



Stadt Hagenow



Beschlussauszug

aus der

8. Sitzung des Ausschusses für Wirtschaftsförderung, Handwerk, Gewerbe und Tourismus
vom 27.08.2020

**Top 5.1 Vorstellung und Diskussion über die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes,
Herr Hädicke, CIMA Lübeck**

Einzelhandelskonzept für die Stadt Hagenow – Fortschreibung 2020



Stadt+Regionalentwicklung

Handel

Marketing

Digitale Stadt

Management

Wirtschaftsförderung

Immobilien

**8. Sitzung des Ausschusses für Wirtschaftsförderung, Handwerk, Gewerbe und
Tourismus der Stadt Hagenow**

27. August 2020

Dipl.-Geograph Mark Hädicke (Projektleiter)

Ein Einzelhandelskonzept...

- eröffnet den **Blick auf den Einzelhandel aus kommunaler Perspektive**, nicht aus der Perspektive einzelner Betriebe oder Investoren
- stellt eine fundierte Entscheidungsgrundlage für die politische und fachliche Diskussion dar
- liefert der Bauleitplanung eine rechtssichere Begründung und damit Steuerungs- und Lenkungsmöglichkeiten
- soll nicht den Wettbewerb verhindern, sondern diesen auf gewollte Standorte konzentrieren
- dient der **Attraktivitätssteigerung des Einzelhandelsstandortes** Hagenow
- basiert auf städtebau- und raumordnungsrechtlichen Vorgaben (BauGB, LEP M-V)
- **Ohne aktuelles Einzelhandelskonzept keine wirkungsvolle Steuerung des Einzelhandels im Stadtgebiet!**

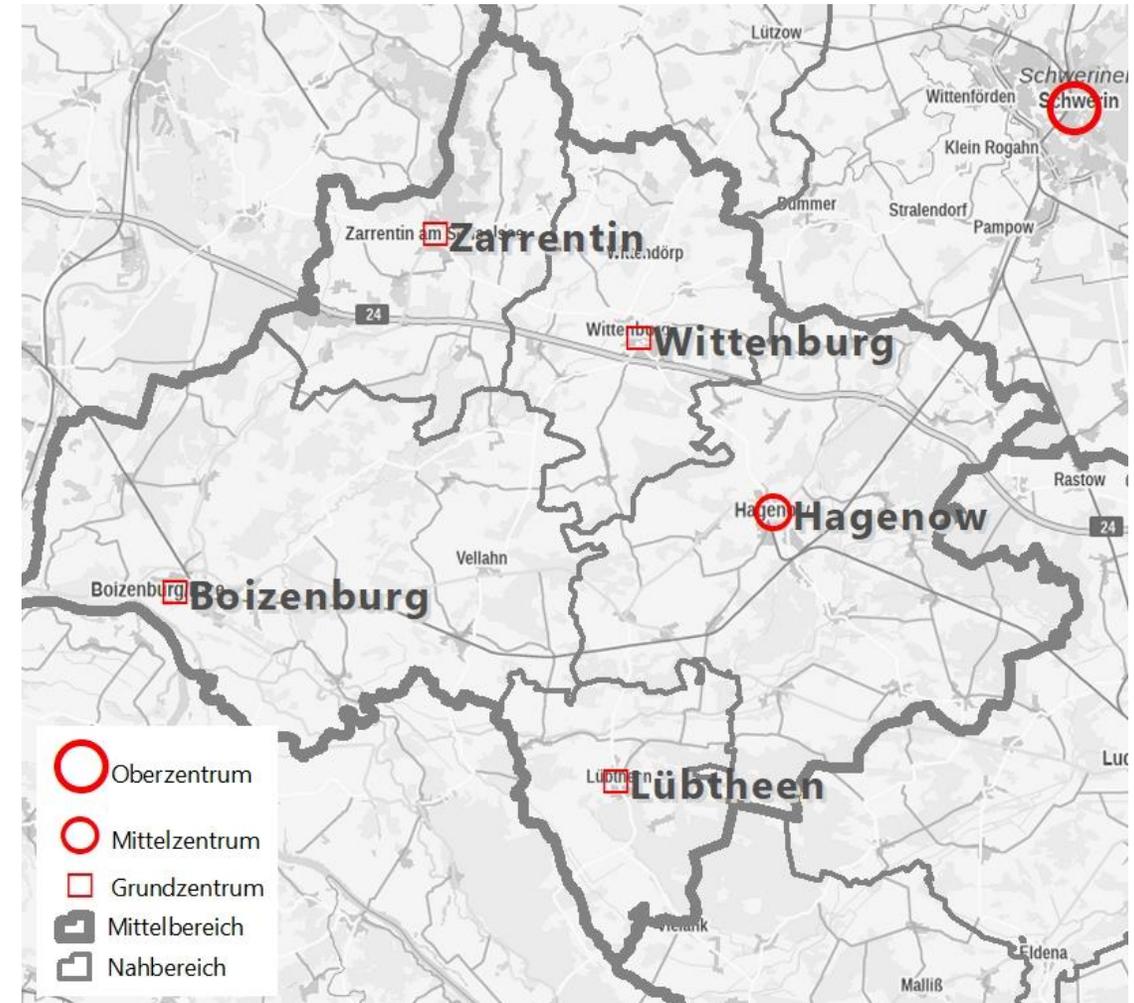
Rahmenbedingungen des Einzelhandelsstandortes Hagenow

Rahmenbedingungen

Zentralörtliche Funktion

Stadt Hagenow

- Mittelzentrum mit 12.107 Ew.
- Nahbereich mit 8.527 Ew.
- Grundzentraler Versorgungsauftrag für 20.634 Ew.
(„Einrichtungen der Grundversorgung“)
- Zusätzlich Mittelbereich mit 41.906 Ew.
- Mittelzentraler Versorgungsauftrag für 62.540 Ew.
(„Einrichtungen des gehobenen Bedarfs“)



Bevölkerungsentwicklung

- Positive Bevölkerungsentwicklung im Vergleichszeitraum (2011-2019): +6,0 %
- Deutlich positivere Entwicklung als im Landkreis- und Landesdurchschnitt
- Wahrscheinliche Gründe: verkehrsgünstige Lage zu den Oberzentren Hamburg und Schwerin, dadurch attraktiver Wohnstandort für Berufspendler und attraktiver Wirtschaftsstandort

Indikatoren		Stadt Hagenow	Landkreis Ludwigslust- Parchim	Land Mecklenburg- Vorpommern
Bevölkerungs- entwicklung	30.06.2011	11.419	214.434	1.609.696
	30.06.2013	11.342	212.161	1.596.899
	30.06.2015	11.639	213.262	1.600.599
	30.06.2017	11.790	212.089	1.610.788
	30.06.2019	12.107	212.136	1.609.062
	+/- in % 2011 - 2019	6,0	-1,1	0,0

Quelle: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern 2020

Beschäftigten- und Pendlerzahlen

- Deutlich positive Entwicklung der Beschäftigtenzahl um +18,0 %
- Die gute Entwicklung in Hagenow übersteigt deutlich die ebenfalls positive Entwicklung im Landkreis und im Land
- Deutlich positiver Pendlersaldo (Einpendler-Überschuss) von 1.040 Personen
- Hohe Beschäftigten- und Einpendler-Zahlen (bei steigender Tendenz) deuten auf die hohe Bedeutung Hagenows als Wirtschafts- und Arbeitsplatzstandort hin

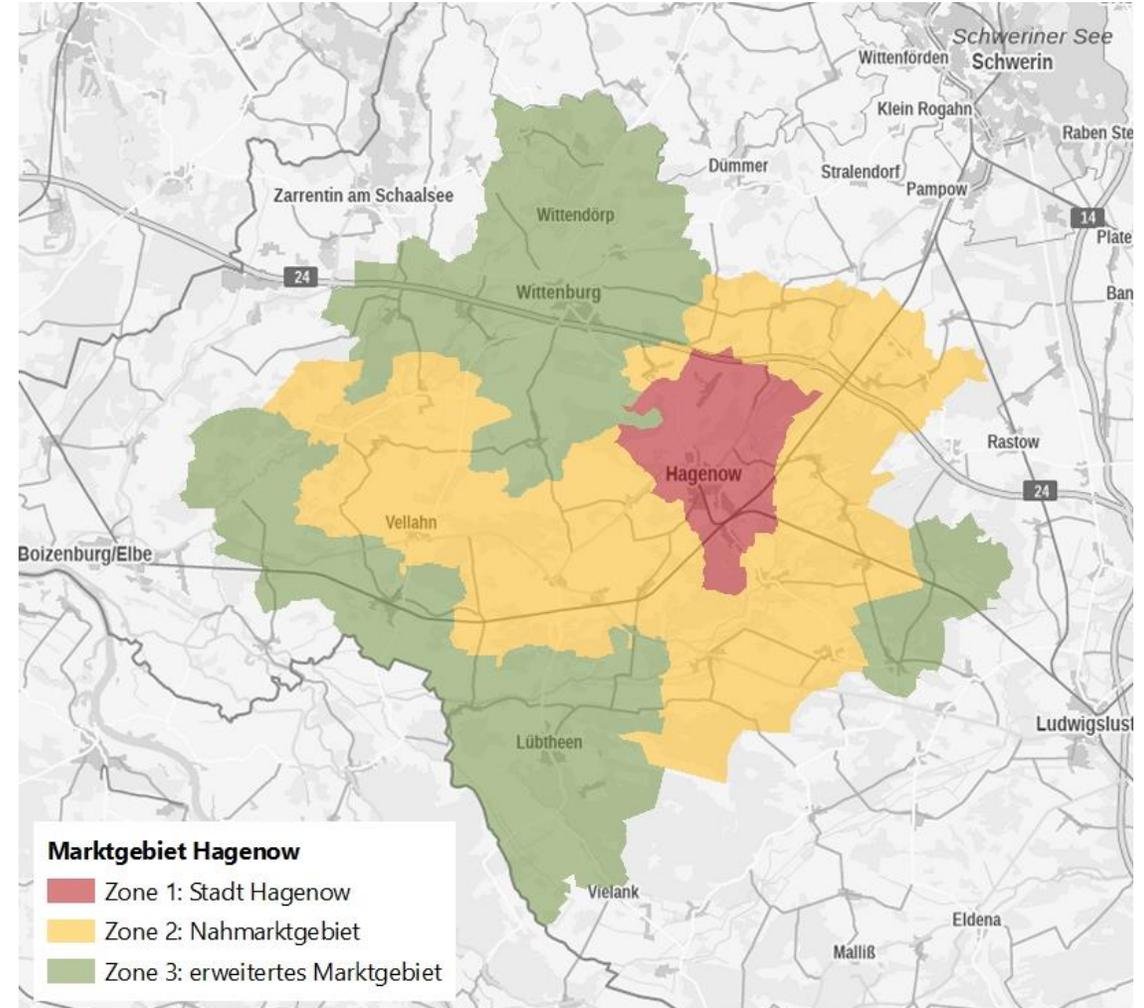
Indikatoren		Stadt Hagenow	Landkreis Ludwigslust-Parchim	Land Mecklenburg-Vorpommern
Sozialversicherungs- pflichtig	30.06.2011	5.090	61.115	529.185
	30.06.2013	5.149	61.262	533.174
Beschäftigte (am Arbeitsort)	30.06.2015	5.737	64.140	553.783
	30.06.2017	5.966	64.964	567.650
	30.06.2019	6.006	65.857	578.848
+/- in % 2011 - 2019		18,0	7,8	9,4
Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2020				
Einpendler	30.06.2011	3.367	./.	23.733
Auspendler	30.06.2011	2.731	./.	75.312
Saldo		636	./.	-51.579
Einpendler	30.06.2013	3.357	11.863	24.308
Auspendler	30.06.2013	2.696	37.492	72.721
Saldo		661	-25.629	-48.413
Einpendler	30.06.2015	3.779	12.636	26.431
Auspendler	30.06.2015	2.753	35.354	72.685
Saldo		1.026	-22.718	-46.254
Einpendler	30.06.2017	4.022	13.013	31.383
Auspendler	30.06.2017	2.858	35.975	74.871
Saldo		1.164	-22.962	-43.488
Einpendler	30.06.2019	4.046	13.268	33.122
Auspendler	30.06.2019	3.006	35.736	75.969
Saldo		1.040	-22.468	-42.847
Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2020				

Analyse der Angebots- und Nachfrageseite

Analyse des Einzelhandelsstandortes Hagenow

Marktgebiet des Hagenower Einzelhandels

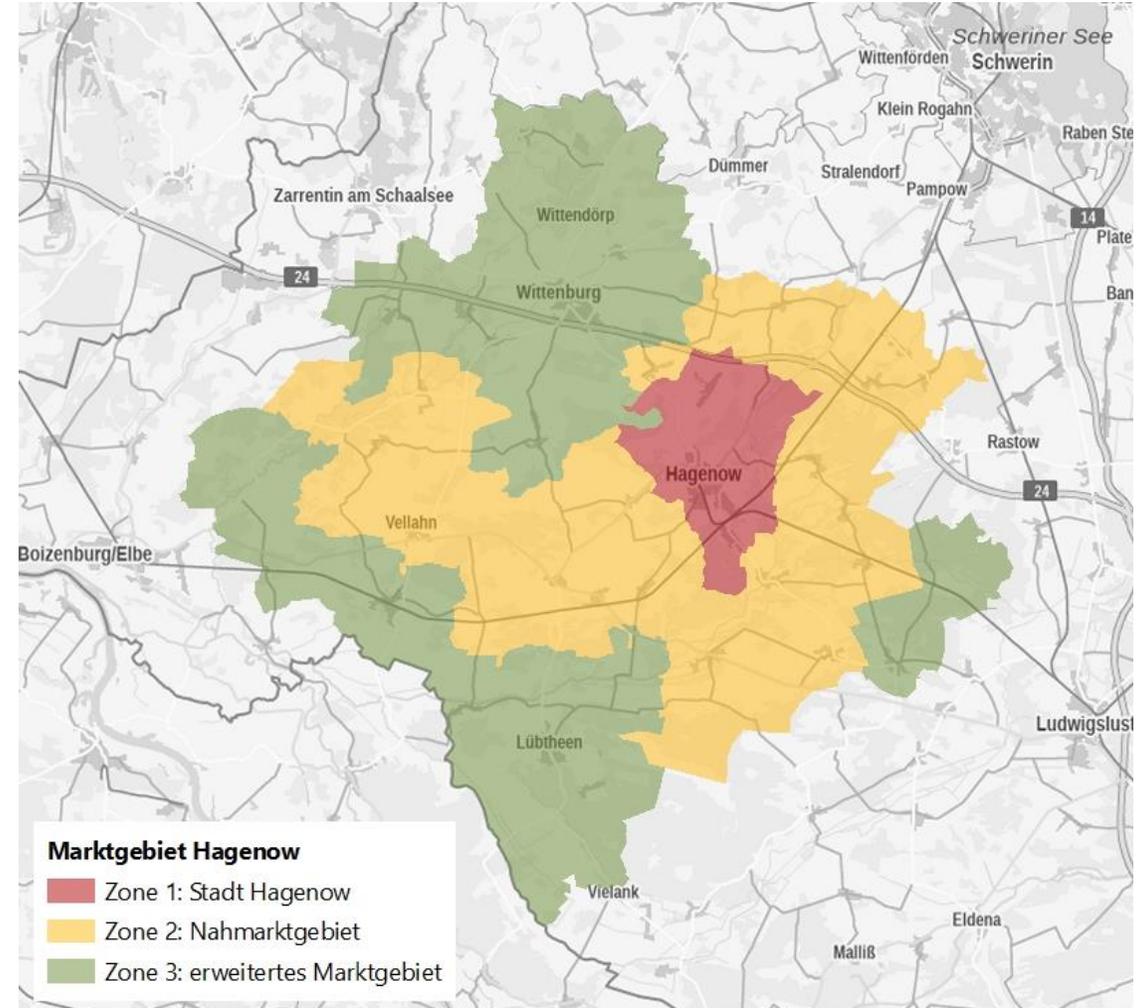
- **Zone 1: Stadt Hagenow (12.107 Ew.)**
- **Zone 2: Nahmarktgebiet (10.618 Ew.)**
 - Alt Zachun, Bandenitz, Belsch, Bobzin, Bresegard bei Picher, Gammelmin, Groß Krams, Hoort, Hülseburg, Kirch Jesar, Kuhstorf, Moraas, Pätow-Steegen, Pritzier, Redefin, Strohkirchen, Toddin, Warlitz und Vellahn
 - enge Kaufkraftorientierung nach Hagenow sowohl im periodischen als auch im aperiodischen Bedarf
- **Zone 3: erweitertes Marktgebiet (17.386 Ew.)**
 - Bengerstorf, Brahlstorf, Dersenow, Kogel, Lübtheen Picher, Tessin b. Boizenburg, Wittenburg, Wittendörp
 - geringere Kaufkraftorientierung nach Hagenow, regelmäßige Einkäufe in Hagenow vor allem im aperiodischen Bedarf; im periodischen Bedarf stärkere Orientierung auf eigene oder andere, näher gelegene Versorgungsstandorte



Analyse des Einzelhandelsstandortes Hagenow

Marktgebiet des Hagenower Einzelhandels

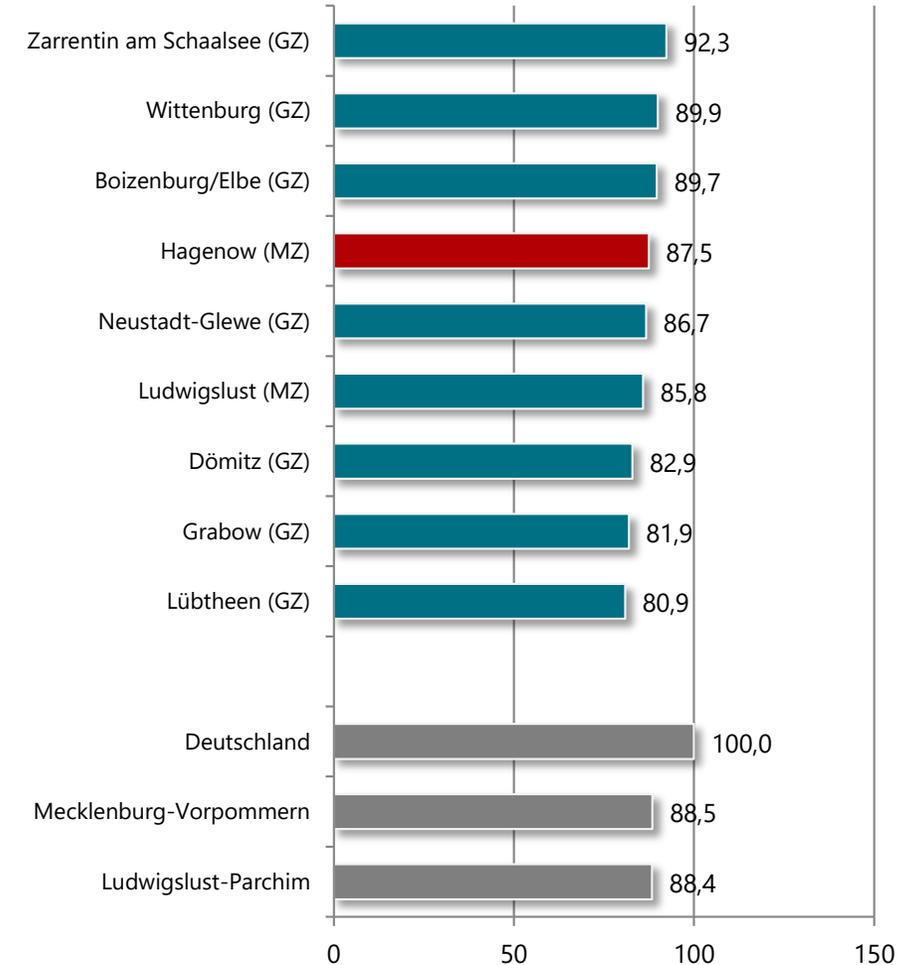
- Das tatsächliche Marktgebiet des Hagenower Einzelhandels (rd. 40.000 Ew.) ist kleiner als der mittelzentrale Verflechtungsbereich (rd. 62.500 Ew.)
- Im regionalen Wettbewerb können sich die Hagenower Einzelhandelsstrukturen nur schwer gegen umfangreichere Angebote in größeren Städten durchsetzen
- „Nähe schlägt Größe“: Verbraucher wählen bevorzugt den Einkaufsort mit der besten Erreichbarkeit. Bei vergleichbarer Distanz / Erreichbarkeit entscheiden sich die Konsumenten in der Regel für den Ort mit dem umfangreicheren Einzelhandelsangebot
- Bedeutende Wettbewerbsorte sind regional das Mittelzentrum Ludwigslust und das Oberzentrum Schwerin sowie überregional die Oberzentren Hamburg und Lüneburg



Analyse des Einzelhandelsstandortes Hagenow

Nachfrageseite

- **Bevölkerungszahl:**
 - 12.107 Ew. in Zone 1 (Stadt Hagenow)
 - 10.618 Ew. in Zone 2 (Nahmarktgebiet)
 - 17.386 Ew. in Zone 3 (erweitertes Marktgebiet)
- **Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern:**
 - Stadt Hagenow: 87,5
 - Nahmarktgebiet: 90,4
 - erweitertes Marktgebiet: 86,6
- **Pro-Kopf-Ausgabesatz im Einzelhandel (brutto, p.a.):**
 - Stadt Hagenow: rd. 4.867 €/Ew.
 - (D: 5.565 €/Ew.; M-V: rd. 4.922 €/Ew.)
- **Nachfragepotenzial gesamt:**
 - Stadt Hagenow: 58,9 Mio. €
 - Nahmarktgebiet: 53,4 Mio. €
 - erweitertes Marktgebiet: 88,3 Mio. €



Analyse des Einzelhandelsstandortes Hagenow

Nachfrageseite

▪ Nachfragepotenzial im Marktgebiet des Hagenower Einzelhandels:

- 206,0 Mio. €, davon
- 102,3 Mio. € im periodischen Bedarf und
- 103,7 Mio. € im aperiodischen Bedarf

cima Warengruppe	Zone 1: Stadt Hagenow	Zone 2: Nahmarktgebiet	Zone 3: erweitertes Marktgebiet	Potenzial- reserve	Marktgebiet Hagenow gesamt
Periodischer Bedarf insgesamt	29,3	26,5	41,6	4,9	102,3
Nahrungs- und Genussmittel	23,7	21,5	33,7	3,9	82,9
Gesundheit und Körperpflege	4,6	4,2	6,6	0,8	16,2
Zeitschriften, Schnittblumen	0,9	0,8	1,3	0,1	3,1
Aperiodischer Bedarf insgesamt	29,7	26,9	42,2	4,9	103,7
Bekleidung, Wäsche	5,6	5,1	8,0	0,9	19,6
Schuhe, Lederwaren	1,8	1,6	2,5	0,3	6,1
Sanitätsartikel, Optik, Akustik	1,8	1,6	2,5	0,3	6,1
Uhren, Schmuck	0,8	0,7	1,1	0,1	2,8
Bücher, Schreibwaren	1,1	1,0	1,5	0,2	3,8
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	5,1	4,6	7,2	0,8	17,7
Sportartikel, Fahrräder	2,0	1,9	2,9	0,3	7,1
Spielwaren, Hobbybedarf	0,8	0,7	1,1	0,1	2,6
Zooartikel	0,6	0,5	0,8	0,1	2,0
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	0,9	0,8	1,3	0,2	3,2
Einrichtungsbedarf	4,3	3,9	6,1	0,7	15,0
Baumarktartikel, Gartenbedarf	5,1	4,6	7,2	0,8	17,7
Einzelhandel insgesamt	58,9	53,4	83,8	9,8	206,0

Quellen: Michael Bauer Research GmbH 2020, Quelle: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern 2020 (Bevölkerungsstand 30.06.2019)
 Bearbeitung: cima 2020
 Rundungsdifferenzen möglich

Analyse des Einzelhandelsstandortes Hagenow

Angebotsseite

- Im Stadtgebiet von Hagenow wurden aktuell (Stand Mai 2020) **100 Einzelhandelsbetriebe** erfasst
- Mit einer Gesamtverkaufsfläche von **31.120 m²**
- Mit einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von rd. **2.358 €/m² Vkfl.**
- Und mit einem Umsatz von rd. **73,4 Mio. €**

cima Warengruppe	Anzahl der Betriebe (Haupt-sortiment)	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf insgesamt	48	10.165	42,9
Nahrungs- und Genussmittel	38	8.820	36,6
Gesundheit und Körperpflege	7	1.060	5,3
Zeitschriften, Schnittblumen	3	285	1,0
Aperiodischer Bedarf insgesamt	52	20.955	30,5
Bekleidung, Wäsche	9	2.030	4,3
Schuhe, Lederwaren	3	575	1,6
Sanitätsartikel, Optik, Akustik	6	320	2,6
Uhren, Schmuck	2	55	0,4
Bücher, Schreibwaren	2	245	0,9
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	4	1.325	4,3
Sportartikel, Fahrräder	1	230	0,6
Spielwaren, Hobbybedarf	1	185	0,5
Zooartikel	3	1.435	1,1
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	3	1.310	1,3
Einrichtungsbedarf	6	1.875	2,0
Baummarktartikel, Gartenbedarf	12	11.370	11,1
Einzelhandel insgesamt	100	31.120	73,4

Analyse des Einzelhandelsstandortes Hagenow

Einzelhandelszentralität

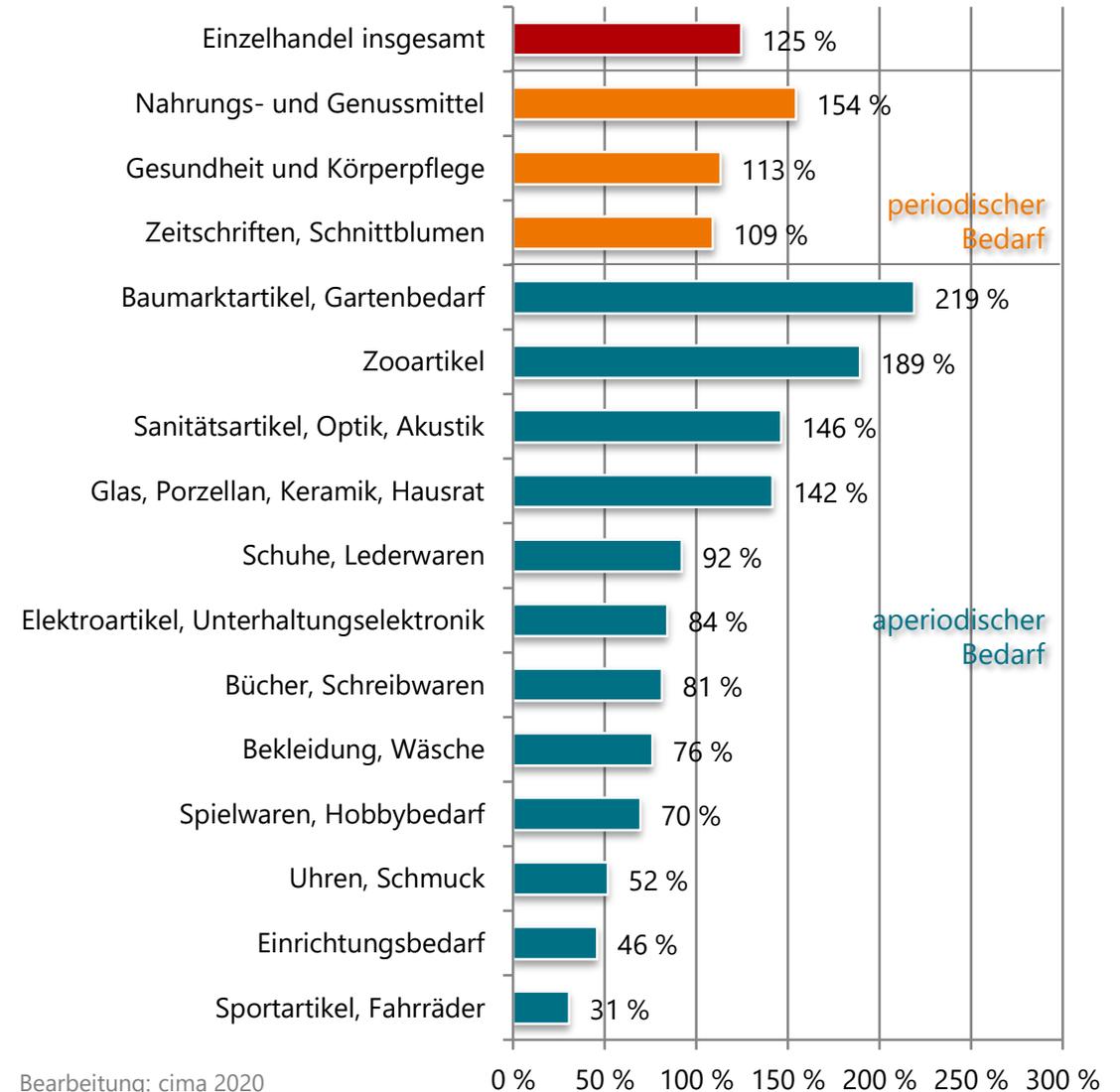
- **Umsatz** im Hagenower Einzelhandel:
rd. 73,4 Mio. €
 - **Nachfrage** der Hagenower Bevölkerung:
rd. 58,9 Mio. €
- **Einzelhandelszentralität** Stadt Hagenow:
125

cima Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Nachfrage- volumen in Mio. €	Handels- zentralität in % 2020
Periodischer Bedarf insgesamt	42,9	29,3	146
Nahrungs- und Genussmittel	36,6	23,7	154
Gesundheit und Körperpflege	5,3	4,6	113
Zeitschriften, Schnittblumen	1,0	0,9	109
Aperiodischer Bedarf insgesamt	30,5	29,7	103
Bekleidung, Wäsche	4,3	5,6	76
Schuhe, Lederwaren	1,6	1,8	92
Sanitätsartikel, Optik, Akustik	2,6	1,8	146
Uhren, Schmuck	0,4	0,8	52
Bücher, Schreibwaren	0,9	1,1	81
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	4,3	5,1	84
Sportartikel, Fahrräder	0,6	2,0	31
Spielwaren, Hobbybedarf	0,5	0,8	70
Zooartikel	1,1	0,6	189
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	1,3	0,9	142
Einrichtungsbedarf	2,0	4,3	46
Baumarktartikel, Gartenbedarf	11,1	5,1	219
Einzelhandel insgesamt	73,4	58,9	125

Analyse des Einzelhandelsstandortes Hagenow

Einzelhandelszentralität

- Hohe saldierte Kaufkraftzuflüsse im periodischen Bedarf und in einzelnen Warengruppen des aperiodischen Bedarfs
- Saldierte Kaufkraftabflüsse in vielen Warengruppen des aperiodischen Bedarfs, u.a. im „Innenstadt-Leitsortiment“ Bekleidung/Wäsche (erheblicher Zentralitätsverlust durch Schließung des Kaufhauses Nessler)
- Aufgrund der regionalen/überregionalen Wettbewerbssituation werden wesentliche Zentralitätssteigerungen in Hagenow nur schwer zu erreichen sein



Zentren- und Standortstruktur

Definition „zentraler Versorgungsbereich“:

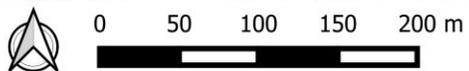
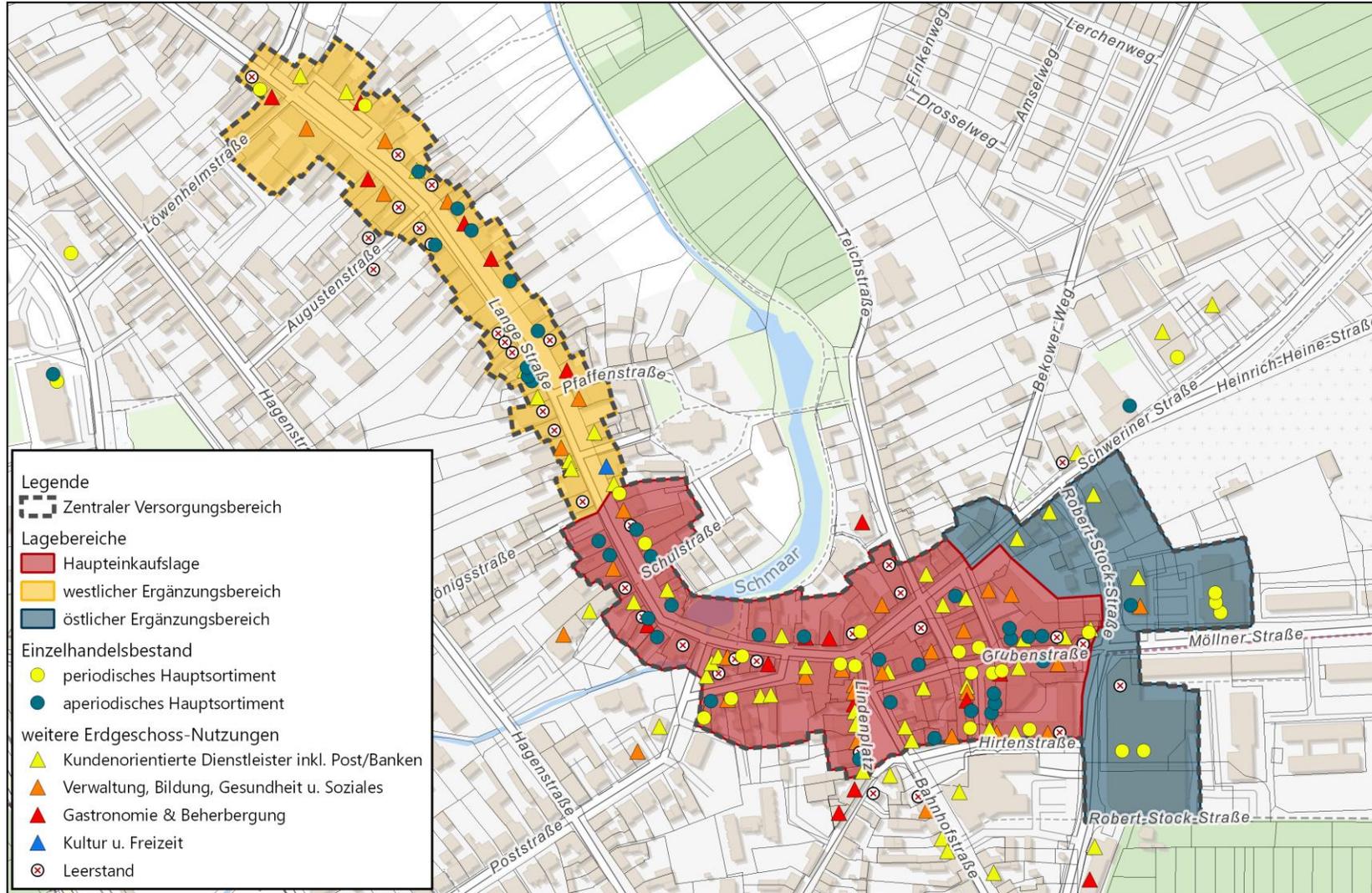
- „Zentrale Versorgungsbereiche sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.“
- „Auch eine räumlich konzentrierte Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben, die darauf angelegt ist, einen fußläufigen Einzugsbereich zu versorgen, kann einen zentralen Versorgungsbereich bilden. Entscheidend ist, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat.“
- Der Begriff ist nicht geografisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Zentralität kann durchaus kleinteilig sein.“

(vgl. BVerwG Urteil 4 C 2.08 vom 17.12.2009 und andere)

→ Maßgeblich sind das **Vorhandensein eines Lebensmittelmarktes**, eine **fußläufige Versorgungsfunktion** sowie eine **Funktionsmischung** (mehrere Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe)

Zentren- und Standortstruktur in Hagenow

Zentraler Versorgungsbereich „Hauptzentrum Innenstadt“



Kartengrundlage: Amtliches Liegenschaftskataster via Landesamt für innere Verwaltung
Copyright: 2020; Bearbeitung: cima



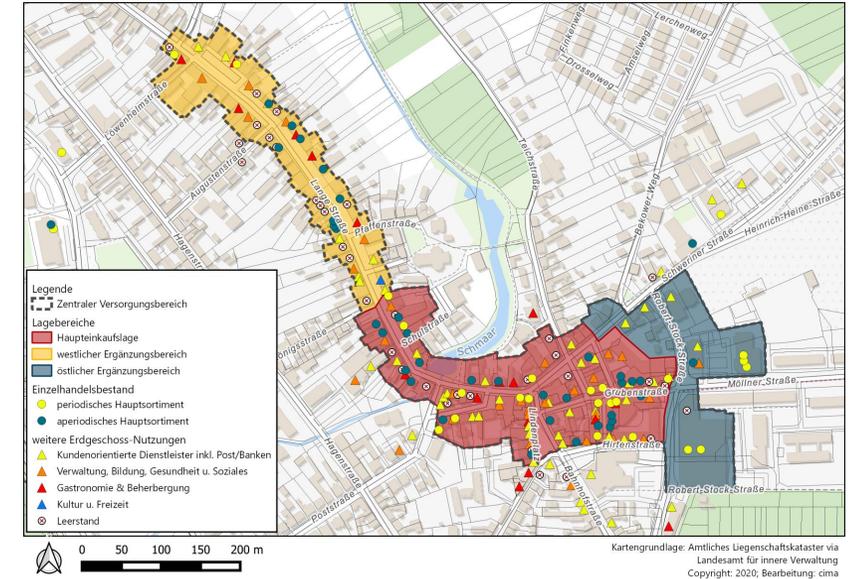
Zentren- und Standortstruktur in Hagenow

Zentraler Versorgungsbereich „Hauptzentrum Innenstadt“

- Wichtigster Einzelhandelsstandort Hagenows
- Versorgungsfunktionen für das gesamte Marktgebiet bzw. für den gesamten mittelzentralen Verflechtungsbereich

Städtebaulich-funktionale Gliederung:

- Zentrale **Haupteinkaufslage** mit der höchsten städtebaulichen Dichte und dem dichtesten Besatz mit Einzelhandelsgeschäften, Gastronomie, Dienstleistungen und sonstigen zentrenprägenden Funktionen
- **Westlicher Ergänzungsbereich** mit geringerer Einzelhandelsfunktion; es dominieren Dienstleistungen, soziale Einrichtungen und Gesundheitsangebote, ergänzt um einzelne Geschäfte und gastronomische Angebote; außerdem Wohnen in zahlreichen Erdgeschosslagen
- **Östlicher Ergänzungsbereich** mit funktionale Bauweise und großflächigen Einzelhandelsbetrieben: ergänzt die Innenstadt funktional, da hier größere Märkte untergebracht sind, die nicht in der kleinteilig strukturierten, verkehrsberuhigten Haupteinkaufslage untergebracht werden könnten



	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf (gesamt)	23	3.300	15,8
davon Nahrungs- und Genussmittel	15	2.520	11,7
aperiodischer Bedarf (gesamt)	34	3.505	10,9
davon zentrenrelevant	27	2.760	9,2
gesamt	57	6.805	26,7

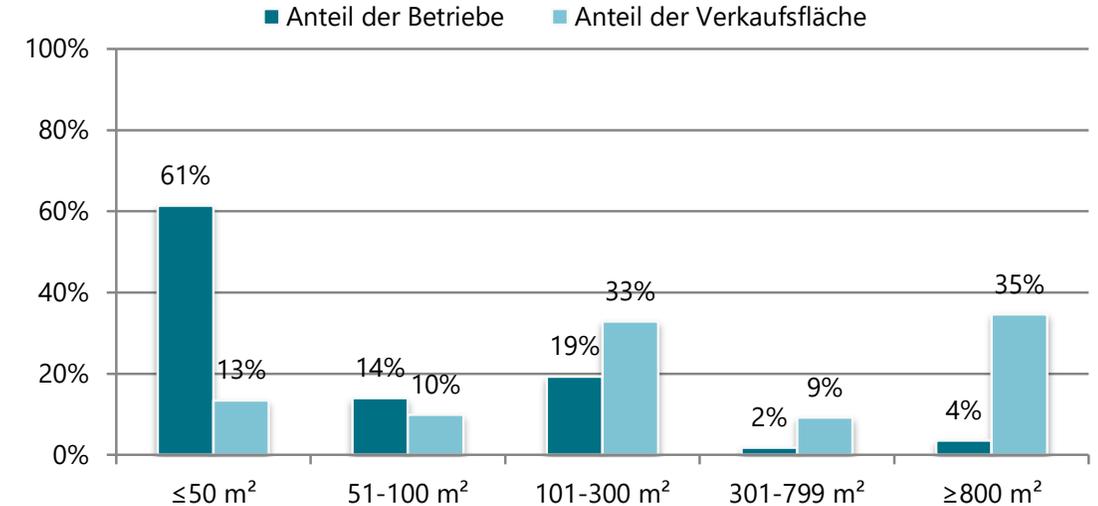
Bearbeitung: cima 2020

Zentren- und Standortstruktur in Hagenow

Zentraler Versorgungsbereich „Hauptzentrum Innenstadt“

Betriebsgrößen:

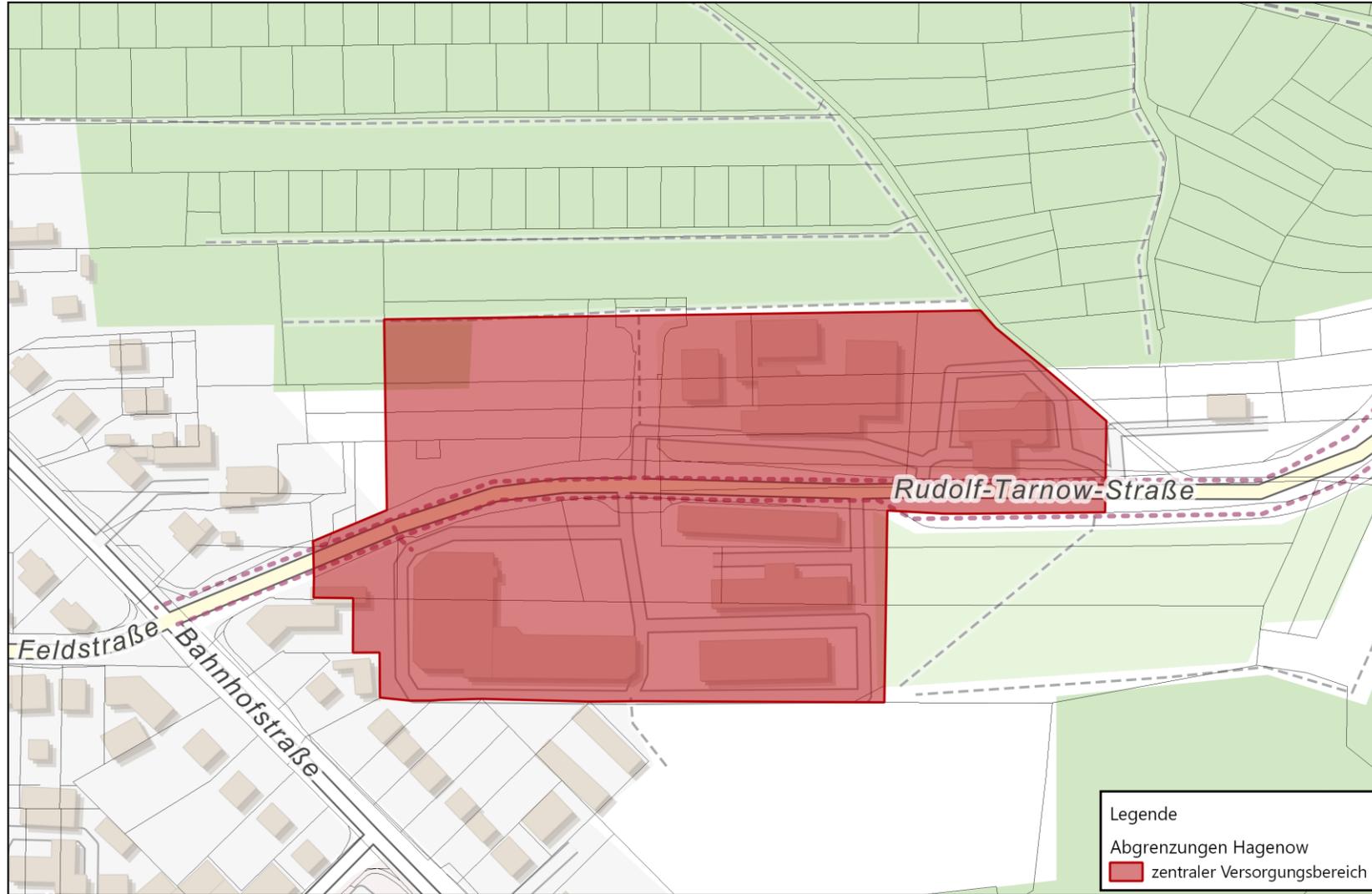
- 75 % aller Ladenlokale in Hagenow sind höchstens 100 m² groß, diese machen aber nur 23 % der innerstädtischen Verkaufsflächen aus
 - Nur zwei Läden (3,5 %) sind größer als 800 m² Vkfl. und nur ein Betrieb (1,8 %) ist zwischen 301 und 800 m² groß; diese drei Läden machen rd. 44 % der innerstädtischen Verkaufsflächen aus
- Es fehlen großflächige Einzelhandelsbetriebe mit Magnetfunktion:
- kleinteilig strukturierte Innenstadt mit einem hohen Anteil individueller, inhabergeführter Fachgeschäfte ist zwar attraktiv für die Kunden, aber
 - größere Magnetbetriebe mit hoher Strahlkraft sind notwendig, damit die Innenstadt eine gewisse „Sogkraft“ auf die Kunden im Marktgebiet entfalten kann.
- Zukünftig sollten Potenzialflächen identifiziert werden, auf denen – verträglich für den Bestand und das Stadtbild – neue, größere Ladeneinheiten in der Innenstadt realisiert werden können



Bearbeitung: cima 2020

Zentren- und Standortstruktur in Hagenow

Zentraler Versorgungsbereich „Nahversorgungszentrum Rudolf-Tarnow-Straße“



0 50 100 150 200 m

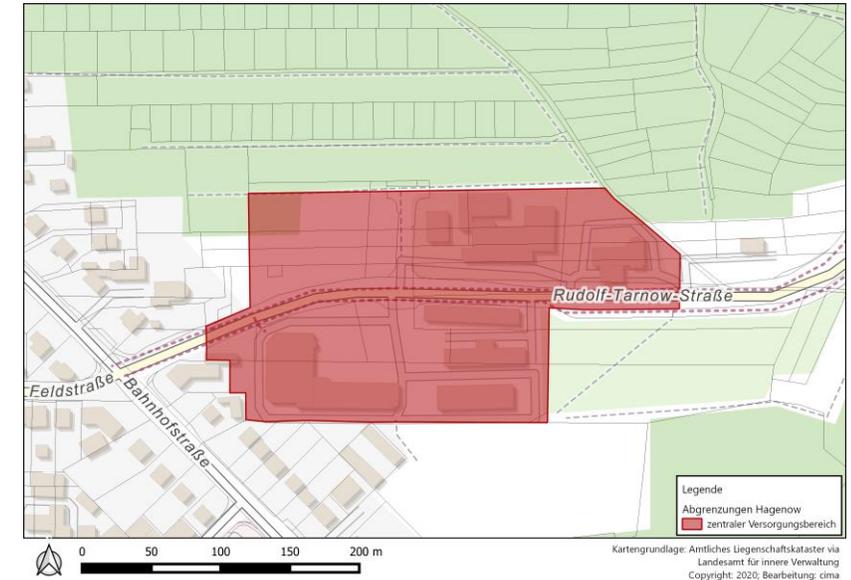
Kartengrundlage: Amtliches Liegenschaftskataster via Landesamt für innere Verwaltung
Copyright: 2020; Bearbeitung: cima



Zentren- und Standortstruktur in Hagenow

Zentraler Versorgungsbereich „Nahversorgungszentrum Rudolf-Tarnow-Straße“

- Wohnortnahe Versorgungsfunktion für die umliegenden Wohngebiete im westlichen Kernstadtgebiet
 - Darüber hinaus regionale Versorgungsfunktion auch für weiter entfernt liegende Wohngebiete und Ortsteile Hagenows sowie für Gemeinden des Nahbereichs, die nicht über eigene Nahversorgungsstrukturen verfügen
 - Angebotsschwerpunkt im periodischen Bedarf (REWE mit Getränkemarkt, ALDI, Backshop, Tankstellenshop)
 - Ein Betrieb im aperiodischen Bedarf (Kik)
 - Ergänzende Angebote: Bestattungsunternehmen, Autohaus, Autowerkstatt, Tankstelle, Kfz-Gutachter, Sportverein
→ funktionaler, auf Pkw-Kunden ausgerichteter Charakter, kaum städtebauliche Qualitäten
 - Planungen: Verlagerung ALDI in modernen Neubau, moderner Neubau REWE, Umzug Kik in bisheriges ALDI-Objekt, Verbesserung der Fuß-/Radweganbindung nach Süden
- Funktions- und Leistungsfähigkeit des Standortes langfristig gesichert

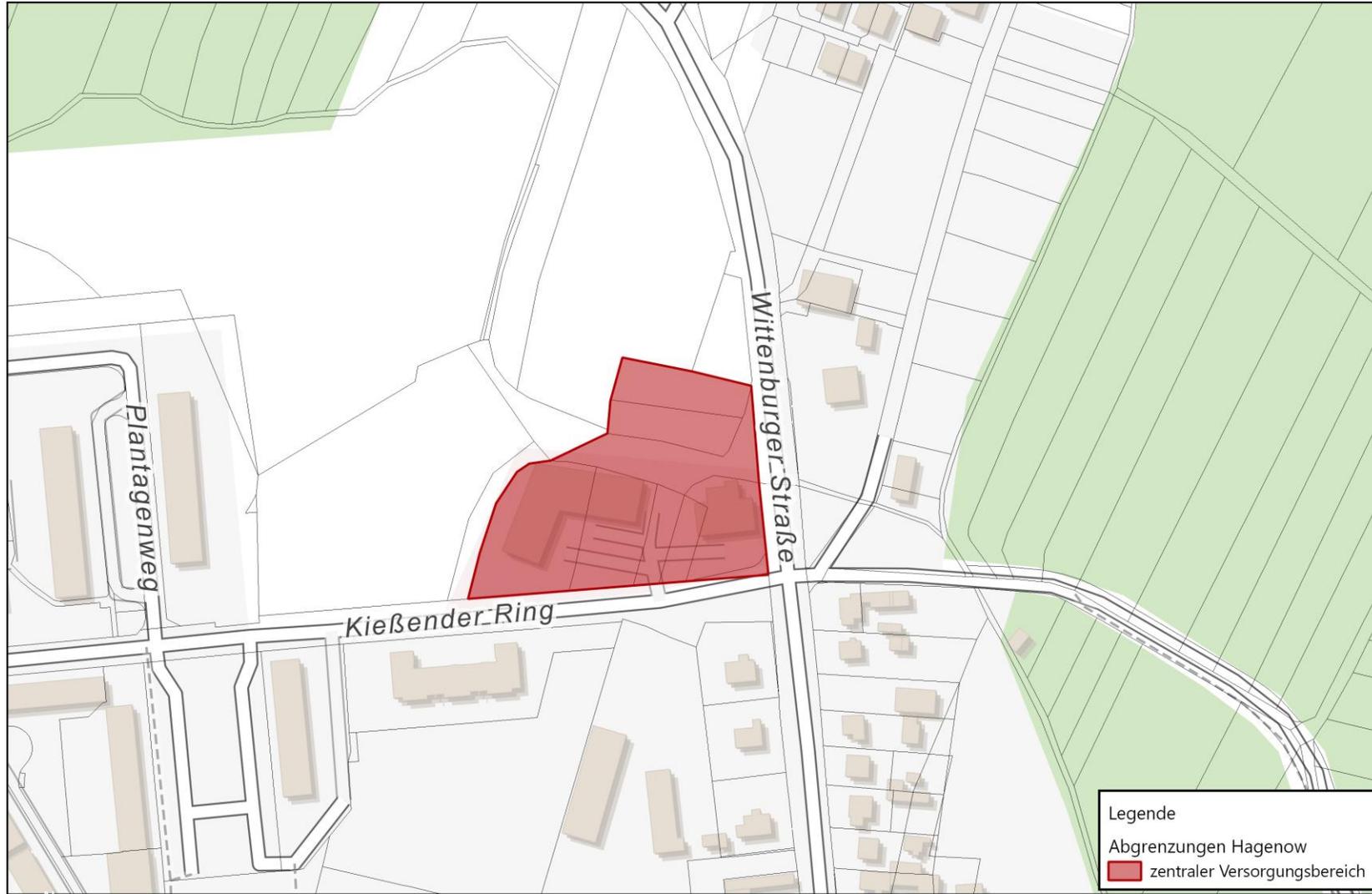


	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf (gesamt)	5	2.180	10,0
davon Nahrungs- und Genussmittel	5	2.030	9,3
aperiodischer Bedarf (gesamt)	1	1.000	1,2
davon zentrenrelevant	1	900	1,0
gesamt	6	3.180	11,2

Bearbeitung: cima 2020

Zentren- und Standortstruktur in Hagenow

Zentraler Versorgungsbereich „Nahversorgungszentrum Kietz“



0 50 100 150 200 m

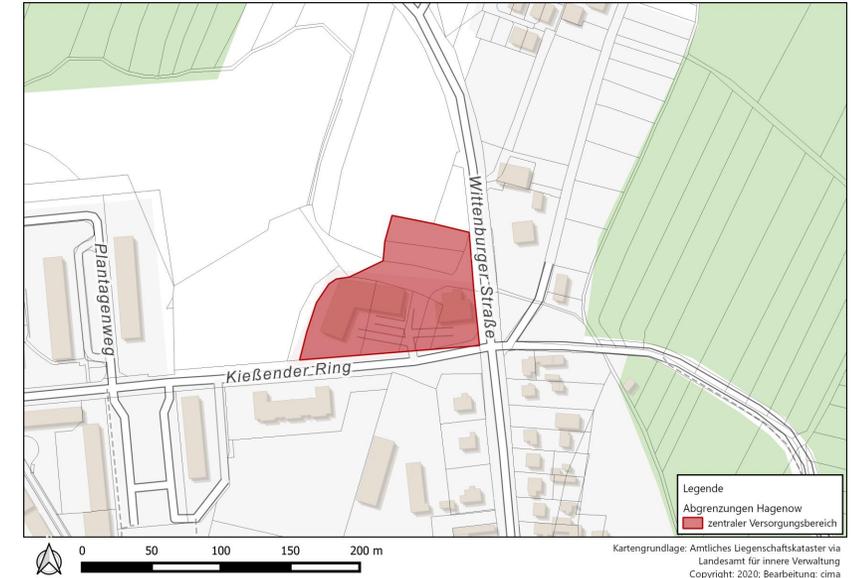
Kartengrundlage: Amtliches Liegenschaftskataster via Landesamt für innere Verwaltung
Copyright: 2020; Bearbeitung: cima



Zentren- und Standortstruktur in Hagenow

Zentraler Versorgungsbereich „Nahversorgungszentrum Kietz“

- wichtige Versorgungsfunktion für das Wohngebiet Kietz und für den gesamten nördlichen Kernstadtbereich (einziger Nahversorger im nördlichen Stadtgebiet)
 - Versorgungsfunktion auch für die nördlichen Ortsteile Hagenows (Granzin, Scharbow, Zapel) und einige Gemeinden des Nahbereichs (Bobzin, Hülseburg)
 - Nur geringer Besatz für ein Nahversorgungszentrum: kleinflächiger Konsum Supermarkt, Konsum Getränkemarkt (mit Lotto-Annahme und Paketshop), Sport- und Shisha-Bar, leerstehendes Ladenlokal
- Planerischer Wille, diesen für die Versorgung im nördlichen Stadtgebiet wichtigen Standort zu erhalten und zu stärken
- Mittelfristiger Erweiterungsbedarf ließe sich auf angrenzenden Freiflächen realisieren (bei Neubaumaßnahmen: Mehrgeschossigkeit mit sinnvollen Nutzungen in den Obergeschossen prüfen!)

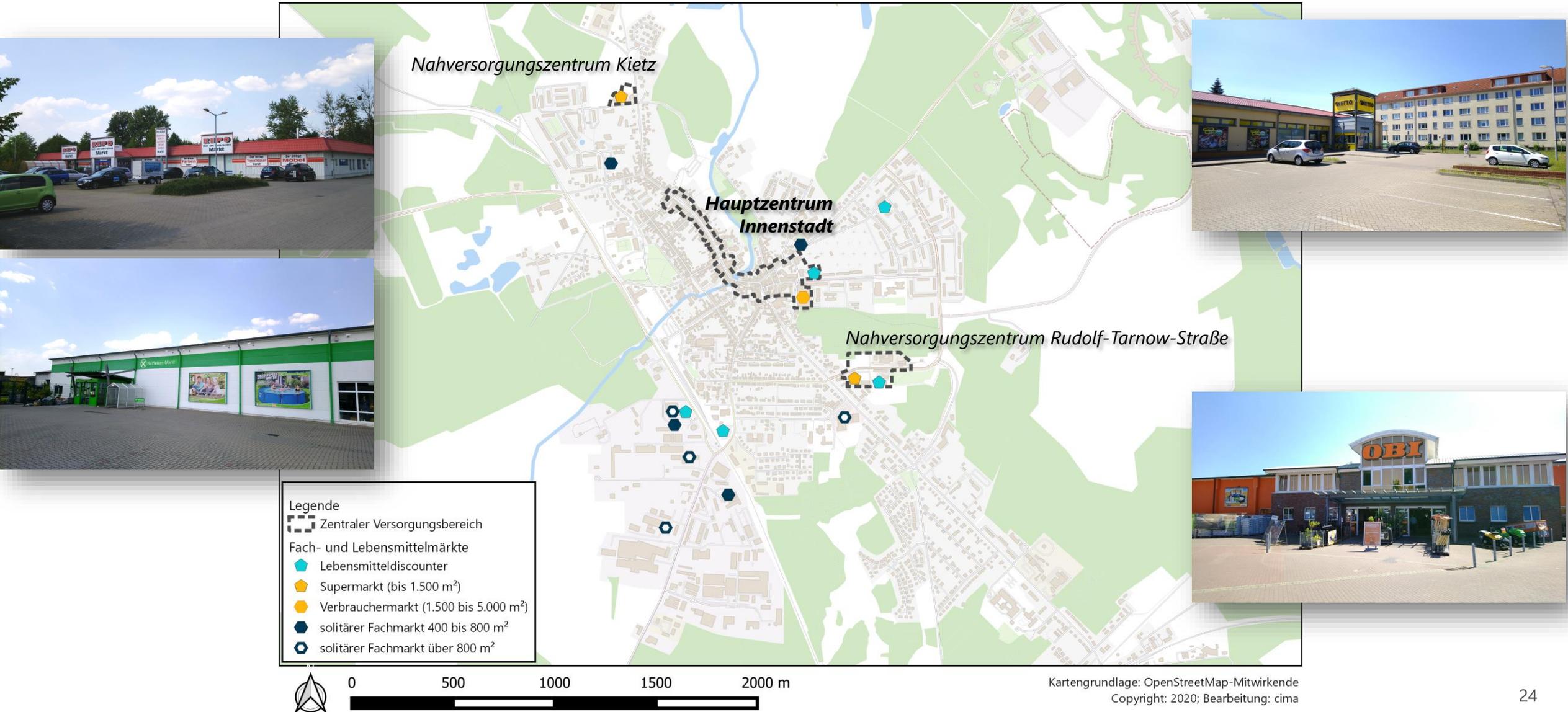


	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf (gesamt)	2	960	2,8
davon Nahrungs- und Genussmittel	2	930	2,7
aperiodischer Bedarf (gesamt)	0	10	0,0
davon zentrenrelevant	0	5	0,0
gesamt	2	970	2,8

Bearbeitung: cima 2020

Einzelhandels- und Zentrenstruktur in Hagenow

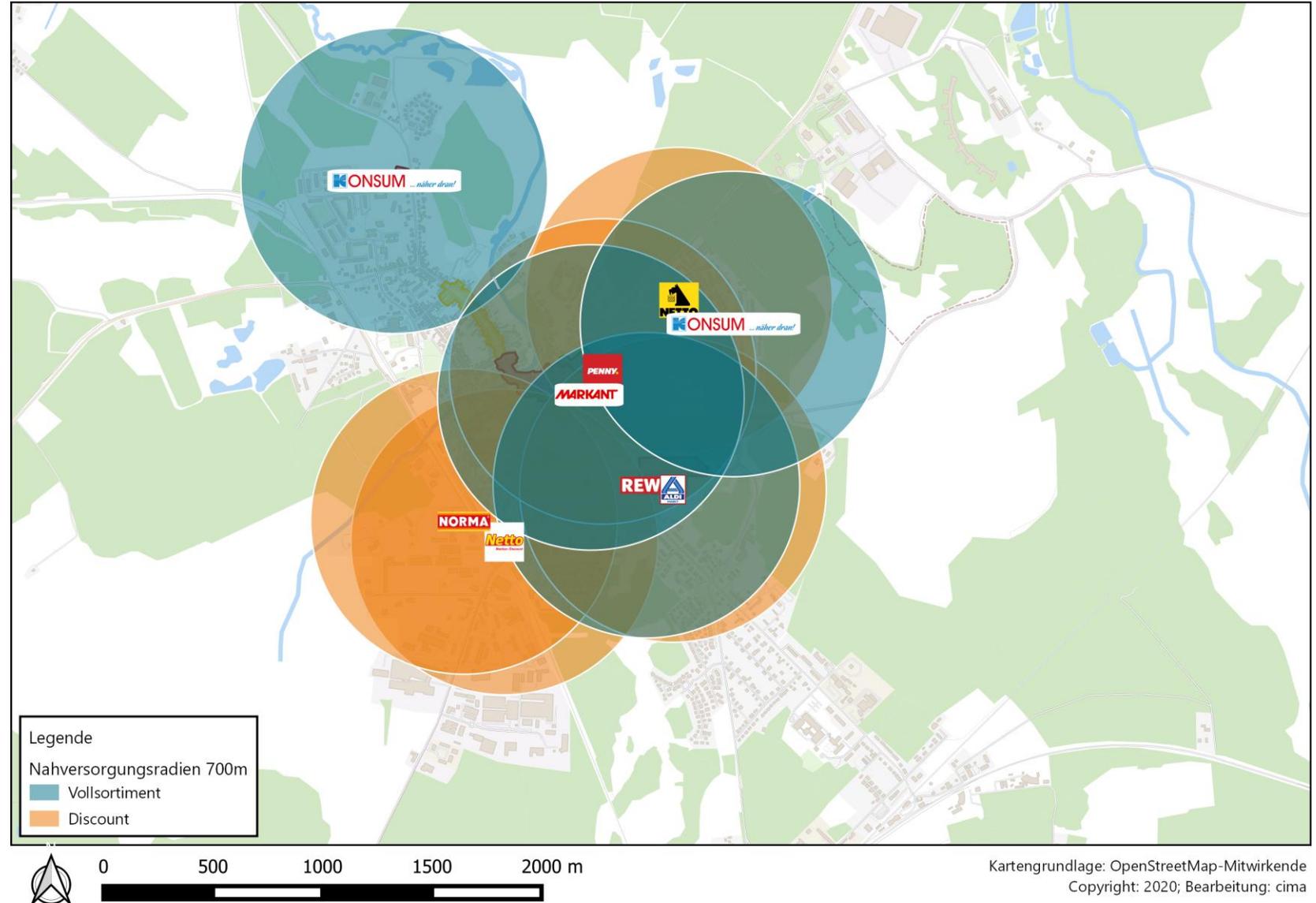
Gesamtübersicht



Einzelhandels- und Zentrenstruktur in Hagenow

Nahversorgungsstruktur

- In großen Teile der Kernstadt tendenziell räumliche „Überversorgung“
- Hohe Bedeutung des Nahversorgungszentrums Kietz für das nördliche Stadtgebiet
- Keine Nahversorgung im Südosten der Kernstadt (Bahnhofstraße) und in den peripheren Ortsteilen
- Gute Erreichbarkeit der vorhandenen Nahversorgungszentren sicherstellen (auch ÖPNV und Radverkehr!)
- Ergänzend kleinteilige Angebote wie Hof- und Dorfläden zur wohnortnahen Grundversorgung
- Ggf. Erprobung neuer Versorgungsformen (bspw. Belieferung gekühlter Abholstationen)



Sortimentsliste

Notwendigkeit ortsspezifischer Sortimentslisten

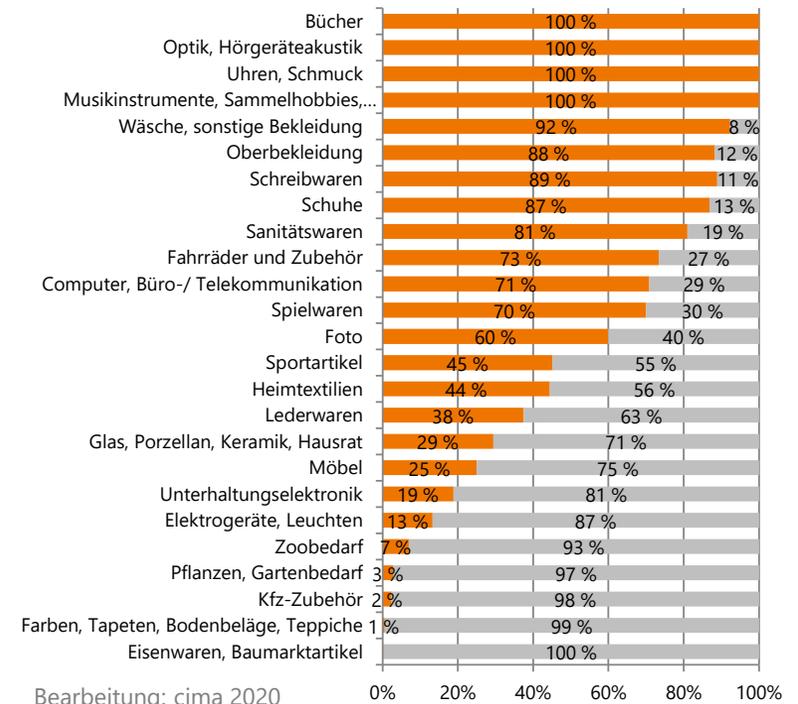
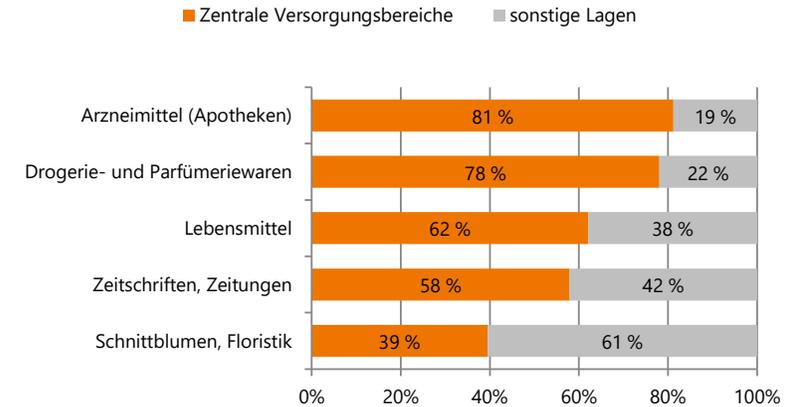
- Sollen in einem B-Plan bestimmte Sortimente zwecks „Schutz der Attraktivität und Zentrenfunktion des Kernbereichs“* ausgeschlossen werden, bedarf es einer „individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation“

- ▶ Die Sortimentsliste muss jeweils ortsspezifisch abgeleitet werden
- ▶ Die Zuordnung der einzelnen Sortimente muss nachvollziehbar begründet sein

! Einzelhandelskonzept als städtebauliche Rechtfertigung für den Ausschluss bestimmter Sortimente in B-Plänen

- Differenzierung der einzelnen Sortimente soll marktüblichen Gegebenheiten entsprechen; als Orientierungshilfe können bspw. Listen der Landesplanung und die Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes (WZ-Klassifikation) herangezogen werden

*Quelle: OVG NRW, Urteil vom 22.04.2004 – 7a D 142/02.NE



zentrenrelevante Sortimente

- Augenoptik, Hörgeräteakustik
- Bekleidung, Wäsche
- Bücher
- Fahrräder und Zubehör
- Foto und Zubehör
- Haushaltswaren, Glaswaren, Porzellan und Keramik
- Haus- und Heimtextilien (Stoffe, Kurzwaren, Gardinen usw.)
- Lederwaren, Koffer und Taschen
- Musikalien, Musikinstrumente
- Papier-, Schreibwaren, Bürobedarf
- Parfümeriewaren
- Sanitärwaren
- Schuhe
- Spielwaren
- Sportartikel (inkl. Angelbedarf, Jagdsport-, Campingartikel usw.)
- Uhren, Schmuck

darin nahversorgungsrelevante Sortimente

- Arzneimittel (Apotheken)
- Drogerieartikel (Körperpflege, Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel)
- Nahrungs- und Genussmittel
- Schnittblumen, Floristik
- Zeitungen und Zeitschriften

nicht-zentrenrelevante Sortimente

- Antiquitäten und Kunstgegenstände
- Computer und Kommunikations-elektronik, einschließlich Zubehör
- Elektroklein- und -großgeräte
- baumarktspezifisches Kernsortiment (Eisenwaren, Werkzeuge, Baustoffe usw.)
- Farben und Lacke, Tapeten
- Kfz-Zubehör
- Leuchten und Leuchtmittel
- Möbel (inkl. Büromöbel, Küchen, Matratzen usw.)
- Pflanzen, Pflanzgefäße und Gartenbedarf
- Tiernahrung, Tiere, zoolog. Artikel
- Teppiche und Bodenbeläge
- Unterhaltungselektronik

Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung & Ansiedlungsleitlinien

- 1. Die zentralen Versorgungsbereiche genießen Entwicklungspriorität.** Leistungsfähige Angebote (Einzelhandel, Dienstleistungen, medizinische Versorgung, Gastronomie, Freizeit etc.) können nur bereitgestellt werden, wenn durch Dichte die notwendige Sogkraft entsteht (Synergieeffekte). Daher sind zentrenrelevante und nahversorgungsrelevante Sortimente grundsätzlich nur in den zentralen Versorgungsbereichen zulässig.
- 2. Möglichst flächendeckende wohnortnahe (Lebensmittel-) Nahversorgung.** Ein möglichst großer Anteil der Bevölkerung soll sich fußläufig mit Angeboten des täglichen Bedarfs (primär Lebensmittel) versorgen können. Daher sind nahversorgungsrelevante Sortimente auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche zulässig, wenn dadurch eine wesentliche Verbesserung der wohnortnahen Versorgung erreicht wird. Zur Versorgung der Ortsteile und Gemeinden im Umland müssen überörtlich bedeutsame Nahversorgungsstandorte außerdem gut per Pkw erreichbar sein.
- 3. Nicht-zentrenrelevante Kernsortimente prioritär außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche,** um die verfügbaren Flächen möglichst für zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel bereitzuhalten. Nicht-zentrenrelevante Betriebe haben i.d.R. keine positiven Effekte für die Zentren.

Ansiedlungsleitlinien für das Hauptzentrum Innenstadt

- Der zentrale Versorgungsbereich „Hauptzentrum Innenstadt“, bestehend aus Haupteinkaufsbereich, östlichem und westlichem Ergänzungsbereich, ist der wichtigste Einzelhandelsstandort Hagenows und soll in dieser Funktion auch in Zukunft erhalten und gestärkt werden.
 - Entwicklungspriorität hat dabei der Haupteinkaufsbereich, in welchem eine möglichst hohe Dichte aus Einzelhandel und sonstigen zentrenprägenden Nutzungen erreicht werden soll.
 - Der östliche Ergänzungsbereich soll den Haupteinkaufsbereich funktional ergänzen. Hier können großformatigere Betriebe untergebracht werden, für die es in der Haupteinkaufslage keine Flächen gibt.
 - Im westlichen Ergänzungsbereich (Lange Straße) können Abschmelzungen im Einzelhandelsbesatz hingenommen werden. Hier soll längerfristig ein durchmischtes, innerstädtisches Wohnquartier mit vereinzelt, teils touristisch ausgerichteten Läden, Dienstleistungen und Gastronomie entstehen.
- **Für den zentralen Versorgungsbereich „Hauptzentrum Innenstadt“ gelten grundsätzlich keine Ansiedlungsbeschränkungen. Zentrenrelevante, nahversorgungsrelevante und nicht-zentrenrelevante Neuansiedlungen sind zulässig.**

Ansiedlungsleitlinien für die Nahversorgungszentren

- Die zentralen Versorgungsbereiche „NVZ Rudolf-Tarnow-Straße“ und „NVZ Kietz“ sollen das Standortgefüge sinnvoll ergänzen, ohne mit dem Hauptzentrum Innenstadt in Konkurrenz zu treten.
- Sie sind primär auf eine wohnortnahe Versorgung des fußläufigen Umfelds ausgerichtet, nehmen darüber hinaus aber auch Versorgungsfunktionen für weiter entfernte Wohngebiete und Ortsteile Hagenows sowie für Gemeinden des zentralörtlichen Nahbereichs wahr.
- **Nahversorgungsrelevante Sortimente großflächig möglich:** Der Umfang richtet sich nach der Kaufkraft in dem Bereich, für den das betreffende Nahversorgungszentrum der am besten erreichbare Nahversorgungsstandort ist . Verträglichkeitsnachweis i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO erforderlich.
- **Zentrenrelevante Sortimente ausnahmsweise zulässig nach Einzelfallprüfung:**
 - Standortalternativenprüfung: Gibt es geeignete Flächen im Hauptzentrum Innenstadt?
 - Gutachterlicher Nachweis: Vorhaben ist kongruent zur Nachfrage im Mittelbereich und
 - keine wesentlichen Beeinträchtigungen benachbarter zentraler Versorgungsbereiche
- **Nicht-zentrenrelevante Sortimente kleinflächig möglich, im begründeten Ausnahmefall auch großflächig** (wenn dadurch der Charakter des Standortes als NVZ nicht beeinträchtigt wird)

Ansiedlungsleitlinien für integrierte Lagen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

- Solitäre Nahversorgungsstandorte können auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sinnvoll sein, wenn sich die Standorte in siedlungsstrukturell integrierten Lagen (Bezug zu Wohngebieten) befinden und dort eine wohnortnahe Versorgungsfunktion übernehmen.
- Bislang nicht ausreichend nahversorgt sind die Wohngebiete entlang der südlichen Bahnhofstraße sowie alle peripheren Ortsteile Hagenows. Aber: Zu geringe Bevölkerungszahl für einen Lebensmittelmarkt.
- **Neuansiedlung nahversorgungsrelevanter Sortimente nach Einzelfallprüfung kleinflächig i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO zulässig, wenn die folgenden kumulativen Voraussetzungen erfüllt sind:**
 - Gutachten weist nach, dass Wohngebiete in bedeutendem Umfang nicht über fußläufig erreichbare Nahversorgungseinrichtungen verfügen
 - Gutachten weist die Verträglichkeit für die ZVBs sowie den Gebietsversorgungscharakter nach und
 - siedlungsstrukturell integrierter Standort mit funktionaler Zuordnung zu einem oder mehreren zu versorgenden Wohngebieten (Nahversorgungsfunktion!), möglichst mit ÖPNV-Anbindung
- **Keine Neuansiedlung zentrenrelevanter Sortimente in Streulagen**
- **Neuansiedlung nicht-zentrenrelevanter Betriebe zulässig** (sofern verträglich für das Gebiet).

Ansiedlungsleitlinien in nicht-integrierten Lagen und Gewerbegebieten

- Zentrenrelevanter Einzelhandel ist nur in den zentralen Versorgungsbereichen zulässig, nahversorgungsrelevanter Einzelhandel darüber hinaus unter bestimmten Voraussetzungen auch in siedlungsstrukturell integrierten Lagen.
- Daraus resultiert, dass **zentren- und nahversorgungsrelevanter Einzelhandel an nicht-integrierten Standorten generell unzulässig** ist.
- **In Gewerbegebieten ist grundsätzlich nur nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel kleinflächig zulässig.** Ausnahmsweise zulässig in Gewerbegebieten ist sog. Annexhandel
- **An sonstigen nicht-integrierten Standorten sind nicht-zentrenrelevante Sortimente allgemein zulässig.**

Fragen & Diskussion zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes

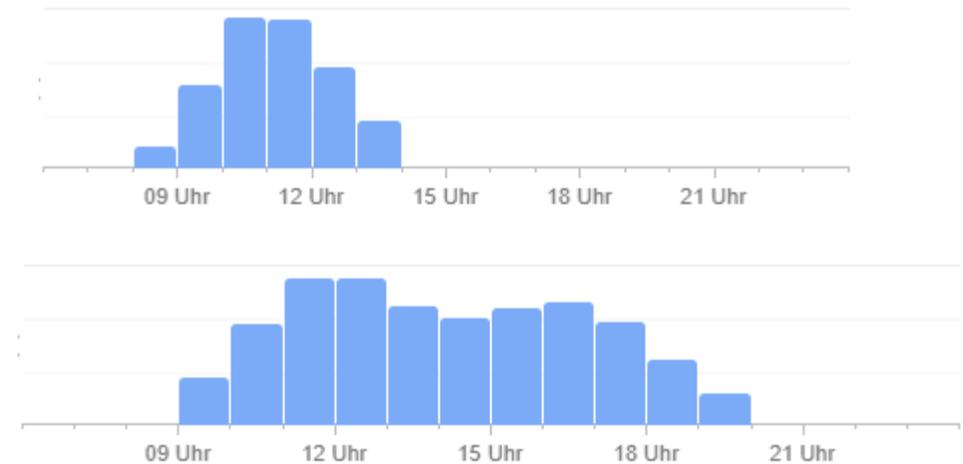
Maßnahmenvorschläge für die Stärkung der Innenstadt

- Vereinbarung und Vermarktung gut einprägsamer **gemeinsamer Kernöffnungszeiten**



Quellen: <http://www.aktionsring-goerlitz.de>; <http://www.citykreis-rostock.de>

- **Längere Ladenöffnung samstags**



Quelle: <https://www.google.com>

Maßnahmen zur Stärkung der Innenstadt

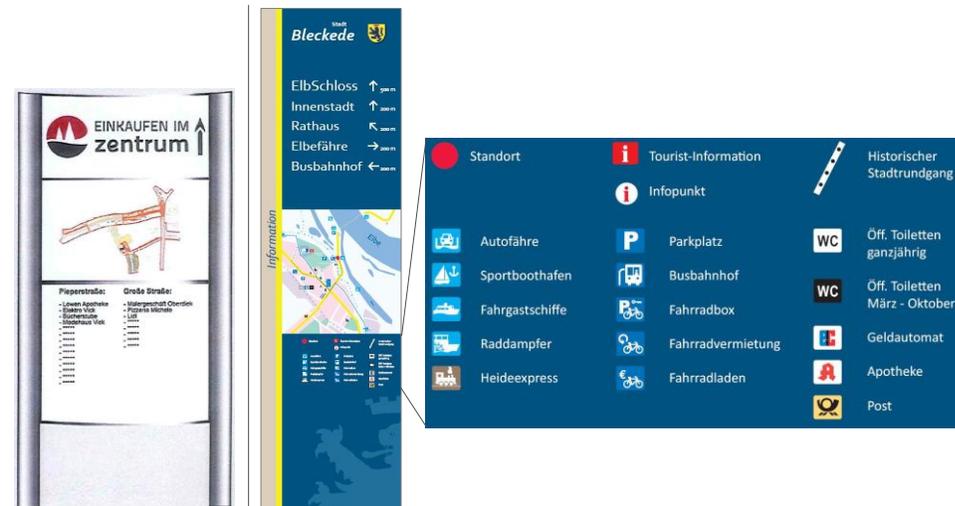
- **Service-Offensive**
(Vermarktung der Service- und Beratungsqualität)



» Cityservice

Quellen: <http://www.brake-touristinfo.de>; <http://braunschweig.de/cityservice>

- **Touristische Inwertsetzung der Innenstadt**
(bspw. Wegweiser-System, Services für Radreisende)



Quelle: cima 2016

- **Fahrradfreundliche Gestaltung der Innenstadt**

- Verbesserung der Aufenthaltsqualität auf öffentlichen Plätzen



- Ausbau des gastronomischen Angebotes einschließlich Außengastronomie



- Regulierung von Sondernutzungen



- Umgang mit Schrottimmobilien



- **Gestalterische Anbindung des östlichen Ergänzungsbereichs an die Haupteinkaufslage**
(trennende Wirkung der Robert-Stock-Straße reduzieren)



- **Aktives Flächenmanagement**

Förderrichtlinie Einzelhandel und Gastronomie

Richtlinien zur Förderung der Ansiedlung von Einzelhandelsunternehmen und Gastronomiebetrieben in der Wolfenbütteler Innenstadt

Quelle: <https://www.wolfenbuettel.de/Bürgerservice/Wirtschaft/Einzelhandelsentwicklung>

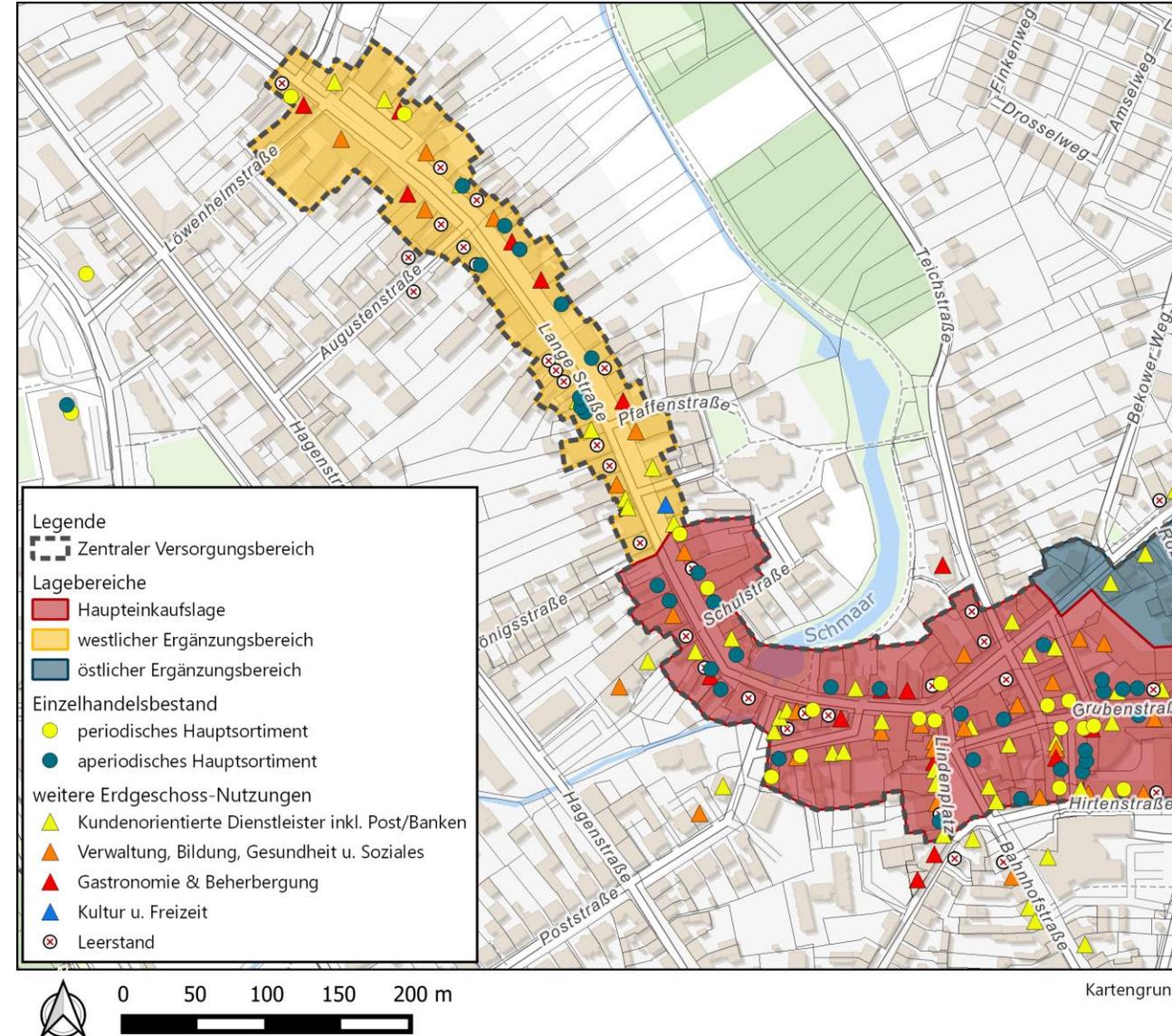
- **Handels- und Gewerbeverein**
- **Citymanagement**

Umnutzungskonzeption für die Lange Straße

Umnutzungskonzeption für die Lange Straße

Ausgangslage

- Die Lange Straße kann in drei Abschnitte gegliedert werden:
 - Südlicher Abschnitt** als Teil der Haupteinkaufslage mit relativ dichtem Besatz zentrenprägenden Nutzungen (7 leerstehende Ladenlokale)
 - Mittlerer Abschnitt** = westlicher Ergänzungsbereich vergleichsweise lockerem, unregelmäßigem Besatz und Wohnen in EG-Lage (13 leerstehende Ladenlokale/ Gebäude)
 - Nördlicher Abschnitt** = Wohnlage außerhalb des Hauptzentrums Innenstadt



Umnutzungskonzeption für die Lange Straße

Ausgangslage

- Ø-Größe der Einzelhandelsgeschäfte im mittleren Abschnitt der Langen Straße: rd. **44 m²** (Spanne von 10 bis 90 m²)
 - Ø-Größe in der Haupteinkaufslage: rd. 98 m²
 - Innenstadttypische Einzelhandelsgeschäfte mit kleinen Ladeneinheiten: idealtypisch rd. 80 bis 120 m² Verkaufsfläche, möglichst rechteckiger Flächenzuschnitt, stufenfreier Eingang, mind. 6 m Schaufensterfront
- **Die Lange Straße kann in weiten Teilen nicht mehr zu einer innerstädtischen Einkaufsstraße mit dichtem Besatz entwickelt werden.**



Umnutzungskonzeption für die Lange Straße

Umnutzungsideen

- **Umnutzung der Erdgeschosslagen für Wohnen**
- Lebendige, zentrale Lage als Ergänzung zu Geschosswohnungsbau (bzw. Kietz, Neue Heimat) und freistehender Einzelhausbebauung (bspw. Bahnhofstraße/ Hagenow-Heide-Chaussee sowie ländliche Ortsteile)



Quelle: Brandenburgische Architektenkammer 2020,
<https://www.ak-brandenburg.de/architekturpreis2005/preis05>
Standort: Gemeinde Wusterhausen/Dosse

Umnutzungskonzeption für die Lange Straße

Umnutzungsideen

- **Umnutzung der Erdgeschosslagen zu Ferienwohnungen**
- Geeignete Nutzung für kleine Einheiten mit schwierigen Zuschnitten
- Unterkunftsart Ferienwohnung passt zu den Hagenow definierten Zielgruppen „Familien mit Kindern“ und der „Aktive Genießer“



Quelle: Arbeitsgemeinschaft Städte mit historischen Stadtkernen des Landes Brandenburg 2020, <https://ag-historische-stadtkerne.de/veranstaltungen/budenhaeuser>;
Bilder: Rainer Lehmann/ ews Stadtsanierungsgesellschaft mbH
Standort: Stadt Kyritz

Umnutzungskonzeption für die Lange Straße

Umnutzungsideen

- **Nutzung von Baulücken für soziale Infrastrukturbauten**
- Baulücken: Lange Straße 61, 75 und 86.
- geeignet für Gebäude der sozialen Infrastruktur, bspw. Kita, Wohnformen für ältere Menschen und Menschen mit Behinderung
- Bei Neubebauung können technische Standards und Flächenansprüche berücksichtigt werden (breite, stufenlose Eingänge, barrierefreie oder barrierearme Räume, Raumgrößen und -zuschnitte, die genau an die vorgesehene Nutzung angepasst wurden)



Quelle: Brandenburgische Architektenkammer 2020, <https://www.ak-brandenburg.de/content/kita-kinderland>;
Fotograf: Christian Richters
Standort: Stadt Wittstock/Dosse

Umnutzungskonzeption für die Lange Straße

Umnutzungsideen

- **Umnutzung für Ateliers und Werkstätten**
- Lange Straße = städtebauliche Qualitäten und individuelle Wohnformen = attraktiv für Kreative und Kunstschaffende
- Kunst und Kunsthandwerk = Anziehungspunkt für Touristen und Tagesbesucher
- Nutzung bspw. für Ateliers für Kunstschaffende (z.B. Malerei, Bildhauerei) und Kunsthandwerker (bspw. Gold- und Silberschmiede, Töpferei, Glasbläserei usw.)
- Impuls: Stipendium (Atelier + Künstlerwohnung + finanzieller Zuschuss)



Quelle: Künstlerhaus Lauenburg 2020, <http://kuenstlerhaus-lauenburg.de/kuenstlerhaus/rundgang/>
Standort: Stadt Lauenburg/Elbe

Umnutzungskonzeption für die Lange Straße

Schlussbemerkung

- Die Nutzungsideen sind nicht abschließend, sondern sollen um sinnvolle Nutzungen ergänzt werden.
- Die bestehenden Nutzungen sollen nicht verdrängt, sondern sinnvoll ergänzt werden.
- **Ziel: Durchmischtes, lebendiges Quartier** nach dem Vorbild der europäischen Stadt (Wohnen und Arbeiten in kleinteiliger Parzellierung miteinander verbunden, funktionale wie soziale Durchmischung)



Fragen & Diskussion