



Zusammengefasstes **Einzelhandelskonzept** **Fontanestadt Neuruppin**

Stand: Mai 2009

Stadtverwaltung Fontanestadt Neuruppin
Planungsamt
Telefon 03391/ 355 723
Fax 03391/ 355 788
E-Mail: antje.schulz@stadtneuruppin.de

Im Ergebnis und mit Inhalten des
Grundlagengutachtens
für den Neuruppiner Einzelhandel

vom April 2009

des Büros Stadtforschung und Planung
Junker und Kruse
44137 Dortmund
Markt 5

Telefon: 0231/ 55 78 580
Fax: 0231/ 55 78 58 50
E-Mail: info@junker-kruse.de
www.junker-kruse.de

Inhaltsverzeichnis	Seite
1. Anlass, Ziel	3
1.1. Beteiligungsverfahren	3
2. Wesentliche Grundlagen	4
2.1. Erstellung von Analysen	5
2.1.1. Angebotsanalyse	5
2.1.2. Nachfrageanalyse	5
2.1.3. Städtebauliche Analyse	5
2.2. Versorgungssituation	6
2.2.1. Nahversorgung/ wohnungsnaher Grundversorgung	6
2.2.2. Großflächiger Einzelhandel	6
2.2.3. Leerstand	6
2.3. Einzelhandelsstandorte	7
2.3.1. Die Innenstadt	7
2.3.2. Ergänzungsstandort REIZ (Ruppiner Einkaufszentrum)	7
2.3.3. Solitäre Nahversorgungsstandorte	7
2.4. Kaufkraftbindung/ Kaufkraftabfluss/ Einkaufsverhalten	8
2.4.1. Einkaufsverhalten	9
2.5. Umsätze und Zentralitäten des Neuruppiner Einzelhandels	9
3. Prognose der Verkaufsflächenspielräume	10
4. Entwicklungsperspektiven	10
4.1. Leitbild	11
4.2. Neuruppiner Sortimentsliste (gesamtstädtisch)	11
4.3. Entwicklungsbereiche	13
4.3.1. Entwicklungsbereich: Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich (Karl-Marx-Straße und Nebenlagen)	13
4.3.2. Entwicklungsbereich: solitäre Nahversorgungsstandorte	15
4.3.3. Entwicklungsbereich: Ergänzungsstandort REIZ („Ruppiner Einkaufszentrum“)	16
4.4. Tabubereiche	19
5. Grundsätze der räumlichen Entwicklung des Einzelhandels	19
6. Einschätzung der Potentialflächen	21
Anhang: Anwendung der „35%- Regel“	23

1. Anlass, Ziel

Zur Erstellung eines Einzelhandelskonzeptes für die Fontanestadt wurde im März 2007 ein Gutachten von der Fontanestadt Neuruppin in Auftrag gegeben, das vom Büro für Stadtforschung und Planung, Junker und Kruse erstellt wurde. Ursprünglich als Einzelhandelskonzept gedacht, wurde es im Laufe der vergangenen Monate überarbeitet und nunmehr als Grundlagengutachten fertiggestellt. Das Grundlagengutachten gibt im Ergebnis umfangreicher Analysen allgemeine und konkrete Handlungsempfehlungen im Umgang mit und zur Entwicklung von Einzelhandelsstandorten in der Fontanestadt. Darauf aufbauend wurde vom Planungsamt der Stadtverwaltung das vorliegende zusammengefasste Einzelhandelskonzept der Fontanestadt Neuruppin erstellt, das mit seinen Entwicklungsleitlinien:

- dem Leitbild,
 - den Entwicklungs- und Tabubereichen,
 - der Neuruppiner Sortimentsliste,
 - den 6 Grundsätzen der räumlichen Entwicklung
 - der Einschätzung der Potentialflächen
- als Grundlage für künftige Einzelhandelsentwicklungen dienen soll.

Die Entwicklungsleitlinien sind durch die Stadtverordnetenversammlung zu beschließen und ggf. planungsrechtlich zu fixieren. Nur ein klares Konzept mit verbindlichen Aussagen zur zukünftigen räumlichen, quantitativen und qualitativen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Form von weiteren Maßnahmen kann verhindern, dass die bestehende Zentrenstruktur mit Konzentration auf den Hauptgeschäftsbereich (Innenstadt) weiter an Bedeutung verliert. Mit der Größe der Innenstadt sowie den vorgelagerten Versorgungsschwerpunkten droht eine sich selbst schwächende Dezentralisierung.

1.1. Beteiligungsverfahren

Im Ergebnis des Grundlagengutachtens wurden folgende Behörden und Träger öffentlicher Belange (T.ö.B.) schriftlich zur Stellungnahme aufgefordert. *(Die unterstrichenen T.ö.B. haben eine Stellungnahme abgegeben):*

Landkreis Ostprignitz-Ruppin,
Industrie- und Handelskammer Potsdam,
IHK Regional Center OPR,
Kreishandwerkerschaft Neuruppin,
Allgemeiner Behindertenverband,
Behindertenbeauftragter des Landkreises OPR,
Regionale Planungsgemeinschaft Ostprignitz-Oberhavel,
Landesamt für Bauen und Verkehr,
Handwerkskammer Potsdam
Landesamt für Soziales und Versorgung,
Stadt Rheinsberg, Amt Lindow, Gemeinde Fehrbellin, Amt Temnitz, Stadt Kremmen, Stadt Wittstock,
Landesamt für Verbraucherschutz Landwirtschaft und Flurneuordnung,
Landesumweltamt Brandenburg- Reg.abteilung West Nrp.,
Landestourismusverband Brandenburg e.V.,
Handelsverband Berlin- Brandenburg e.V.,
Ministerium für Infrastruktur und Raumordnung, Gemeinsame Landesplanungsabteilung,
Ostprignitz Ruppiner Nahverkehrsgesellschaft,
Polizeischutzbereich OPR,

Im Rahmen des umfänglichen Beteiligungsverfahrens wurde zusätzlich eine öffentliche Planauslegung des Grundlagengutachtens (frühere Bezeichnung: Einzelhandelskonzept) in der Zeit vom 04.12.2008 bis 16.01.2009 durchgeführt. Aus der Öffentlichkeit waren keine Stellungnahmen zu verzeichnen. Die Stellungnahmen der Behörden und Träger öffentlicher Belange wurden im Rahmen einer Abwägung ausgewertet (Beschluss zur Abwägung durch die Stadtverordnetenversammlung am 08.06.2009 geplant) und im Einzelhandelskonzept entsprechend berücksichtigt.

2. Wesentliche Grundlagen

Im Rahmen des Grundlagengutachtens erfolgten umfangreiche Untersuchungen, verschiedenste Bestandserhebungen im Sommer 2007, eine anschließende Auswertung und es wurde eine Arbeitsgruppe begleitend herangezogen. Im Ergebnis wurden Handlungsempfehlungen für die künftige Einzelhandelsentwicklung in der Fontanestadt gegeben. Nachfolgend sollen nur die wesentlichen Inhalte des Grundlagengutachtens komprimiert wiedergegeben werden, um die daraus gewonnenen Ergebnisse ableiten zu können. Zu diesem Zweck sind größtenteils Formulierungen dem Gutachten des Büros Junker und Kruse wortgerecht entnommen worden. Dazugehörige umfangreiche Begründungen und Formulierungen können bei Bedarf dem Grundlagengutachten selbst entnommen werden. Hinweise auf die entsprechenden Quellen mit umfangreicheren und erläuternden Texten im Grundlagengutachten sind in einigen Abschnitten kursiv gekennzeichnet.

Im Gutachten wurde die Rolle Neuruppins in der Region im Vergleich zu anderen Städten und mit ihren verkehrlichen Anbindungen beleuchtet. Einzugsgebiete im Kernbereich, im unmittelbaren Umfeld und regional sind erfasst und bewertet worden.

Räumliche Angebotsschwerpunkte in der Einzelhandelsstruktur sowie eine räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes in der Fontanestadt wurden benannt und ermittelt. Hierbei wurde die Lage der Betriebe in Bezug auf ihre städtebauliche und siedlungsräumliche Integration und die Verteilung der Einzelhandelsangebote auf die einzelnen Ortsteile bzw. Stadtbereiche betrachtet. Der quantitative Einzelhandelsschwerpunkt liegt mit etwa 56.200m² Verkaufsfläche deutlich in der Kernstadt Neuruppins, mit seiner Innenstadt, dem Ruppiner Einkaufszentrum (REIZ), Real und solitären Lebensmittelanbietern. Das REIZ selbst wird als ein Ergänzungsstandort definiert, zu dem auch die Märkte Aldi/ Edeka, Mc Donalds und die Shell- Tankstelle gezählt werden. In den kleineren Ortsteilen ist hingegen größtenteils die Nahversorgung nicht gewährleistet, die dörflichen Strukturen sind zu schwach, um Versorgungsstrukturen allein oder gemeinsam zu tragen. Für tragfähige Strukturen sind heute mehrere tausend Einwohner erforderlich.

Um einzelne Entwicklungsperspektiven aufzuzeigen, wurden verschiedene Szenarien der Einzelhandels- und Stadtentwicklung beleuchtet. Bei dieser

Untersuchung wurde auch die Bevölkerungsverteilung und Siedlungsstruktur in der Fontanestadt mit ihren Ortsteilen berücksichtigt.

2.1. Erstellung von Analysen

Für das Grundlagengutachten wurden die nachfolgend aufgeführten Analysen differenziert für die Gesamtstadt und für die einzelnen Versorgungsbereiche vorgenommen.

2.1.1. Angebotsanalyse

(vgl. auch Grundlagengutachten S. 17-22; 67)

Im Juni 2007 wurde die Angebotsanalyse erstellt; hierzu erfolgte eine Begehung des gesamten Stadtgebietes, wobei alle Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe differenziert erhoben wurden. Demnach existieren 249 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von 61.500m² und einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von 250m² pro Betrieb.

Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung beträgt 1,88m² pro Einwohner. Es wurden neben den Gesamtverkaufsflächen auch die jeweiligen Hauptbranchen (mit überwiegendem kurzfristigem, mittelfristigem und langfristigem Bedarf) sowie alle differenzierten Sortimente einzeln erfasst und eine räumliche Zuordnung der Geschäfte vorgenommen. Dabei bildeten sich folgende Bereiche heraus:

Anteil an der Gesamtverkaufsfläche 100%

- Hauptgeschäftsbereich (Innenstadt)	16,1%
- integrierte Lagen (innerhalb des Siedlungsgefüges bzw. der Wohnsiedlungen),	24,7%
- nicht- integrierte Lage (geringer Zusammenhang mit Wohnbebauungen)	11,3%
- Sonderstandort Ruppiner Einkaufszentrum (halb integrierte Lage)	47,9%

2.1.2. Nachfrageanalyse

(vgl. auch Grundlagengutachten S. 22-24; ab 68; 85)

Hier wurden die spezifischen Einkaufsgewohnheiten und –präferenzen der Neuruppiner Bevölkerung erfasst, um Rückschlüsse über den Angebots- und Leistungsstand des Einzelhandels ziehen zu können. Bestandteil waren eine telefonische Haushaltsbefragung im Juni 2007 bei 357 Haushalten und eine Kundenherkunftserhebung im Juli 2007 bei ausgewählten Händlern in verschiedenen Bereichen der Stadt.

2.1.3. Städtebauliche Analyse

(vgl. auch Grundlagengutachten ab S. 24,25)

Ergänzend wurde eine städtebauliche Analyse vorgenommen, wobei räumliche und funktionale Strukturen untersucht worden sind. Diese Analyse liefert die Grundlage zur Ableitung städtebaulicher Handlungsempfehlungen, insbesondere für die

Versorgungszentren der Stadt und zur räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche mit dem Ziel, eine rechtssichere Grundlage für spätere Entscheidungen im Rahmen kommunaler Einzelhandelsentwicklungen zu bieten.

2.2. Versorgungssituation

2.2.1. Nahversorgung/ wohnungsnaher Grundversorgung

(vgl. auch Grundlagengutachten ab S. 46)

Eine wohnungsnaher Grundversorgung stellt das Angebot mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen, kurzfristigen Bedarfs dar, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden. Für die Grundversorgung relevant sind:

Mindestausstattung: Nahrungs- und Genussmittel, Brot- und Backwaren, Fleisch und Wurstwaren, Getränke, Drogerie- und Körperpflegeartikel und die Dienstleister Post, Bank, Ärzte, Friseur, pharmazeutische Artikel.

Zusatzausstattung: Spirituosen, Tabakwaren, Zeitungen/ Zeitschriften, (Schnitt-) Blumen, Café, Gaststätte, Reinigung, Reisebüro.

Während die Bevölkerung in der Kernstadt weitestgehend gut versorgt wird, gibt es in den Ortsteilen erhebliche Unterschiede, was auf die geringe Mantelbevölkerung zurückzuführen ist. In vielen Ortsteilen ist gar keine Nahversorgung vorhanden, so dass die Gebiete in der Innenstadt, dem Ergänzungsstandort REIZ, am Nordring oder in Alt Ruppin diese Funktion mit abdecken. Der nördliche Siedlungsbereich der Fontanestadt ist eher unterversorgt, andere Bereiche im Süden und Westen der Stadt stellen Überversorgungen dar, die entsprechende Defizite aus unterversorgten Stadtteilen aufnehmen.

2.2.2. Großflächiger Einzelhandel

(vgl. auch Grundlagengutachten ab S. 52)

Insgesamt 60% der Gesamtverkaufsfläche entfallen auf großflächige Einzelhandelsbetriebe, die eine Verkaufsfläche von jeweils deutlich mehr als 800m² aufweisen. Im REIZ befinden sich Verkaufsflächen mit 18.350m² (Stand Juni 2007), die dem großflächigen Einzelhandel zuzuordnen sind. Dies entspricht 50% aller Betriebe der Fontanestadt. Nennenswert groß ist auch der Standort am Nordring mit 5.000m². In der Innenstadt hingegen ist kein großflächiger Einzelhandel vertreten.

Die Lebensmittelverkaufsfläche liegt bei 0,46m² pro Einwohner und liegt damit über dem Bundesdurchschnitt, womit eine Bedeutung für das Umland begründet werden kann.

2.2.3. Leerstand

(vgl. auch Grundlagengutachten ab S. 53)

Insgesamt wurden 2007 3.000m² leerstehende Verkaufsflächen in 45 Ladenlokalen ermittelt. Davon befanden sich ein Großteil in der Kernstadt, das sind 15% aller vorhandenen Ladenlokale. Der Anteil an der Gesamtverkaufsfläche mit 5% ist jedoch gering und stellt kein strukturelles Problem dar. Es ist davon auszugehen, dass sich innerhalb der vergangenen zwei Jahre seit der Bestandserhebung Veränderungen in der Leerstandssituation ergeben haben, die sich jedoch nicht auf die weiteren Ergebnisse des Einzelhandelsgutachtens auswirken werden.

(bildliche Darstellung der Leerstände, siehe Grundlagengutachten, Seite 52)

2.3. Einzelhandelsstandorte

2.3.1. Die Innenstadt

(vgl. auch Grundlagengutachten ab S. 56)

Die Karl- Marx- Straße stellt den Hauptgeschäftsbereich dar. Diese kann nach Einzelhandelslagen und –dichte untergliedert werden, um Haupt- und Nebenlagen zu definieren. Die Hauptlage, als A-Lage bezeichnet, befindet sich am Schulplatz und in den angrenzenden Teilen der Karl- Marx- Straße. Nebenlagen sind B-Lagen, die sich weiterführend zw. Präsidentenstraße und Steinstraße befinden. Ergänzungslagen schließen sich in südlicher Fortsetzung bis zum Fontaneplatz und nördlich bis zum Rheinsberger Tor an.

(siehe bildliche Darstellung – Grundlagengutachten, Karte 8, Seite 58)

Stärken der Innenstadt sind eine attraktive durchmischte Stadtstruktur, die historische Bausubstanz und die Gestaltung des öffentlichen Raumes. Als Schwächen hingegen sind fehlende Innenstadtmagneten, kleine Ladeneinheiten, der fehlende Standard sowie mangelnde hochwertige Angebote zu nennen. Als eine Handlungsempfehlung wird die Ansiedlung weiterer frequenzbringender Einzelhandelsnutzungen als Magnetbetriebe in der Innenstadt genannt.

2.3.2. Ergänzungsstandort REIZ (Ruppiner Einkaufszentrum)

(vgl. auch Grundlagengutachten ab S. 61)

Das REIZ ist ein bedeutender Einzelhandelsstandort als Ergänzungsstandort zur Innenstadt. Hier findet sich ein idealtypischer Betriebsformenmix aus Lebensmittelvollsortimenter und –discounter in teil-integrierter Lage. Dieser Standort ist in erster Linie ein autokundenorientierter Standort, übernimmt aber gleichzeitig eine Nahversorgungsfunktion für die angrenzenden Großwohnsiedlungen. Das REIZ besitzt doppelt so viel Verkaufsfläche wie die Innenstadt. Sie teilen sich in zentrenrelevante und nicht- zentrenrelevante Verkaufsflächen auf. Es hat einen Standortvorteil gegenüber der Innenstadt, weil es autokundenorientiert liegt und großzügige Parkflächen bietet. Die Zentrenwirksamkeit des REIZ lässt sich an der stetigen Ausweitung der Verkaufsflächen im Rahmen der Entwicklung innerhalb der letzten 15 Jahre deutlich erkennen. Ursprünglich signalisierten Aldi und Edeka die Akzeptanz, der Vorhaben- und Erschließungsplan „Bürgerzentrum“ begründete dann die Ergänzungsfunktion, das sogenannte „Baby- REIZ“ (Gebäude um Multi-Möbel) und sogenannte Dienstleistungen vervollständigten das Branchenangebot. Stetige Anfragen weiterer Anbieter und langsame Angebotsausweitungen Richtung Bütow und Holländer Mühle folgten.

2.3.3. Solitäre Nahversorgungsstandorte

(vgl. auch Grundlagengutachten ab S. 63)

Abseits der Innenstadt und des Ergänzungsstandortes REIZ befinden sich solitäre Nahversorgungsstandorte, die hauptsächlich Lebensmitteldiscounter beherbergen. Die Standorte liegen fast ausschließlich autokundenorientiert und erfüllen nicht alle eine notwendige Nahversorgungsfunktion. Dennoch ist eine flächendeckende wohnungsnah Grundversorgung in Neuruppin gewährleistet. Standorte im Einzelnen:

1. Bütower Weg/ Holländer Mühle (Netto, Schlecker, Fressnapf)
fast ausschließlich autokundenorientierter Standort
2. Nordring (Real, Gartencenter)

starke Ausstrahlungskraft über den Naheinzugsbereich hinaus, in die Vororte und in die Kernstadt

3. Fehrbelliner Straße / Trenckmannstraße (Aldi, Penny)
erfüllt eine Nahversorgungsfunktion, hat Autokunden- und Innenstadtrelevanz
4. Neustädter Straße/ Kränzlener Straße (Lidl)
Nahversorger für den südwestlichen Kernstadtbereich
5. Zur Mesche/ Westachse (Plus)
stark autokundenorientiert
6. Alt Ruppiner (Aldi, Lidl)
Standort übernimmt Versorgungsfunktion für Alt Ruppiner und weitere unterversorgte Ortsteile.

Die Standorte 3, 4 und 6 sollten im Rahmen des rechtlich möglichen gesichert und können falls nötig und möglich für eine marktgerechte Anpassung ausgebaut werden. Die übrigen Standorte genießen Bestandsschutz, eine weitere Entwicklung wird hier nicht empfohlen.

2.4. Kaufkraftbindung/ Kaufkraftabfluss/ Einkaufsverhalten

(vgl. auch Grundlagengutachten ab S. 71)

Im Ergebnis der Neuruppiner Haushaltsbefragung, wurde das Kaufverhalten aus der Stadt (ohne Umland) erfasst und dokumentiert. Dabei ist festzustellen, dass die **höchste Kaufkraftbindung** (lokal vorhandene Kaufkraft) bei folgenden Sortimenten besteht:

- Nahrungs- und Genussmittel 98%
- Gesundheits- u. Körperpflegeartikel 97%
- medizinische, orthopädische Artikel 97%
- Blumen/ Zoo 96%
- Bau- u. Gartenmarktsortimente 92%

Die **geringste Kaufkraftbindung** erzielen folgende Sortimente:

- Wohneinrichtungsbedarf 81%
- Elektro-/ Leuchten/ Haushaltsgeräte 81%
- Schuhe/ Lederwaren 78%
- PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften 76%
- Unterhaltungselektronik/ Musik/ Kommunikation 76%
- Bekleidung/ Wäsche 58%
- Möbel 41%

(siehe Diagramm – Grundlagengutachten, Abbildung 4, Seite 72)

Gerade unter dem Gesichtspunkt, dass die Stadt in diesen Branchen auch weiträumiger Umlandversorger sein könnte, ohne dort Konkurrenzschäden zu erzeugen, relativieren sich die gutachterlichen Potentialermittlungen als „vorsichtige Aussagen“.

Es wurde für das Jahr 2007 eine einzelhandelsrelevante **Kaufkraftkennziffer von 89,33** ermittelt, die 11% unter dem Indexwert für die BRD liegt und ein einzelhandelsrelevantes Ausgabevolumen von 4.490 € pro Kopf der Neuruppiner Bevölkerung pro Jahr ergibt. Das **Kaufkraftpotential** beträgt für das Jahr 2007 insgesamt 146,7 Mio. €. Der Bereich Nahrungs- und Genussmittel macht hier mit fast

40% den größten Anteil aus. Die **Kaufkraftbindung** ist sehr hoch, obwohl sie in einzelnen Bereichen sehr unterschiedliche Werte aufweist. Andererseits kann mangels der Nähe zu Oberzentren und gleichwertigen Mittelzentren der Versorgungsanspruch/ die mögliche Kaufkraftbindung in mehreren Branchen höher als im üblichen Bundesvergleich erwartet werden. Die höchsten **Kaufkraftabflüsse** sind in den Branchen Bekleidung/ Wäsche (5,3 Mio. €), Möbel (5 Mio. €), Unterhaltungselektronik/ Musik/ Video/ Kommunikation/ Foto (2,4 Mio. €) festzustellen.

(siehe Diagramm - Grundlagengutachten, Abbildung 5, Seite 75)

Konkurrenzstandorte sind insbesondere die Metropole Berlin, aber auch der Einkauf über Versand, Katalog, Internet nimmt eine immer größere Rolle ein. Diese Konkurrenz gilt erst recht für das Umland der Fontanestadt. Von beiden eine größere Bindung zu schaffen, wäre Voraussetzung einer Innenstadtbelebung.

2.4.1. Einkaufsverhalten

(siehe Grundlagengutachten, ab Seite 76)

Im Ergebnis der Haushaltsbefragung 2007 ergaben sich folgende Aussagen:

- *Nahrungs- u. Genussmittel* werden überwiegend im REIZ gekauft (40%), am Nordring zu 24%. An dritter Stelle folgt hier die Innenstadt mit 17% mit vielen kleinen Standorten.
- *Bekleidung/ Wäsche* werden ebenfalls überwiegend im REIZ gekauft (30%), es folgen die Innenstadt mit 24% und Berlin mit 22%, Versand 15 %.
- Auch der Einkauf von *Schuhen* steht im REIZ mit 50% an erster Stelle, die Innenstadt folgt mit 24%, Berlin und Versand noch mit 19%. Das heißt, auch hier sind die Reserven wie bei Bekleidung/ Wäsche mit 37% ein halbes mal größer als die vorhandene Innenstadtbindung; bei Schuhen mit 19% fast so groß wie die Innenstadtbindung.

47% der Befragten schätzen die Einkaufssituation in Neuruppin insgesamt positiv ein. Es werden vor allem Bedarfe an Bekleidung/ Textilien, Bau- und Heimwerkerartikel sowie an einem Kaufhaus gesehen. Bei dieser Befragung wurden keine Standorte in der Stadt unterschieden.

2.5. Umsätze und Zentralitäten des Neuruppiner Einzelhandels

(vgl. auch Grundlagengutachten ab S. 82)

Hochgerechnet auf den Verkaufsflächenbestand setzt der Neuruppiner Einzelhandel insgesamt etwa 166,3 Mio. € im Jahr um. Die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer gibt an, welche Ausstrahlungskraft der Neuruppiner Einzelhandel in die Nachbarkommunen hat. Die rechnerisch ermittelte Zentralität liegt bei 1,13 was auf eine Leistungsstärke hinweisen könnte, da der Basiswert von 1 überschritten wird. Auch wenn in einigen Branchen Strukturschwächen erkennbar sind, besitzt die Fontanestadt eine deutliche Ausstrahlungskraft auf das Umland. Das ist in ländlichen Strukturen ohne echte Konkurrenz im Umfeld zu erwarten. Deshalb ist ein genauerer Blick auf die Branchenabdeckung sinnvoll, notwendig, empfehlenswert und ggf. vorhabensbezogen ergänzbar.

Die Branchen wie Möbel, Wohneinrichtungsbedarf, Haushaltsgeräte, medizinische u. orthopädische Artikel sowie Bau- und Gartenmarktsortimente bleiben jedoch unter der Zentralität von 1,0, was bedenklich ist. *(siehe Grundlagengutachten, Tabelle 11, Seite 83)*

In den umsatzintensivsten Branchen erfasst das REIZ für die städtische Bevölkerung zwischen 30 und 50%. Da die Hälfte der Kunden des REIZ aus dem Stadtumland kommen, während es bei der Innenstadt nur 36% sind, ist das o.g. Entwicklungspotential in den typischen Innenstadtbranchen auch nur zur Innenstadtbelegung verfügbar. *(siehe Grundlagengutachten S 76 bis 78 und 70,71)*

3. Prognose der Verkaufsflächenspielräume

(vgl. auch Grundlagengutachten ab S. 86)

Im Ergebnis der Auswertung des Grundlagengutachtens zum Einzelhandelskonzept, wurden Verkaufsflächenpotentiale ermittelt, die einen groben Rahmen darstellen und Orientierungscharakter haben, dabei wurden Bedarfe bis 2017 benannt. Diese Berechnung wird von wichtigen Faktoren beeinflusst wie:

- rückläufige Bevölkerungsentwicklung bis 2020
- daher partiell Umsatzrückgang möglich, aber nicht zwingend sinkende Zentralität
- überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung

Den künftigen Entwicklungen der ermittelten Verkaufsflächenpotentiale sind Grenzen gesetzt, da zusätzliche Kaufkraft nur zu einem bestimmten Maße und in bestimmten Branchen mobilisiert werden kann. Anhand der Art, Lage und des Umfanges kann die Tragfähigkeit und Verträglichkeit eines Vorhabens abgeschätzt werden. Durch zusätzliche Konkurrenz kann es zu spürbaren Umsatzumverteilungen, Umsatzverlusten und zur Verdrängung bestehender Einzelhandelseinrichtungen kommen.

Es ergeben sich allein aus der städtischen Einwohnerzahl rein rechnerisch zusätzliche Flächenpotentiale von insgesamt ca. 7.000m² als optimistische Variante bis zum Jahre 2017. *(Hinweis auf das Grundlagengutachten Seite 88)* Diese Verkaufsflächenpotentiale sollen jedoch keine Standortentwicklungen innerhalb einzelner Branchen verhindern, d.h. an städtebaulich sinnvollen und gewünschten Stellen und im Zusammenhang mit bestehenden Geschäftsbereichen können sich vorhandene Betriebe durchaus zusätzlich durch Ergänzungsflächen an moderne Marktgrößen anpassen, wenn alle übrigen Kriterien zum Schutz des Hauptgeschäftsbereiches berücksichtigt werden.

4. Entwicklungsperspektiven

(siehe Grundlagengutachten, einzelne Szenarien ab S. 90-100)

Das zukünftige Entwicklungsleitbild geht von einer räumlich funktionalen Gliederung der verschiedenen Einzelhandelsstandorte im Stadtgebiet aus. Die daraus entwickelte Empfehlung lautet: Es ist eine zentrenverträgliche Steuerung der künftigen Einzelhandelsentwicklung zu verfolgen *(Abb .im Grundlagengutachten S. 100)*.

Die oberste Priorität liegt auf dem Erhalt und der Stärkung des Hauptgeschäftsbereiches (Innenstadt) und der wohnortnahen Grundversorgung sowie auf integrierte Ergänzungsstandorte. Dies bedeutet eine Sicherung des Einzelhandelsstandortes im Zentrum, wo alle Investitions- und Ansiedlungsinteressen

gefördert bleiben, soweit sie städtebaulich verträglich sind. Nicht zu realisierende Angebote können sich im Sinne der Arbeitsteilung an Ergänzungsstandorten ansiedeln. Die Einzelhandelsentwicklung soll durch eine stringente Planungspraxis gesteuert und Planungssicherheit soll geschaffen werden. Umfangreiche gesetzliche Eingriffs- und Lenkungsmöglichkeiten sollen vollständig ausgeschöpft werden.

4.1. Leitbild

- Stärkung der innerstädtischen Funktionen
- Sicherung und Ausbau der wohngebietsbezogenen Nahversorgung und bestehender Strukturen im gesamten Stadtgebiet
- Berücksichtigung sowie Abstimmung stadtentwicklungspolitischer und betriebswirtschaftlicher Aspekte
- Hauptgeschäftsbereich = schützenswerter, zu entwickelnder zentraler Versorgungsbereich (Innenstadt) gem. §§ 2 (2), 9 (2a) sowie 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO
- Entwicklung zentrenrelevanter Sortimente im Bestand und Konzentration nicht-innenstadtrelevanter Sortimente am Ergänzungsstandort REIZ mit Nahversorgungsfunktion und autokundenorientiert mit regionaler Ausstrahlung

4.2. Neuruppiner Sortimentsliste

(vgl. auch Grundlagengutachten S. 110-115)

Die Differenzierung erfolgt nach zentrenrelevanten, nicht- zentrenrelevanten und nahversorgungsrelevanten Sortimenten (Teilmenge der zentrenrelevanten Sortimente).

Zentrenrelevante Sortimente werden nach folgenden Kriterien bestimmt:

Vielfältige Einzelhandelsstruktur, hohe Besucherfrequenz insbesondere von Laufkundschaft, städtebauliche Integrationsfähigkeit sowie gute Einzelhandelszentralität, Kopplungsaffinität, Transportfähigkeit, Verteilung der Einzelhandelsangebote in der Fontanestadt

Nicht- zentrenrelevant sind dagegen vor allem Sortimente:

Oft mit geringer Flächenproduktivität, mit hohem Flächenbedarf, die zentrale Standorte nicht prägen und die auf Grund ihrer Größe und Beschaffenheit überwiegend an nicht- integrierten Standorten angeboten werden.

Die nach Landesplanung vorgegebenen Sortimentslisten sind auf die jeweiligen Kommunen nicht ohne Überprüfung übertragbar, da sie einzelfallbezogen differenziert festzulegen sind und die örtlichen Gegebenheiten zu berücksichtigen haben. Nur so kann eine Sortimentsliste in einem Bebauungsplan als rechtssicher gelten. Für die Fontanestadt soll im Ergebnis des Grundlagengutachtens folgende Sortimentsliste gelten und bei der Schaffung von Planungsrecht eingesetzt werden:

Neuruppiner Sortimentsliste

Zentrenrelevanz	Sortiment
1. Zentrenrelevante Sortimente, auch nahversorgungsrelevante Sortimente	Backwaren, Fleischwaren, Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tabakwaren und Getränke) Kosmetikartikel, Drogerie- und Körperpflegeartikel pharmazeutische Artikel Zeitungen und Zeitschriften Schnittblumen
2. Zentrenrelevante Sortimente	medizinische und orthopädische Artikel
	Sortimentsbuchhandel, Papierwaren, Schul-, Büroartikel, Büromaschinen
	Herrenbekleidung, Damenbekleidung, Kinderbekleidung, Lederbekleidung, Meterware für Bekleidung, Dessous/Nachtwäsche, sonstige Bekleidung, Berufsbekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren
	Schuhe, Sportschuhe, Lederwaren, Taschen
	Sportartikel und -geräte, Sportbekleidung, Waffen & Jagdbedarf
	Babyartikel, Spielwaren, Bastelbedarf im weitesten Sinne, Musikinstrumente, Sammlerbriefmarken, Pokale
	Schneidwaren, Bestecke, Haushaltswaren, Glas, Feinkeramik, Geschenkartikel, Antiquitäten, Bilderrahmen, Haus- und Tischwäsche, Heimtextilien, Dekostoffe, Wohneinrichtungsbedarf (Holz, Korb-, Korkwaren), Leuchten und Leuchtmittel, Kunstgewerbe, Bilder, Gardinen
	Rundfunk-, Fernseh-, phonotechnische Geräte, Videokameras, -rekorder, Telefone und Zubehör, Audio / CD, DVD, Zubehör zur Unterhaltungselektronik, PC und Zubehör, Software, Bild- und Tonträger, Foto
	Elektrokleingeräte (z. B. Toaster, Kaffeemaschinen, Rühr- und Mixergeräte, Staubsauger, Bügeleisen etc.), Elektrogroßgeräte
	Uhren, Schmuck
Optik	
3. Nicht-zentrenrelevante Sortimente	Campingartikel & Zubehör, Zelte
	Fahrräder und Zubehör, Boote und Zubehör
	Rollläden, Markisen
	Matratzen, Bettwaren
	Möbel, Büromöbel, Küchenmöbel, Gartenmöbel
	Baumarktsortiment (Bauelemente, Baustoffe, Bodenbeläge, Teppichboden-Auslegware, Eisenwaren und -beschläge, Elektroinstallationsbedarf, Tapeten, Lacke, Farben, Fliesen, Baustoffe, Bauelemente, Schrauben, Kleineisen, Installationsbedarf, Werkzeuge und Maschinen, Elektrozubehör, Holz, Kamine, Sanitärbedarf)
	Pflanzen, Sämereien

	Zoologischer Bedarf (Tierfutter, -zubehör, lebende Tiere)
	Erotikartikel

4.3. Entwicklungsbereiche

(vgl. auch Grundlagengutachten ab S. 115)

Für den Neuruppiner Hauptgeschäftsbereich ist es von besonders großer Bedeutung, die ansprechende Struktur der Haupt- und Nebenlagen und die städtebauliche und architektonische Attraktivität des historisch gewachsenen Hauptgeschäftsbereiches zu bewahren und auszubauen. Entscheidend ist die Bildung einer funktionalen Einheit aus multifunktionalen Nutzungen.

4.3.1. Entwicklungsbereich: Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich (Karl-Marx-Straße und Nebenlagen)

Städtebauliche Empfehlungen

Die Abgrenzung des Hauptgeschäftsbereiches erfolgt als Schutz vor einer „Überdehnung“ und zum Schutz vor weiteren Ansiedlungen von zentrenrelevantem Einzelhandel in nicht integrierten Lagen. Es sind zur Förderung des Zentrums mit einem konsequenten Ausbau aktive Strategien und Konzepte zu verfolgen (Innenstadtmarketing). Maßnahmen müssen von privaten Akteuren, Entwicklern und Investoren durchgeführt werden, die Stadt hat hier eine Mitwirkungsaufgabe bzw. wirkt als Katalysator, um Prozesse in Gang zu setzen.

Bei Umgestaltungsmaßnahmen in der denkmalgeschützten Innenstadt im öffentlichen Raum zum Zwecke der Aufwertung und Belebung ist darauf zu achten, dass diese zukünftig barrierefrei erfolgen, damit sie auch von den entsprechenden Personengruppen umfänglich genutzt werden können.

(siehe Grundlagengutachten, Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches, Karte 17, Seite 117)

Folgende Ziele sollten innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches verfolgt werden.

1. Die Hauptlage ausbauen (zwischen Präsidenten- und Schinkelstraße)

- Leerstand beseitigen
- Erschließung neuer Ladenlokale, vorhandene erweitern oder zusammenlegen
- Entwicklung in die Tiefe der Blöcke, soweit keine städtebaulichen Spannungen erzeugt werden
- Bildung größerer bzw. zusammenhängender Geschäftseinheiten
- auch kleine Warenhäuser, Einkaufszentren
- Ansiedlung von Fachgeschäften mit Standard und hochwertigen Sortimenten
- Umstrukturierung des Trend- Kaufhauses zum hochwertigen Einzelhandelsmagneten, ggf. unter Einbeziehung benachbarter Grundstücke
- Bekleidung, Lederwaren, Schuhe sind für die Hauptlage besonders gut geeignet und bedarfsgerecht

2. Umbau der Karl-Marx-Straße zu einer Adresse

- langfristige Umgestaltung zu einem Boulevard
- Reduzierung des motorisierten Individualverkehrs
- Verlagerung des Durchgangsverkehres zum Seedamm, vor allem LKW und damit Reduzierung der Lärmemission
- Steigerung der Aufenthaltsqualität

3. Die Hauptlage profilieren

- keine Discountorientierung des Einzelhandels
- hochwertige Waren des periodischen Bedarfs
- Ansiedlung von Geschäften mit regionalen Produkten, Nischensortimenten, Spezialanbietern für die Region
- Qualitätsoffensive in Ergänzung zum niedrigen Preisangebot von innenstadtypischen Sortimenten
- nahversorgungsrelevanter Ausbau der Angebote auch rund um den Schulplatz
- Belebung des zentralen Außenbereiches am Schulplatz, kulturelle Angebote
- zielführende Kooperation mit den Anliegern, Gewerbetreibenden, Immobilienbesitzern
- Strategien für gemeinsame Information und Werbung

4. Die Karl-Marx-Straße am Bahnhof (Rheinsberger Tor) stärken

- Neuansiedlungen zentrenrelevanter Leitbranchen soweit nicht zwischen Bräse- und Kirchplatz ansiedelbar
- Potentialfläche: ehemaliges Kaufhaus für neue, ergänzende Nutzungen aktivieren
- Ansiedlung einzelhandelsaffiner Dienstleistungen, sowie von Spezial- und Nischenanbietern
- hochwertige Außendarstellung
- Imagebildung am Kirchplatz mit kultureller Nutzung, attraktives Dienstleistungs- und Gastronomieangebot, Tageskultur zur Überbrückung des geschäftslosen Abschnittes
- Umgestaltung und Beruhigung der Straße
- höherwertiger Standard der gewerblichen Nutzung
- Wohnen in den Obergeschossen zur Belebung und sozialen Kontrolle

5. Die Außendarstellung optimieren und weiterentwickeln

- Stärkung der Außendarstellung von Geschäften, vor allem in den Randbereichen
- Außenbestuhlung der Gastronomie mit hochwertigem Erscheinungsbild
- Wettbewerbsverfahren zur Erlangung beispielhafter Gestaltungsvorschläge für Werbung und Schaufenster im historischen Ambiente
- gemeinsam durchzuführende Aktionen und Ausstellungen
- bei Nutzung des öffentlichen Raumes mit Sondernutzungen auf Gestaltung und Bewegungsräume achten
- Exkursionen in andere Städte durch die Händler (Erfahrungsaustausch, Ideengewinnung)

6. Den öffentlichen Raum pflegen

- Pflege des öffentlichen Raumes durch die Anlieger, Sauberkeit der Fußgängerbereiche
- besseres Erscheinungsbild zwecks Attraktivität der Einkaufslage
- mobiles Grün, Ampeln, Pflanzgefäße für eine positive Einkaufsatmosphäre

- koordiniertes Vorgehen für ein besseres Gesamtbild
- Zusammenarbeit mit den Anliegern, einheitliche, hochwertige Pflanzgefäße / Pflege in Zusammenarbeit mit der Stadt

7. Die Innenstadt „bespielen“

- abwechslungsreiche kulturelle Angebote, koordiniertes Vorgehen
- Einbeziehung der ortsansässigen Einzelhändler
- anspruchsvolle Veranstaltungen, Ausbau und Ergänzung bestehender Aktivitäten
- Freiflächen / Plätze bespielen
- Einbeziehung der neu gestalteten Uferbereiche

8. Orientierung zum See

- Steigerung der Attraktivität der Innenstadt durch den Bau der Uferpromenade
- im Seeviertel Gastronomie, Betriebe des Beherbergungsgewerbes, Kunsthandwerk, Galerien etablieren
- Gestaltung der Wege vom und zum Ufer
- Lenkung von Gästen auf Fußwegen ins Zentrum: Beschilderung am Ufer

4.3.2. Entwicklungsbereich: solitäre Nahversorgungsstandorte

(vgl. auch Grundlagengutachten ab S. 126)

Die solitären Nahversorgungsstandorte dienen der wohnortnahen Grundversorgung der Bevölkerung. Die Standorte fallen für die nahversorgungsrelevanten Sortimente der Gruppe 1 der Tabelle Seite 12 (Neuruppiner Sortimentsliste) nicht unter das Schutzregime des zentralen Versorgungsbereiches, es gilt die Nahversorgungsfunktion am jeweiligen Standort sicher zu stellen. Weitere Ansiedlungen mit typischen zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb des Hauptgeschäftsbereiches sollen vermieden werden. Ein Ausbau der vorhandenen Märkte sollte positiv bewertet werden, sofern das Vorhaben nicht über die Nahversorgungsfunktion hinausgeht (*Verweis auf die Anwendung der 35%- Regel-siehe Erläuterungen im Anhang*)

Nachfolgende 3 Standorte erfüllen eine wichtige Funktion für die wohnungsnahe Grundversorgung:

1. Neustädter Straße/ Kränzliner Straße

Standort LIDL; im Angebot begrenzter Nahversorger; Möglichkeit der wettbewerbsmäßigen Anpassung der Betriebsgröße bei Wechsel vom Lebensmitteldiscounter zum Vollsortimenter, was anzustreben ist.

2. Fehrbelliner Straße/ Trenckmannstraße

Standort Aldi und Penny; im Angebot begrenzter Nahversorger und autokundenorientiert; Sicherung und notwendiger Ausbau als Vollsortimenter mit idealem Betriebsformenmix; Existenz der Lebensmittelanbieter im innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich dürfen nicht gefährdet werden; keine zusätzliche Ansiedlung eines weiteren Lebensmitteldiscounters; bauleitplanerische Absicherung zur Begrenzung der Flächen und zum Ausschluss zentrenrelevanter Kernsortimente sowie des Anteils der Discounterflächen im neuen Plangebiet.

3. Alt Ruppin

Standorte LIDL und Aldi; im Angebot begrenzte Nahversorger auch für die übrigen Ortsteile; Möglichkeit der wettbewerbsfähigen Anpassung der Betriebsgröße bei Wechsel zum Vollsortimenter bzw. Optimierung durch Betriebsformenmix, sofern der innerstädtische Hauptgeschäftsbereich nicht gefährdet wird.

weitere Standorte: Nordring (Real), Bütower Weg/ „Holländer Mühle“ (Netto), Zur Mesche (Plus) = zukünftig Bestandsschutz

Die Nahversorgungsstandorte genießen Bestandsschutz, haben jeweils mangels Mantelbevölkerung für ihre Größen eine geringe Nahversorgungsfunktion; keine Entwicklungen zum Schutz und zur Stärkung des zentralen Nahversorgungsbereiches. (siehe Grundlagengutachten, Karte 16, Seite 109)

4.3.3. Entwicklungsbereich: Ergänzungsstandort „Ruppiner Einkaufszentrum“ (zwischen B167 und Heinrich Rau Straße)

(vgl. auch Grundlagengutachten ab S. 128)

- Nahversorgungsfunktion
- stark autokundenorientierte regionale Versorgungsfunktion
- Bestandsschutz für bestehendes Kommunikationszentrum neben dem Hauptgeschäftsbereich mit Kino, Gastronomie, kulturellen und gesundheitsbezogenen Angeboten und saisonalen Festen – kein weiterer Ausbau dieses Sektors
- weitere räumliche Konzentration nicht- zentrenrelevanter Kernsortimente
- Bestandsschutz als funktionaler Ergänzungsstandort des Hauptgeschäftsbereiches für Einzelhandelsbetriebe
- bereits vorhandene Betriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten genießen Bestandsschutz mit ihren in nachstehender Tabelle genannten Größen
- mögliche Umstrukturierungen und Entwicklungsspielräume mit Beschränkung der sortimentsspezifischen Verkaufsflächen einzelner Hauptbranchen (siehe nachstehende Tabelle S. 17/18)
- ansonsten keine Überschreitung der Verkaufsflächen bei nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten
- Festsetzung der Verkaufsflächen im Rahmen der Bauleitplanung, um Entwicklung planungsrechtlich festzuschreiben

Die nachfolgende Tabelle enthält zukünftige Entwicklungsgrößen für zentrenrelevante Verkaufsflächen, die zum einen in Anlehnung an das Grundlagengutachten und zum anderen nach aktuellem Vergleich (Jan.-April 2009) der Bestandsflächen im REIZ (mit dem Centermanagement abgeglichen) festgelegt wurden. Dabei gab es zum Teil merkliche Abweichungen zu den durch das Büro Junker und Kruse 2007 erfassten Zahlen, da in den vergangenen 2 Jahren zahlreiche Umstrukturierungen im REIZ erfolgt sind. Diese neuen abgeglichenen Verkaufsflächen (im Bestand) wurden nun für die abgestimmte Festlegung der künftig zulässigen zentrenrelevanten Verkaufsflächen herangezogen. Dabei berücksichtigt wurden auch aktuell vorliegende Baugenehmigungen, z.B. für den Umbau von Kaufland mit Integration eines neuen Getränkemarktes auf den ehemaligen Flächen von Bruns, sowie weitere aktuelle Veränderungen um Spielwaren (Herrmann), Home-shop, Parfümerie und Bekleidung (16 acht 16). Weiterhin wurden auch Sortimente berücksichtigt die einmal Bestand hatten, z.Z. aber nicht mehr vorhanden sind (Bsp. Sportartikel, Bekleidungs-

Foxmarkt). Die Bestandszahlen sind nicht gerundet, um die Herkunft und Zuordnung auch künftig nachvollziehen zu können.

Die nachstehenden Sortimente werden in Anlehnung an die Neuruppiner Sortimentsliste aufgeführt und beinhalten hier ausschließlich zentrenrelevante Sortimente, die es zu regeln gilt, da sie sich auch außerhalb des Hauptgeschäftsbereiches befinden. Soweit es sich um den Ergänzungsstandort handelt und das REIZ eine über die Nahversorgung hinausgehende Funktion erfüllt, sollen die zentrenrelevanten Sortimente hier nicht ausgeschlossen, sondern auf den heutigen Bestand beschränkt festgeschrieben werden. Die jeweiligen Entwicklungsspielräume innerhalb der Sortimente dienen dazu, auf künftige Umstrukturierungen reagieren zu können, ohne dass jedoch die bestehende Gesamtverkaufsfläche an zentrenrelevanten Sortimenten erhöht wird. Die folgenden Verkaufsflächen beziehen sich auf alle Einzelhandelsflächen zwischen B167 und Heinrich- Rau Straße und sind entsprechend der Baukörper differenziert benannt.

Inhaltliche Erläuterungen zur nachfolgenden Übersicht:

- Die Verkaufsflächen der Standorte Aldi und Edeka wurden in der Tabelle im Detail nicht sortimentspezifisch aufgelistet. Die Gesamtverkaufsfläche beträgt (nach Eigentümerangaben) 3.350 m², wobei davon der Bereich Nahrungs- und Genussmittel 2.317 m² ausmacht. Die anteiligen zentrenrelevanten Sortimente werden hier nicht einzeln benannt, da sie separat einem Gebiet/ Baufeld zugeordnet und später im Bebauungsplan definiert werden sollen.

- Die Verkaufsflächen von Kaufland gem. Bauantrag betragen: 4.247,23m² + 784,82m² (Getränke). In der Summe sind 2.000m² zentrenrelevante Sortimente enthalten, die sich in den einzelnen Spalten der unten stehenden Sortimente wiederfinden, aber auf Grund der Kleinteiligkeit nicht einzeln aufgeschlüsselt und zugeordnet wurden. Auch die Konzessionäre (vor Kaufland) mit 828,06m² wurden in die erste Spalte einbezogen.

aktuelle und zukünftige maximal zulässige zentrenrelevante Verkaufsflächen im „REIZ“

Zentrenrelevante Sortimente	Aktueller Bestand in m ² im Hauptbaukörper mit Kaufland erfasst Jan.- April 2009	Zukünftige max. zulässige Verkaufsfläche bis max.... m ² im Hauptbaukörper mit Kaufland	Zukünftige max. zulässige Verkaufsfläche bis max.... m ² alle Vkfl. außerhalb des Hauptbaukörpers (Entspricht dem Bestand)
Nahrungsmittel und Tabakwaren Getränke	5.860,11 (Kaufland: mit Lebensmittel, Getränke, Konzessionäre und zentrenrelev. Sortimente)	3.900 (Kaufland: nur Lebensmittel + Getränke) <i>(2.000m² zentrenrelevante Sortimente gehen in den folgenden Zahlen dieser Spalte auf)</i>	3.350 (Aldi/ Edeka) + 310 (Getränke am Kino)
Pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel	200,48	200	0
Drogerie/ Drogeriemärkte inklusive Kosmetik- und Körperpflegeartikel	642,99	850	0
Schnittblumen	<i>(30m² befinden sich innerhalb der Mall) – hier nicht summiert</i>	120*	0

Papierwaren, Schul- und Büroartikel, Büromaschinen, Zeitungen, Zeitschriften, Bücher	41,34	200*	0
Herrn-, Damen-, Kinder- und Lederbekleidung, Meterware für Bekleidung, Dessous, Nachtwäsche, sonstige Bekleidung, Berufsbekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren	2.877,14	3.000	1.450 (1.449,03) <i>(davon ehem. Fox mit 836,81 *)</i>
Schuhe, Sportschuhe, Lederwaren, Taschen	1.108,47	1.250	0
Sportartikel, -geräte, Sportbekleidung	0	450*	0
Babyartikel, Spielwaren, Bastelbedarf im weitesten Sinne	0	750*	0
Schneidwaren, Bestecke, Haushaltswaren, Glas, Feinkeramik, Geschenkartikel, Antiquitäten, Bilderrahmen, Haus- und Tischwäsche, Heimtextilien, -artikel, Dekostoffe, Wohneinrichtungsbedarf (Holz, Korb- und Korkwaren), Leuchten und Leuchtmittel, Kunstgewerbe, Bilder, Gardinen	441,34	1.000	450 (451,97) <i>(Komma 10)</i>
Rundfunk-, Fernseh-, phonotechnische Geräte, Videokameras-, rekorder, Telefone und Zubehör, Audio/ CD, DVD, Zubehör zur Unterhaltungselektronik, PC und Zubehör, Software, Bild- und Tonträger, Foto	1.185,50	1.100	0
Elektrokleingeräte (z.B. Toaster, Kaffeemaschinen, Rühr- und Mixgeräte, Staubsauger, Bügeleisen, etc.) Elektrogroßgeräte	<i>Anteil in Zeile zuvor (Expert gesamt mit 1.000m²) - hier nicht summiert</i>	500*	0
Uhren, Schmuck	76,39	100	0
Optik	90,25	100	0
gesamt	12.524,01	13.520**	5.560

* - zusätzliche Verkaufsflächen gegenüber dem aktuellen Bestand

** - Diese Summe ist in der Gesamtheit und im Rahmen der vorhandenen Bausubstanz nicht umsetzbar, es handelt sich um Maximalwerte, die jeweils zur Auswahl bei immer wiederkehrenden Umstrukturierungen stehen

Die Differenz zwischen Bestand und zulässiger zentrenrelevanter Verkaufsfläche im Hauptbaukörper von rund 1.000 m² dient als Puffer, um bei weiteren Umstrukturierungen innerhalb der Sortimente Spielraum zu schaffen und künftige Ansiedlungen nicht zu erschweren. Detaillierte Zulässigkeiten für einzelne Sortimente und Verkaufsflächen müssen im nachfolgenden Bebauungsplanverfahren planungsrechtlich festgeschrieben werden.

Weitere vorhandene Verkaufsflächen im Hauptbaukörper des REIZ (mit Kaufland):

Dienstleistungen im REIZ:	992,37 m ²
Verkaufsflächen in der Mall:	560,00 m ² (= 20% der gesamten Mallfläche)
Verkaufsflächen vor dem Eingang:	600,00 m ²
gesamt:	<u>2.152,37 m²</u>

4.4. Tabubereiche

(vgl. auch Grundlagengutachten S. 132)

Tabubereiche für den Einzelhandel sind alle Gebiete, die nicht zentrale Lagen oder im Zusammenhang mit Wohngebieten deren Versorger sind oder hier im Konzept ausdrücklich als zentrale Versorgungsbereiche definiert sind. Gewerbe- und Industriegebiete bzw. sonstige im Zusammenhang bebaute Ortsteile ohne Einzelhandelsvorprägung sind für jeglichen neuen Einzelhandel planungsrechtlich auszuschließen. Die Ansiedlung von weiterem Einzelhandel im Bereich der Einfallsstraßen ist ebenso auszuschließen, wenn er automatisch einen zum Einzelhandelskonzept konkurrierenden Verkehrsbezug darstellt. Ausgenommen davon sind deshalb nur die solitären Nahversorgungsstandorte an der Neustädter und Fehrbelliner Straße sowie der Ergänzungsstandort REIZ.

Tabubereiche Kernstadt:

- übrige Fehrbelliner Straße
- Heinrich-Rau-Straße
- Bechliner Chaussee und übrige Neustädter Straße
- Certaldo-Ring
- Gerhard-Hauptmann-Straße/ Heinrich- Heine Straße/ Puschkinstraße
- Wittstocker Allee und Straße des Friedens
- Steinstraße
- Wuthenower Straße
- Gildenhaller Allee und Wuthenower Straße

Tabubereiche in Alt Ruppin:

- Rheinsberger Straße
- Anna- Petrat Straße
- Neuruppiner Straße
- Wulkower Chaussee

5. Grundsätze der räumlichen Entwicklung des Einzelhandels

(vgl. auch Grundlagengutachten ab S. 132)

Grundsätzliches Ziel sind räumliche, strukturelle, qualitative Verbesserungen der Angebotssituation im Hauptgeschäftsbereich mit einer deutlichen Qualitätserhöhung. Einzelhandelsstandorte aller Art sollen räumlich konzentriert werden, und es soll ein behutsamer quantitativer Ausbau nur für ungedeckte Bedarfsbranchen erfolgen. Die Entwicklung des Einzelhandels ist über kommunale Selbstbindung, durch die

Aufstellung von Bauleitplanverfahren und durch Beschlüsse der Stadtverordnetenversammlung zu steuern. Dadurch kann für alle Beteiligten Planungs-, Investitions- und Rechtssicherheit hergestellt werden.

Nachfolgende Grundsätze sollen dazu beitragen, die Zulässigkeit weiterer differenzierter Einzelhandelsansiedlungen an unterschiedlichen Standorten zu beurteilen.

Grundsatz 1

Neuansiedlungen und Bestandserweiterungen von Einzelhandelsbetrieben mit **zentrenrelevanten Kernsortimenten** sind nur im zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich zulässig und soweit unter Pkt. 4.3.3. für das REIZ definiert. Außerhalb des Hauptgeschäftsbereiches sind sie nur zur Deckung des wohnort-nahen Grundbedarfs der Bevölkerung und ohne Auswirkungen auf den Hauptgeschäftsbereich zulässig. Die Entwicklung vorhandener, stadtstrukturell sinnvoller Flächenreserven hat oberste Priorität.

Sie sind in Gewerbe-/Industriegebieten und Stadtrandlagen allgemein nicht zulässig (nur als Ausnahme wenn sie Randsortiment sind)

Grundsatz 2

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sind grundsätzlich im Hauptgeschäftsbereich und an weiteren Standorten (auch großflächig) zulässig. Sie sind nur entwicklungsfähig wenn sie dem Ausbau/ der Sicherung der Nahversorgung dienen und keine negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich haben. Sie sind in Gewerbe-/Industriegebieten und Stadtrandlagen nicht zulässig.

Sie dienen vorrangig zur Versorgung im fußläufigen Bereich (Anwendung der 35%-Regel, d.h.: Wenn der Umsatz höher ist als 35% der im fußläufigen Bereich vorhandenen Kaufkraft, geht die Versorgung über die reine Nahversorgungsfunktion hinaus -siehe hierzu auch Erläuterungen im Anhang).

Grundsatz 3

Unterhalb der Großflächigkeit sind **nicht- zentrenrelevante Kernsortimente** grundsätzlich dort im Stadtgebiet möglich, wo Einzelhandel und publikumsintensive Dienstleistungen prägend sind und wenn dies nicht durch städtebauliche Planungen räumlich gelenkt wird. Weitere Ansiedlungen oder Erweiterungen bestehender Handelsbetriebe sollten vorrangig in unmittelbarer Nähe bestehender Standorte, z.B. am Ergänzungsstandort „REIZ“ erfolgen. *(Erweiterungen bis zu 15 % der Gesamtverkaufsfläche und nur im nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich)*

Grundsatz 4

Ansiedlungsperspektiven für untergeordnete Verkaufsstätten in Verbindung mit **Gewerbebetrieben in GE- und GI- Gebieten („Handwerkerprivileg“)**, Bestands-sicherung von Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches und definierter Ergänzungsstandorte.

Ausnahmsweise können Verkaufsstätten von Handwerksbetrieben in GE- und GI- Gebieten zugelassen werden, wenn deren Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet und in unmittelbarem betrieblichem Zusammenhang errichtet ist sowie der Umsatz und die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb mit max. 20% deutlich

untergeordnet sind. Die Grenze der Großflächigkeit darf dabei keinesfalls überschritten werden. Die langfristige Sicherung eines bestehenden Standortes ist nur dann möglich, wenn die Erweiterungsfläche (Verkaufsfläche) maximal 10% der aktuell vorhandenen branchenspezifischen Gesamtverkaufsfläche der Stadt nicht überschreitet.

Grundsatz 5

Zentrenrelevante Randsortimente als Ausnahme: an nicht-integrierten Standorten von Betrieben, die an sich nicht-zentrenrelevante Sortimente führen, oder auch Lebensmittelhändler, dürfen in ihrer Angebotsform einen Anteil an Randsortimenten mit zentrenrelevanten Sortimenten nur als Ausnahme führen. Diese dürfen 10% der Gesamtverkaufsfläche nicht überschreiten.

Grundsatz 6

Abweichungen von den Grundsätzen 1 bis 5 setzen ein im Ergebnis einer Fortschreibung entsprechend geändertes Konzept voraus. Eine Fortschreibung erfordert die notwendigen Verfahrensschritte (gutachterliche Prüfung, Beteiligung T.ö.B., Beschlussfassung Stadtverordnetenversammlung usw.). Es ist stets sicher zu stellen, dass keine Monopolstrukturen geschaffen werden.

6. Einschätzung der Potentialflächen

(vgl. auch Grundlagengutachten ab S. 138)

Im Anschluss werden sechs Flächen benannt, auf denen ein verstärkter Ansiedlungs- und Erweiterungsdruck lastet oder zu erwarten ist. Hierbei wurde untersucht, ob Bereiche im Stadtgebiet zukünftig für die Weiterentwicklung von Einzelhandelsnutzungen geeignet scheinen und wo keine Ansiedlungen zu befürworten sind.

(Darstellungen zur Lage, siehe Grundlagengutachten, Karte 19, Seite 139)

*Bewertung der Potentialflächen
(Beschreibung und Lage, siehe auch Grundlagengutachten ab Seite 140)*

<i>Potential- flächen PF)</i>	<i>Ort</i>	<i>Größe</i>	<i>Fazit</i>
PF 1	Heinrich-Rau-Straße (nord-westlich, neben den Stadtwerken)	Gewerbefläche, ca. 34.000 m ²	Einzelhandelsansiedlungen unter Berücksichtigung des geringen absatzwirtschaftlichen Spielraums, der Bereitstellung v. Gewerbeflächen (prod. Gewerbe) und im Sinne der städtebaulichen Konzentration des Einzelhandelsangebotes sind nicht zu empfehlen
PF 2	Fehrbelliner Straße (HUCH)	Gewerbeflächen ca. 13.000 m ²	Empfehlung als Sicherung des Standortbereiches für die Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten keine weitere Ansiedlung von Discountern sondern qualitative Verbesserung, (keine zentrenrelevanten Sortimente) Risiko = Schwächung des Lebensmittelanbieters im Hauptgeschäftsbereich Nutzung durch Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten denkbar
PF 3	a) Arthur-Becker-Straße (ehemals Bürgerzentrum) b) Arthur- Becker-Straße / Otto-Grothwohl- Straße	ca. 4.200 m ² ca. 5.000 m ²	Einzelhandelsansiedlung mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten = Nahversorger für Großwohnsiedlung als qualitativer Wettbewerb Keine weiteren Potenziale nutzbar wegen Nähe zum Standort Fehrbelliner Straße und Treneckmannstraße Nutzung für nicht-zentrenrelevante Kernsortimente denkbar
PF 4 + 5	REIZ (neben Mc. Donald und Dänisches Bettenlager)	2 Grundstücke je 7.000 m ² (nordwestliche und nordöstliche Flächen)	Ausschluss der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten = Schutz des Hauptgeschäftsbereiches und des ausreichend ausgebildeten Ergänzungsstandortes rund um das REIZ Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten
PF 6	Bütower Weg / Kränzliner Straße (Plangebiet Holländer Mühle)	ca. 13.500 m ²	Einzelhandelsansiedlungen mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten zum Schutz des Hauptgeschäftsbereiches und gegenüber wohngebietsbezogener Nahversorger sind unbedingt auszuschließen. Nutzung für nicht- zentrenrelevante Kernsortimente denkbar/ empfehlenswert

Anhang: Anwendung der „35%- Regel“

- Überprüfung inwieweit Lebensmittelanbieter der Nahversorgung dient oder zusätzliche Kaufkraft abschöpft
- Herstellung der Relation zwischen potenziellem Umsatz des Vorhabens und sortimentsspezifischer Kaufkraft
- Es gilt ein Einzugsgebiet: $r = 700$ m um den Vorhabensstandort (*begründete Ausnahmen sind möglich z.B. im ländlichen Raum: $r > 700$ m*)
- Grundannahme = dass Anbieter max. Kaufkraft im Nahbereich 35 % nicht überschreitet
- Diese 35%- Regelung ist nicht mit der Monopol- Vermeidungsgrenze von 30% der branchenspezifischen Kaufkraftabschöpfung des jeweiligen Einzugsbereiches zu verwechseln, die für alle Sortimente und auch nicht zentrenrelevanten Angebote beachtet werden sollte. (*Verweis auf Grundsatz 6*)

Berücksichtigung folgender Eingangswerte bei der Berechnung:

- Einwohnerzahl (innerhalb des 700 m- Radius für Nahversorger)
- einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Bereich der jeweiligen Branche pro Einwohner
- Verkaufsfläche des Vorhabens
- potenziell zu erwartender Umsatz pro Quadratmeter (Flächenproduktivität);
- bei Nahversorger: Vollsortimenter ca. 4.000 Euro/ m²; Lebensmitteldiscounter je nach Betreiber ca. 5.000 bis 8.000 Euro/ m²; sehr differenziert bei anderen Branchen

Ist die sortimentsspezifische Kaufkraft (Einwohner x Kaufkraft x 0,35) gleich oder größer dem zu erwartenden Umsatz (Verkaufsfläche x Flächenproduktivität), ist davon auszugehen, dass das Vorhaben nicht über die Nahversorgungsfunktion hinausgeht und somit keine negativen Auswirkungen zu erwarten sind.