



Beschlussvorlage



Stadt Hagenow
Der Bürgermeister

2020/0243
öffentlich

Betreff:

Beschluss zum fortgeschriebenen Einzelhandelsentwicklungskonzept der Stadt Hagenow 2020

Fachbereich:

Büro des Bürgermeisters

Datum

03.11.2020

Verantwortlich:

Masche, Roland

Beteiligte Fachbereiche:

Beratungsfolge (Zuständigkeit)

Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Handwerk, Gewerbe und
Tourismus(Vorberatung)
Stadtvertretung der Stadt Hagenow(Entscheidung)

Status

23.03.2021 Öffentlich

25.03.2021 Öffentlich

Beschlussvorschlag:

Die Stadtvertretung beschließt das Einzelhandelskonzept 2020 in der vorliegenden Fassung.

Problembeschreibung/Begründung:

Sachverhalt:

Das Einzelhandelskonzept (EHK) ist letztmalig 2011 fortgeschrieben worden. Die Gültigkeit solcher Konzepte sollte einen Zeitraum von 10 Jahre nicht übersteigen. Der Wirtschaftsförderausschuss hat das neue EHK planmäßig im Frühjahr dieses Jahres ausgeschrieben. Die Arbeiten zur Erstellung konnten coronabedingt erst nach Ende des Lockdowns für den Einzelhandel im Sommer beginnen.

Stellungnahme:

Es werden folgende Kernaussagen getroffen:

- Die sozioökonomischen Strukturdaten haben sich für Hagenow verbessert. (Bevölkerungszuwachs seit 2011 + 6 %, Beschäftigtenzahl + 18 %, Einpendlerüberschuss 1.040 Personen).
- Das Nachfragegebiet des Hagenower Einzelhandels umfasst ca. 40.000 EW (ca. minus 4.000 EW) in dem Raum zwischen Boizenburg, Zarrentin, Lübtheen bis kurz vor Pampow. Das Nachfragepotential ist im gesamten Raum um 20 Mio. € auf ca. 206 Mio. € p.a. gestiegen.
- Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, was der Bürger von seinem Einkommen

im Einzelhandel ausgeben kann, liegt mit 87,5 für die Stadt Hagenow unterhalb des Kreis- und Landesdurchschnittes. Diese Aussage steht im Widerspruch zur positiven wirtschaftlichen Entwicklung. Die Ursache liegt lt. Beratungsgesellschaft in dem Bevölkerungszuwachs durch einkommenschwache Migration in den Geschossbauten der Hagenower Neubauviertel.

- Im Stadtgebiet sind 100 Einzelhandelsbetriebe ansässig mit 31.120 m² Verkaufsfläche. Für diese wurde eine Flächenproduktivität von 2.358 €/m² und ein gesamtes Umsatzvolumen von 73,4 Mio.€ (minus 5 Mio.€) errechnet.
- Die Einzelhandelszentralität sank von 158 % auf 125 % innerhalb der letzten 10 Jahre. Dies kann Ausdruck eines Attraktivitätsverlustes des Einzelhandels aber auch des Verlustes von zentralen Einrichtungen mit überörtlichen Funktionen sein. Hauptwettbewerbsstandorte sind Schwerin und Ludwigslust.
- Die größte Zentralität (Sogwirkung) im periodischen (täglichen) Bedarf hat der Lebensmitteleinzelhandel mit 154 %. Beim aperiodischen Bedarf sind es Baumarktartikel und Gartenbedarf mit 219 % gefolgt von Zooartikeln mit 189 %, Sanitätsartikel, Optik, Akustik mit 146 % und Glas, Keramik, Hausrat mit 142 %. Diese Branchen sollten gepflegt werden. Weitere Ansiedlungen würden jedoch nicht automatisch zu einer Erhöhung der Einzelhandelszentralität führen, sondern eher zu einem ruinösen Wettbewerb.
- „Schlusslichter“ im täglichen Bedarf sind die Sortimente Zeitschriften und Schnittblumen mit 109 % und im aperiodisch Bedarf Sportartikel, Fahrräder mit 31 %, Einrichtungsbedarf mit 46 %, Uhren Schmuck mit 52 %, Spielwaren, Hobbybedarf mit 70 %, Bekleidung, Wäsche mit 76 %. In diesen Branchen liegen die Ansiedlungspotentiale zur Erhöhung der Attraktivität des Einzelhandelsstandortes als Ganzes. Es wurde eine Liste möglicher Akquisitionsziele für den Einzelhandel erarbeitet.
- 75 % aller Einzelhandelsbetriebe sind max. 100 m² groß. Es fehlen großflächige Einzelhandelsbetriebe mit Magnetfunktion. Es sollten Potentialflächen identifiziert werden für neue größere Ladeneinheiten.
- Die zentralen Versorgungsbereiche Innenstadt, Kietz und Rudolf-Tarnow-Straße genießen Entwicklungspriorität. Sie sollten mit Dienstleistungen, medizinischen Versorgungseinrichtungen und Gastronomie- und Freizeitangeboten verdichtet werden, um deren Sogkraft zu erhöhen.
- Die obere Lange Straße ab Kreuzung Königsstraße gehört nicht mehr zum zentralen Versorgungsbereich. Hier sollte zukünftig wieder stärker attraktives Wohnen oder Ferienwohnungen, aber auch seniorengerechtes Wohnen ist vorstellbar, im Mittelpunkt stehen verbunden mit bürgernahen Dienstleistungen.

- Der östliche Ergänzungsbereich hinter der Rudolf-Tarnow-Straße sollte optisch mit der Galerie im Klunk verbunden werden, damit die dort ansässigen großflächigen Einzelhandelsbetriebe ihre Zentralitätswirkung entfalten können.
- Weitere Maßnahmen zur Stärkung der Innenstadt sind:
 - Gemeinsame Kernöffnungszeiten
 - Längere Ladenöffnungszeiten am Samstag
 - Bessere Vermarktung des Services, welchen inhabergeführte Geschäfte i.d.R. bieten
 - Touristische Inwertsetzung der Innenstadt
 - Fahrradfreundliche Gestaltung der Innenstadt
 - Verbesserung der Aufenthaltsqualität auf öffentlichen Plätzen
 - Ausbau des gastronomischen Angebotes
 - Regulierung von Sondernutzungen
 - Offensiver Umgang mit Schrottimmobilien
 - Aktives Flächenmanagement
 - Aktiver Handels- und Gewerbeverein
 - Aktives Citymanagement durch die Kommune.

Votum:

Das Einzelhandelskonzept stellt mit den darin ausgewiesenen Hagenower Sortimentslisten für die zentralen und Nahversorgungszentren, deren Ausweisung als solche und die Ansiedlungsrichtlinien für neue Einzelhandelsgeschäfte bzw. deren Erweiterung, ein zentrales Dokument für die weitere städtebauliche Entwicklung Hagenows dar. Das Konzept ist in 2020 durch die beauftragte Gesellschaft (CIMA, Lübeck) sowohl im Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Handwerk, Gewerbe und Tourismus als auch im Ausschuss für Bau und Stadtentwicklung vorgestellt und diskutiert worden.

Um Zustimmung wird gebeten.

Die erneute Fortschreibung sollte nach der Markteinführung des FOC und des Feriendorfes in Wittenburg erfolgen, um die realen Auswirkungen auf den Einzelhandelsstandort Hagenow zu reflektieren, auch wenn dadurch der 10 Jahreszeitraum unterschritten werden sollte.

Finanzielle Auswirkungen:

Finanzielle Auswirkungen		Ja		X	Nein
Maßnahme des Ergebnishaushaltes		Ja			Nein
Maßnahme des Finanzhaushaltes		Ja			Nein
Mittel bereits geplant		Ja			Nein
Höhe der geplanten Mittel					€
Mehrbedarf					€
Gesamtkosten					€
Deckungsvorschlag	Betrag	Kostenträger	Konto	Bezeichnung des Kostenträgers/Konto	

	€			
	€			

Folgekosten: Folgekosten können entstehen bei der Umsetzung der Empfehlungen. Diese Maßnahmen sind dann gesondert zu planen.

Raum für zusätzliche Eintragungen:

Anlagen: Einzelhandelskonzept