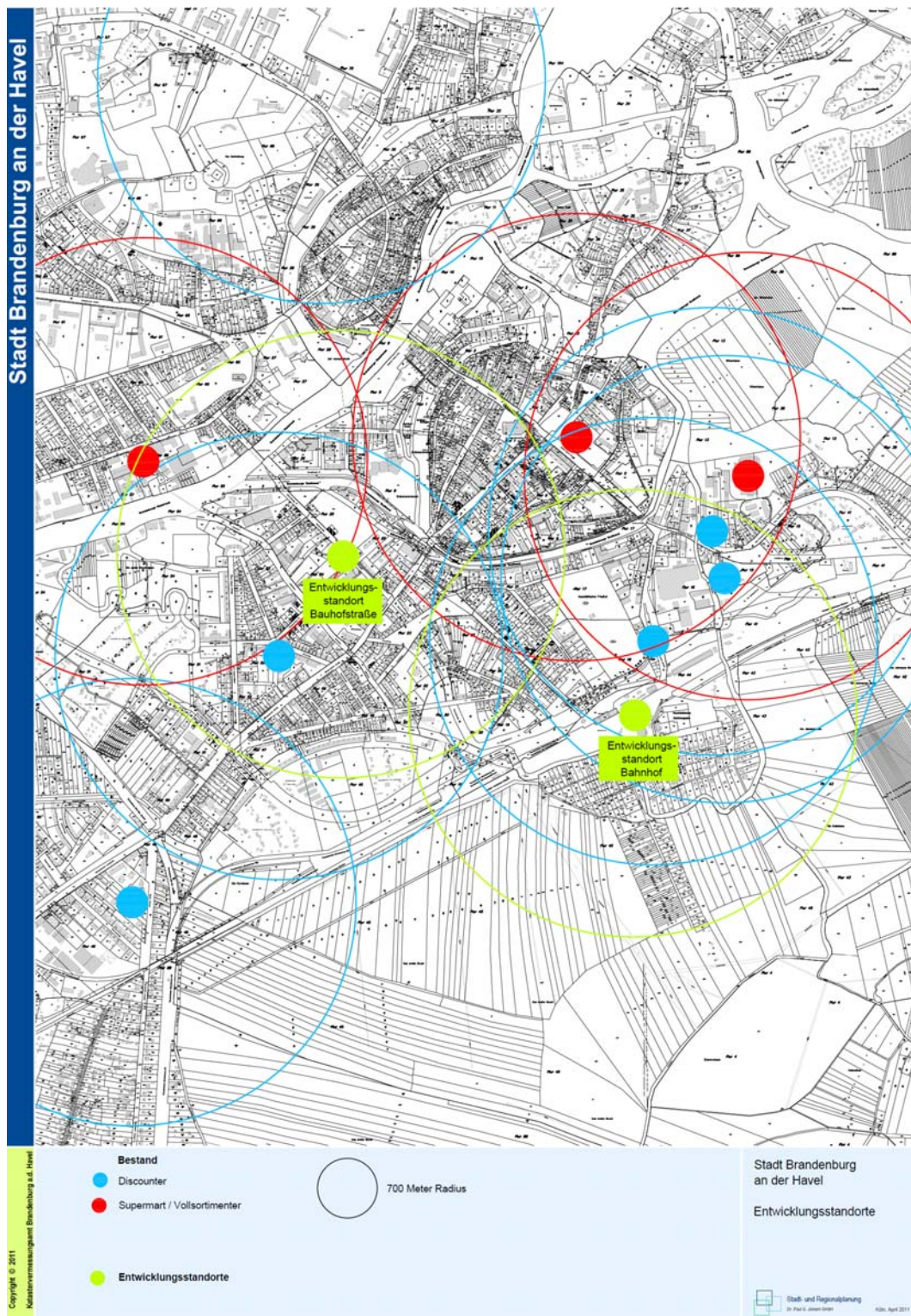
Auch das potenzielle Einzugsgebiet dieses Standortes wird durch die Einzugsbereiche umgebender Lebensmittel-SB-Betriebe überlagert. Nordöstlich befinden sich die drei erwähnten Lebensmitteldiscounter in der Geschwister-Scholl- und in der Potsdamer Straße, deren Einzugsbereiche große Teile des Einzugsbereichs des Standortes „Bahnhof“ abdecken. Gleiches gilt für den Einzugsbereich des SB-Warenhauses (Real) in der Alten Potsdamer Straße. Zudem überschneiden sich die Einzugsbereiche des Vollsortimenters in der Sankt Annen Galerie und des Discounters in der Wilhelmsdorfer Straße mit dem des Ergänzungsstandortes.

Eine derzeitige Versorgungslücke, die durch den Einzugsbereich des Ergänzungsstandortes „Bahnhof“ abgedeckt würde, verbleibt nur im südlichen Bereich der Straße Hoher Steg, südlich des Standortes gelegen. Hier leben maximal 100 Einwohner.

Die Bevölkerung im Einzugsbereich liegt aufgrund der Abdeckung großer Teile der südlichen Innenstadt bei rund 5.000 Einwohnern. Auch hier würde sich eine Tragfähigkeit allein aus der potenziell erreichbaren Bevölkerung im Nahbereich begründen lassen. Allerdings wären nicht nur dezentrale Agglomerationsbereiche, sondern auch integrierte Standortlagen von der Wettbewerbsintensivierung betroffen, insbesondere der zentrale Versorgungsbereich Wilhelmsdorfer Straße.

Gutachterlich ist von der Entwicklung beider Ergänzungsstandorte abzuraten. Der Wettbewerbsdruck in beiden Einzugsgebieten ist durch die bestehenden Lebensmittel-SB-Betriebe als sehr hoch zu bewerten, so dass die dortige Wohnbevölkerung schon jetzt mehrere Betriebe im Nahbereich zur Auswahl hat. Eine Ansiedlung an einem der Standorte würde zudem die Funktionsfähigkeit des Magnetbetriebes in der Wilhelmsdorfer Straße gefährden, der wie beschrieben schon heute handelswirtschaftlich betrachtet keine optimalen Rahmenbedingungen vorweisen kann.

Abbildung 36 Ergänzungsstandorte für die wohnungsnah Nahversorgung



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

3.7.4 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 mit umfangreichem 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. Dies betrifft auch mögliche Erweiterungsflächen bestehender Betriebe.

Derzeit verlaufen im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel folgende vier Entwicklungstrends parallel:

Entwicklungstrends

Das Ernährungs- und Einkaufsverhalten der Verbraucher ist im Umbruch. Immer mehr große Vollsortimenter profilieren sich mit hochwertigem Food-Service für den Sofortverzehr mit einer so genannten 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 so genannten Nachbarschaftsläden zu sichern. Erfolgreich sind solche Modelle dann, wenn ein hohes Engagement der Betreiber gegeben ist, eine Ergänzung des Nahrungsmittelangebotes durch Kooperation mit Ladenhandwerkern erfolgt und ergänzende Leistungen wie z. B. Postagentur, Reinigungsannahme, Pflegedienst, Bankautomaten, Lotto- und Totoannahme, Dienstleistungen der Stadtverwaltung bereitgestellt werden. Funktionierende Beispiele belegen, dass

Nachbarschaftsläden

die Konzepte immer auf die jeweilige örtliche Situation zugeschnitten und angepasst werden müssen.³¹

Beispiele für Integrationsmärkte sind CAP-Märkte.³² Hierbei werden die Märkte teilweise mit behinderten Mitarbeitern betrieben. Voraussetzung für die Realisierung eines solchen Marktes 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

Unter sozialen Gesichtspunkten ist von Interesse, dass durch einen Lebensmittel-SB-Betrieb der Fa. CAP bis zu 15 neue Arbeitsplätze für Menschen mit Behinderung geschaffen werden. Hierbei ist der Grundgedanke des CAP-Konzeptes die Verbesserung der Arbeitsplatzsituation und die Erweiterung der Möglichkeiten für die Beschäftigung von Menschen mit Behinderung, wobei durch die Eröffnung von zentrumsnahen Lebensmittelmärkten unter dem Namen "CAP ...der Lebensmittelpunkt" eine neue Chance erschlossen wird, geeignete Arbeitsplätze für Menschen mit Behinderung außerhalb der Werkstatt zu schaffen und diese auch langfristig zu sichern.

In Ergänzung der Lebensmittel-SB-Betriebe übernehmen auch Drogeriemärkte eine wichtige Funktion für die Angebotssicherung und Frequenz von Nahversorgungslagen. Während die Verkaufsstellen der Fachdrogerien von 12.500 im Jahr 1975 auf etwa 3.400 im Jahre 2006 gesunken sind, ist die Anzahl der Drogeriemärkte im Zeitraum von 1980 bis 2006 von fast 1.500 auf 14.300 angestiegen. Gleichzeitig haben sich aber auch die Anforderungen an die Flächengröße deutlich verändert. So sieht z. B. das Anforderungsprofil der leistungsstarken Drogeriemarktkette dm 20.000 Einwohner im Einzugsbereich, Nahversorgungszentren mit Geschäften des täglichen Bedarfs, eine Mindestgröße von ca. 300 qm ebenerdiger Verkaufsfläche zuzüglich 80 bis 100 qm Nebenfläche vor. Dagegen wählt der Betreiber Schlecker für seine Kleinflächenkonzepte bislang Standorte ab ca. 130 qm in Orten ab ca. 2.000 Einwohnern.

Drogeriemärkte

³¹ DSSW-Leitfaden, Nahversorgung als Basis der Zentrenbildung. Aktuelle Modelle, Strategien und Konzepte gegen weg brechende Handels- und Dienstleistungsnutzungen, DSSW-Schriften 56, Berlin 2007

³² Der Name CAP-Markt leitet sich von Handicap ab, der englischen Bezeichnung für Benachteiligung.

4 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 Versorgungsbereichen 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. Hierzu zählen:

- Erhalt und Weiterentwicklung der bestehenden zentralen Versorgungsbereiche in handelswirtschaftlicher, nutzungsstruktureller und städtebaulicher Hinsicht, um die gewünschte Konzentration zentren- bzw. nahversorgungsrelevanter Sortimente zu erzielen
- die Konkretisierung der Ziele der Einzelhandelsentwicklung für die Stadtbereiche Plaue/Kirchmöser, den Stadtteil Nord und die Altstadt, insbesondere nach Prüfung geeigneter Flächen für Verlagerungen oder Ansiedlungen großflächiger Lebensmittelbetriebe
- der Einsatz des bauplanungsrechtlichen Instrumentariums zur Steuerung unerwünschter Entwicklungen im Stadtgebiet
- und die Beobachtung der Einzelhandelsentwicklung und Einzelhandelsplanungen im Umland sowie die Nutzung der dabei gegebenen Einflussmöglichkeiten.

Umsetzungsschritte

Die erfolgreiche Etablierung der Sankt Annen Galerie lässt erkennen, welche Entwicklungsimpulse leistungsfähige Magnetbetriebe in ihrem Standortumfeld auslösen. Diese Impulse sollten in

den zentralen Versorgungsbereichen gesetzt werden, die eine zusätzliche Stärkung benötigen. Im Umkehrschluss sind Wettbewerbsintensivierungen, die die Gefährdung oder Schwächung zentraler Versorgungsbereiche nach sich ziehen, zu vermeiden. Das zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung im Stadtgebiet bereit stehende 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 Versorgungsbeereichs
- 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 Agglomerations-effekte ermöglichen eine schnelle Positionierung eines neuen Einzelhandelsbetriebes.

„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. Insbesondere Bereiche mit GE-Festsetzungen und BauNVO vor 1990 sollten möglichst kurzfristig im vereinfachten Verfahren auf die aktuelle BauNVO umgestellt werden.

Überprüfung von Bebauungsplänen

- In Gewerbegebieten sollte grundsätzlich von der Steuermöglichkeit des Einzelhandels Gebrauch gemacht werden, um auch keine bodenrechtlichen Spannungen hervorzurufen. Die Skala der planungsrechtlichen Steuermöglichkeiten reicht vom völligen Ausschluss über die ausnahmsweise Zulässigkeit zur Versorgung der dort Beschäftigten (Kiosk oder

Tankstellenshop) bis zur Zulässigkeit räumlich und funktional untergeordneten Einzelhandels.

- Festgesetzte Kerngebiete sollten dahin gehend 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 Einzelhandelskonzeptes in die Bauleitplanung das Erreichen der angestrebten Ziele der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Brandenburg an der Havel ermöglicht.

5 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 71.800 Einwohnern verfügt, wird in der landesplanerischen Hierarchie als Oberzentrum eingestuft. Die verkehrliche Erreichbarkeit mit dem MIV und dem ÖPNV lassen sich als gut bezeichnen. Begründet durch eine prognostizierte stark rückläufige Einwohnerentwicklung bis zum Jahr 2025 sind keine Impulse für den Einzelhandelsstandort Brandenburg an der Havel durch die Bevölkerungsentwicklung zu erwarten.
Übergeordnete Rahmenbedingungen
- 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 Hauptwettbewerbsstädte 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.
Regionale Wettbewerbssituation
- Die Einzelhandelsausstattung der Stadt Brandenburg an der Havel umfasst aktuell insgesamt 601 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 162.985 qm und einer Bruttoumsatzleistung von ca. 427,2 Mio. EUR (im Jahr 2010). 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. 60 % im interkommunalen Vergleich eine überdurchschnittliche Bedeutung ein.
Einzelhandelsausstattung der Stadt Brandenburg an der Havel
- Die Verkaufsflächenausstattung der Stadt Brandenburg an der Havel liegt einwohnerbezogen deutlich über dem Durchschnitt der herangezogenen Vergleichsstädte. Differenziert nach Branchen ergibt sich für die Verkaufsflächenausstattung der Stadt Brandenburg an der Havel ein unterschiedliches Bild. In der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel liegt eine überdurchschnittliche Verkaufsfläche vor, die die unterdurchschnittlichen Werte in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe, Sport und Hausrat, Möbel, Einrichtung überdeckt. In den anderen Warengruppen sind nur leichte Abweichungen vom Durchschnitt festzustellen.
Verkaufsflächenausstattung im Vergleich

- 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 151.400 Einwohner. Diese Einwohner verfügen über ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial von insgesamt ca. 715,3 Mio. EUR. 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.
Einzugsbereich, Kaufkraftpotenzial und Zentralität
- Von dem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial in der Stadt Brandenburg an der Havel (ca. 342,6 Mio. EUR) werden durch den ansässigen Einzelhandel aktuell ca. 84 % gebunden (ca. 289,1 Mio. EUR). Mit auswärtigen Kunden wird ein Umsatzanteil von ca. 32 % erzielt. Der Kaufkraftabfluss aus der Stadt Brandenburg an der Havel bewegt sich im gesamten Einzelhandel in einer Größenordnung von ca. 53,6 Mio. EUR (ca. 16 % der in Brandenburg an der Havel vorliegenden Kaufkraft).
Kaufkraftbewegungen in Brandenburg an der Havel
- Vor dem Hintergrund der derzeitigen Einzelhandelsausstattung in Brandenburg an der Havel ergibt sich bis zum Jahr 2025 aufgrund der rückläufigen Einwohnerzahlen ein deutlicher Verkaufsflächenüberhang. Dieser Verkaufsflächenüberhang variiert in Abhängigkeit von Bevölkerungsentwicklung und Marktbedeutung. Insbesondere im Lebensmitteleinzelhandel 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 wohnungsnahе Versorgungsstrukturen für die Bevölkerung zu sichern.
Verkaufsflächenüberhang zu erwarten
- Im Rahmen der Entwicklung des Zentrenkonzepts wurden dabei folgende Ziele formuliert:
Ziele der Einzelhandelsentwicklung
 - Stärken der oberzentralen Versorgungsfunktion
 - Weiterentwicklung des Hauptzentrums Innenstadt
 - Stabilisierung und Weiterentwicklung der identifizierten Nahversorgungszentren am Neuendorfer Sand, Neuendorfer Straße, Wilhelmsdorfer Straße, Einkaufszentrum Görden, Willibald-Alexis-Straße, Tschirchdamm
 - Prüfung und Entwicklung angemessener Versorgungsstrukturen in den durch diese zentralen Versorgungsbe-

- reichen nicht abgedeckten Stadtbereichen Altstadt, nördliche Kernstadt, Plaua/Kirchmöser
- Sicherung einer fußläufigen Nahversorgung - möglichst im gesamten Stadtgebiet
 - Konzentration der nahversorgung- und zentrenrelevanten Sortimente auf die zentralen Versorgungsbereiche
 - begrenzter Ausbau im Segment der großflächigen Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten, insbesondere am Standortbereich Upstallstraße.
- 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. Vergleichbare Entwicklungsimpulse dürften in den nächsten Jahren nicht zu erwarten sein, da Ansiedlungsstandorte fehlen. Daher ist es eine übergeordnete Aufgabe für Stadtplanung und Wirtschaftsförderung, geeignete Ergänzungsstandorte zu identifizieren und zu erschließen.
- Hauptzentrum weiter ausbauen*
- Die Einzelhandelssituation in den abgegrenzten sechs Nahversorgungszentren ist nur in Teilen als stabil zu bezeichnen. Herausforderungen im Hinblick auf eine systematische Weiterentwicklung stellen sich insbesondere in den Nahversorgungszentren Neuendorfer Straße, Wilhelmsdorfer Straße und Willibald-Alexis-Straße. Von Bedeutung ist, dass dies im Rahmen einer auf die Nahversorgungsfunktionen dieser Einkaufslagen abgestimmten maßstäblichen Entwicklung erfolgt, damit die Entwicklungsperspektiven des Hauptzentrums und benachbarter Nahversorgungszentren nicht beeinträchtigt werden.
- Sechs Nahversorgungszentren stabilisieren*
- In den Stadtbereichen Altstadt, nördliche Kernstadt und Plaua/Kirchmöser haben sich Rahmenbedingungen und die Versorgungssituation in den letzten vier Jahren deutlich verändert. Standortbereiche, die vormals Perspektiven im Hinblick auf die Einstufung als zentraler Versorgungsbereich aufwiesen, haben sich rückläufig entwickelt. Parallel wurden zusätzliche Solitärstandorte, insbesondere mit SB-Lebensmittelbetrieben, in diesen Stadtbereichen realisiert. Hier sind zum einen politische Zielsetzungen in Bezug auf den Umgang und die Entwicklung der Nahversorgungssituation in diesen Stadtbereichen zu treffen, zum anderen gezielt Standorte bzw. Standortlagen aufzubereiten. Vorschläge für die räumliche Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen sind auf der Grundlage des aktuellen Einzelhandelsbestands entwickelt worden, berücksichtigen aber lediglich für die Altstandorte eine Potenzialfläche für den erforderlichen Lebens-
- Altstadt, nördliche Kernstadt, Plaua und Kirchmöser*

mittelmagnetbetrieb. Da die Betriebsgrößen der Lebensmittelbetriebe in den für zentrale Versorgungsbereiche präferierten Einkaufslagen Werner-Seelenbinder-Straße 52 und Gentheimer Straße unzureichend sind, wäre eine Erweiterung u. U. mit einer Verlagerung an einen nahegelegenen Standort verbunden, der dann in den zentralen Versorgungsbereich aufgenommen werden sollte.

- Zur Sicherung und Stärkung der städtebaulich integrierten Versorgungszentren ist eine konsequente bauleitplanerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung, insbesondere in Bezug auf die Standorte mit nahversorgungs- und 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 (Selbstbindung der Stadt)

Bauleitplanerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

Nachdem sich die Einzelhandelsentwicklung seit dem Anfang der 90er Jahre zunächst auf dezentrale Standortlagen richtete und die Innenstadt in den letzten Jahren im Mittelpunkt stand, gilt es somit nun den Fokus auf die Entwicklung stabiler Nahversorgungsstrukturen zu richten. Die Bedeutung dieser Thematik rückt durch die den demografischen Wandel mit einer älter werdenden Bevölkerung in den Vordergrund.

6 ANHANG

6.1 „Brandenburger Liste“

Nahversorgungsrelevante Sortimente		
Sortiment	Nr. nach WZ* 2008	Bezeichnung nach WZ 2008 (Anmerkung)
Nahrungs- und Genussmittel	47.11.1	Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken u. Tabakwaren ohne ausgeprägten Schwerpunkt
	47.2.0	Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken u. Tabakwaren (in Verkaufsräumen)
Gesundheit, Körperpflege	47.75.0	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln
	47.78.9	sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (<u>hier</u> nur Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, Bürstenwaren und Kerzen)
	47.73.0	Apotheken
Blumen	47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (<u>hier</u> nur Blumen)
Sanitätswaren/ orthopädische Artikel	47.74.0	Einzelhandel mit medizinischen und orthopädischen Artikeln
Zeitungen, Zeitschriften	47.62.1	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen
Bücher	47.61.0	Einzelhandel mit Büchern
	47.79.2	Antiquariate
Papier-, Büro-, Schreibwaren, Büroartikel sowie Künstler- und Bastelbedarf	47.62.2	Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln
	47.78.9	sonstiger Facheinzelhandel, anderweitig nicht genannt (<u>hier</u> nur Einzelhandel mit Organisationsmitteln für Büro-zwecke)
Zentrenrelevante Sortimente		
Sortiment	Nr. nach WZ 2008	Bezeichnung nach WZ 2008 (Anmerkung)
Optik, Hörgeräteakustik	47.78.1	Augenoptiker (<u>hier</u> zzgl. Akustiker)
Bekleidung (inkl. Sport-, Arbeitsschutz- und Berufsbekleidung)	47.71.0	Einzelhandel mit Bekleidung (inkl. Babybekleidung)
Schuhe (inkl. Sportschuhe), Lederwaren	47.72.1	Einzelhandel mit Schuhen,
	47.72.2	Einzelhandel mit Lederwaren und Reisegepäck



Zentrenrelevante Sortimente		
Sortiment	Nr. nach WZ	
	2008	Bezeichnung nach WZ 2008 (Anmerkung)
sonst. Bekleidung, Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten	47.79.9	Einzelhandel mit sonstigen Gebrauchtwaren (<u>hier</u> nur Bekleidung)
	47.51.0	Einzelhandel mit Textilien (<u>hier</u> nur Kurzwaren, Schneiderei- u. Handarbeitsbedarf, Meterware für Bekleidung)
Uhren/Schmuck	47.77.0	Einzelhandel mit Uhren und Schmuck
Sportartikel	47.64.2	Einzelhandel mit Sport- u. Campingartikeln ohne Campingmöbel (<u>hier</u> ohne Campingartikel u. Sportgroßgeräte)
	47.64.1	Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteilen u. -zubehör
Freizeit, Spielwaren	47.65.0	Einzelhandel mit Spielwaren
	47.78.9	sonstiger Facheinzelhandel anderweitig nicht genannt (<u>hier</u> nur Einzelhandel mit Handelswaffen u. Munition)
	47.64.2	Einzelhandel mit Sport- u. Campingartikeln ohne Campingmöbel (<u>hier</u> nur Anglerbedarf)
	47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen u. Geschenkartikeln (<u>hier</u> nur Briefmarken u. Münzen)
Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten	47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien
	47.54.0	(<u>hier</u> Elektrogroß und -kleingeräte)
Unterhaltungselektronik, Musik, Video	47.43.0	Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik
	47.63.0	Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern
Leuchten, Lampen	47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (<u>hier</u> nur Leuchten, Lampen)
Computer und Zubehör	47.41.0	Einzelhandel mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software
Foto	47.78.2	Einzelhandel mit Foto- u. optischen Erzeugnissen (<u>hier</u> ohne Augenoptiker)
Telekommunikationsartikel	47.42.0	Einzelhandel mit Telekommunikationsgeräten
Haushaltswaren (inkl. GPK, Geschenkartikel)	47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (<u>hier</u> ohne Einzelhandel mit Bedarfsartikeln für den Garten, Möbeln u. Grillgeräten für Garten u. Camping, Kohle-, Gas- u. Ölöfen)
	47.59.2	Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen u. Glaswaren



Zentrenrelevante Sortimente

Sortiment	Nr. nach WZ 2008	Bezeichnung nach WZ 2008 (Anmerkung)
	47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerbl. Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen u. Geschenkartikeln (<u>hier</u> nur Geschenkartikel)
Haus-/ Bett-/ Tischwäsche	47.51.0	Einzelhandel mit Textilien (<u>hier</u> nur Haus-/ Bett-/ Tischwäsche)
Heimtextilien/ Gardinen	47.53.0	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (<u>hier</u> nur Vorhänge und abgepasste Teppiche und Läufer)
	47.51.0	Einzelhandel mit Textilien (<u>hier</u> nur Möbel- und Dekorationsstoffe u. Ä.)
	47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen (<u>hier</u> nur antike Teppiche)
Wohneinrichtungsbedarf, Kunst, Antiquitäten (ohne Möbel)	47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln (<u>hier</u> nur Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse)
	47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (<u>hier</u> nur Holz-, Kork-, Flecht- oder Korbwaren)
	47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen (<u>hier</u> nur Antiquitäten)

Nicht zentrenrelevante Sortimente

Sortiment	Nr. nach WZ 2008	Bezeichnung nach WZ 2008 (Anmerkung)
Bau- und Gartenmarktsortimente	47.52.1	Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt
	47.52.3	Einzelhandel mit Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf
	47.53.0	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (<u>hier</u> nur Fußbodenbeläge und Tapeten)
	47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (<u>hier</u> nur: Einzelhandel mit Bedarfsartikeln für den Garten, Möbeln u. Grillgeräten für Garten u. Camping, Kohle-, Gas- u. Ölöfen)
	47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (<u>hier</u> nur Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln)
Kfz und Kraftradzubehör	45.32.0	Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör
	45.40.0	Handel mit Krafträdern, Kraftradteilen und -zubehör (<u>hier</u> nur Einzelhandel mit Kraftradteilen und -zubehör)
Zoologischer Bedarf	47.76.2	Einzelhandel mit zoologischem Bedarf u. lebenden Tieren (inkl. Tiernahrung)



Nicht zentrenrelevante Sortimente

Sortiment	Nr. nach	
	WZ 2008	Bezeichnung nach WZ 2008 (Anmerkung)
Sportartikel	47.64.2	Einzelhandel mit Sport- u. Campingartikeln ohne Campingmöbel (<u>hier</u> nur Sport- u. Campinggroßgeräte ohne kleinteilige Sportartikel)
Möbel	47.59.1	Einzelhandel mit Wohnmöbeln (inklusive Büro- und Babymöbel, Kinderwagen)
	47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (<u>hier</u> nur Garten- u. Campingmöbel)
	47.79.9	Einzelhandel mit sonstigen Gebrauchsgütern (<u>hier</u> nur Möbel)
	47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen (<u>hier</u> nur Möbel)
	47.51.0	Einzelhandel mit Textilien (<u>hier</u> nur Matratzen und Bettwaren wie z. B. Oberbetten und Kopfkissen)

* Klassifikation der Wirtschaftszweige, Statistisches Bundesamt, Wiesbaden, Dezember 2008

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2011 auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung im Februar/März 2011



6.2 Erhebungsbogen der Einzelhandelserfassung in der Stadt Brandenburg an der Havel

Stadt:	
Stadtteil:	
Betriebsname:	
Straße/HNR:	
Verkaufsfläche insgesamt:	
BNR (Angebotsschwerpunkt):	
Sortiment (Kurzbezeichnung)	qm
Lebensmittel	11
Getränke, Spirituosen, Tabak	12
Backwaren	13
Fleisch, Fleischwaren	14
Lebensmittelspezialanbieter, Reformwaren	15
Drogerie, Kosmetik	21
pharmazeutische Artikel	22
Sanitätswaren/Orthopädie	23
Optik, Hörgeräteakustik	24
Blumen	31
Zoobedarf, Tierernährung	32
Bücher, Zeitschriften, Zeitungen	41
Papier-, Büro-, Schreibwaren, Büroartikel	42
Damenbekleidung	51
Herrenbekleidung	52
Kinderbekleidung	53
Schuhe/Lederwaren/Taschen/Koffer	54
Sportbekleidung, Sportschuhe	55
Uhren, Schmuck	56
Sonstiges (benennen!)	57
Sport, Camping/Outdoor, Fahrräder	61
Freizeit, Spielwaren	62
Elektrogroß-/kleingeräte	71
Leuchten	72
Unterhaltungselektronik/Musik/Video	73
Computer und Zubehör, Büromaschinen	74
Telefone	75
Foto	76
Hausrat, Geschenkartikel	81
Haus-, Heimtextilien, Teppiche	82
Möbel (ohne Küchen)	83
Küchen	84
Kunst, Antiquitäten, Bilder(-rahmen)	85
Bau- und Heimwerkerbedarf	91
Tapeten, Bodenbeläge, Teppichboden	92
Gartenbedarf	93
Autozubehör	94

Bogen-Nr.
Datum:
Erheber:
Punkt-Nr.:

Lage

1	Innenstadt/Ortskern
2	Nebenzentrum
3	Nebenlage/Streulage (in Wohngebiet)
4	Dezentrale/periphere Lage

Betriebstypen (BT)

BT 1	Lebensmittelfachgeschäft (Bäcker, Metzger,...)
BT 2	Lebensmitteldiscountmarkt (Dicounter)
BT 3	Lebensmittel-SB-Markt (< 400 qm VK)
BT 4	Lebensmittelsupermarkt (400 - 1.500 qm VK)
BT 5	Verbrauchermarkt (1.500 - 3.000 qm VK)
BT 6	SB-Warenhaus (ab ca. 3.000 qm VK)
BT 7	Fachgeschäft
BT 8	Fachmarkt
BT 9	Warenhaus/Kaufhaus/Textilkaufhaus
BT 10	Sonstiges
BT 11	Komplementärnutzung (nur bei Aktualisierung)
BT 12	Leerstand (nur bei Aktualisierung)

Anmerkungen:





6.3 Fragebogen zur Einzelhandelsbefragung in der Stadt Brandenburg an der Havel

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Brandenburg an der Havel EINZELHANDELSBEFRAGUNG



Stadt- und Regionalplanung
Dr. Jansen GmbH

Name des Betriebs:	_____
Adresse:	_____
Branche:	_____
Lage:	<input type="checkbox"/> Innenstadt (1) <input type="checkbox"/> sonstiger zentraler Versorgungsbereich (2) <input type="checkbox"/> Streulage in Wohngebiet (3) <input type="checkbox"/> Pkw-orientierte Lage bzw. Gewerbegebietslage (4)

Für Filialisten: Bitte pro Betriebsstätte jeweils einen Fragebogen ausfüllen!

1. Seit wann besteht Ihr Betrieb am derzeitigen Standort?

Seit (bitte Jahreszahl eintragen!)

2. Handelt es sich um ein Hauptgeschäft oder um einen Filialbetrieb?

Hauptgeschäft (1)

Filiale (2)

☛ Wenn Filiale, wo ist Ihr Hauptsitz? in

3. Über welche Verkaufsfläche verfügt Ihr Betrieb?

..... qm für Verkauf (überdacht inkl. Schaufenster, Ladeneingang, Kassenzone)

..... qm (ggf. überdachte) Freifläche

4. Wie hoch war Ihr Einzelhandelsumsatz im Jahr 2010?

..... Einzelhandelsumsatz in EUR (ohne gewerbliche Umsätze, inkl. MwSt.)

5. Wie viel % Ihres Umsatzes erzielen Sie mit Kunden aus...?

.....% der näheren Umgebung

.....% der restlichen Stadt Brandenburg

.....% anderen Städten und Gemeinden

100% Gesamtumsatz im Jahr 2010

Aus welchen Umlandorten kommen Ihre Kunden?

.....

6. Ist Ihr Umsatz im Vergleich zu 2009

gleich geblieben (1)

gestiegen (2)

gesunken (3)



**Einzelhandels- und Zentrenkonzept Brandenburg an der Havel
EINZELHANDELSBEFRAGUNG**



Stadt- und Regionalplanung
Dr. Jansen GmbH

9. Kommen wir nun zu den anderen regional bedeutsamen Einkaufslagen. Wie hat sich dort die Situation entwickelt und was ist aus Ihrer Sicht zu tun?

EKZ Wust (Brandenburger EKZ)	<u>positiv:</u>
	<u>negativ:</u>
	<u>Handlungsbedarf:</u>
Beetzsee-Center	<u>positiv:</u>
	<u>negativ:</u>
	<u>Handlungsbedarf:</u>
Upstallstraße	<u>positiv:</u>
	<u>negativ:</u>
	<u>Handlungsbedarf:</u>

10. Gibt es weitere Einkaufslagen im Stadtgebiet, die sich aus Ihrer Sicht in den letzten 3 - 4 Jahren besonders positiv oder negativ entwickelt haben oder Handlungsbedarf aufweisen?

..... (Lage)	<u>positiv:</u>
	<u>negativ:</u>
	<u>Handlungsbedarf:</u>
..... (Lage)	<u>positiv:</u>
	<u>negativ:</u>
	<u>Handlungsbedarf:</u>
..... (Lage)	<u>positiv:</u>
	<u>negativ:</u>
	<u>Handlungsbedarf:</u>
..... (Lage)	<u>positiv:</u>
	<u>negativ:</u>
	<u>Handlungsbedarf:</u>



**Einzelhandels- und Zentrenkonzept Brandenburg an der Havel
EINZELHANDELSBEFRAGUNG**



Stadt- und Regionalplanung
Dr. Jansen GmbH

11. In welchen Nachbarstädten hat sich die Einzelhandelssituation in den letzten Jahren deutlich verbessert oder verschlechtert? Was waren die Gründe?

..... (Nachbarstadt)	<u>Verbesserung:</u>
	<u>Verschlechterung:</u>
	<u>Gründe:</u>
..... (Nachbarstadt)	<u>Verbesserung:</u>
	<u>Verschlechterung:</u>
	<u>Gründe:</u>
..... (Nachbarstadt)	<u>Verbesserung:</u>
	<u>Verschlechterung:</u>
	<u>Gründe:</u>
..... (Nachbarstadt)	<u>Verbesserung:</u>
	<u>Verschlechterung:</u>
	<u>Gründe:</u>

12. Gibt es aus Ihrer Sicht weitere Themen, die Ihnen im Zusammenhang mit der Einzelhandelsentwicklung in Brandenburg an der Havel wichtig erscheinen und die wir bisher nicht angesprochen haben?

.....
.....
.....

Vielen Dank für Ihre Mitwirkung!

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. Bekleidungsfachmarkt, 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.³³

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 Verkaufsfläche von 1.000 qm, wobei hinsichtlich der Verkaufsflächenobergrenze in der Handelsfachliteratur divergierende Auffassungen erkennbar sind.³⁴

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.³⁵ Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert, entweder in Alleinlage oder innerhalb von Einzelhandelszentren.

³³ Laut Definition des EHI, Handel aktuell 2008/09, liegt die Verkaufsfläche eines SB-Warenhauses bei mindestens 5.000 qm.

³⁴ Laut Definition des EHI, Handel aktuell 2008/09, liegt die Verkaufsflächenobergrenze eines Supermarktes bei mindestens 1.500 qm.

³⁵ Laut Definition des EHI, Handel aktuell 2008/09, liegt die Verkaufsfläche eines Verbrauchermarktes bei mindestens 1.500 qm.

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 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.