



# **Einzelhandelskonzept**

für die

## **Stadt Eisenhüttenstadt**

im Auftrag der  
Stadt Eisenhüttenstadt

**Oktober 2021**



Ausschließlich im Sinne einer einfacheren Lesbarkeit verzichten wir auf eine geschlechtsspezifische Schreibweise. Selbstverständlich sind immer gleichzeitig und chancengleich weibliche, männliche und diverse Personen angesprochen.



## **Inhalt**

|          |   |           |
|----------|---|-----------|
| <b>1</b> | <b>Vorbemerkung</b>   | <b>6</b>  |
| 1.1      | Aufgabenstellung  | 6         |
| 1.2      | Auftrag   | 6         |
| 1.3      | Untersuchungsmethode  | 6         |
| 1.4      | Arbeitskreise und Kommunikation   | 7         |
| 1.5      | Verwendete Datengrundlagen  | 8         |
| <b>2</b> | <b>Übergeordnete Rahmenbedingungen</b>  | <b>9</b>  |
| 2.1      | Überregionale Entwicklungstrends  | 9         |
| 2.2      | Der Einzelhandel in Deutschland   | 12        |
| 2.2.1    | Allgemeine Entwicklungen  | 12        |
| 2.2.2    | Periodischer Bedarf   | 13        |
| 2.2.3    | Aperiodischer Bedarf  | 13        |
| 2.2.4    | Online-Handel und Effekte auf die Stadtentwicklung  | 14        |
| 2.2.5    | Auswirkungen der Corona Pandemie  | 19        |
| 2.3      | Bauplanungsrechtliche Rahmenbedingungen für ein Einzelhandelskonzept                              | 20        |
| 2.3.1    | Europarechtliche Vorgaben   | 20        |
| 2.3.2    | Bundesrechtliche Vorgaben   | 20        |
| 2.3.3    | Landesrechtliche Vorgaben   | 21        |
| 2.3.4    | Kommunale Vorgaben  | 22        |
| 2.4      | Regionale Einordnung  | 22        |
| 2.4.1    | Der Standort Eisenhüttenstadt   | 22        |
| 2.4.2    | Demographische Entwicklung in der Region  | 22        |
| 2.4.3    | Raumstrukturelle Einordnung Eisenhüttenstadts   | 26        |
| 2.4.4    | Einzelhandelsrelevante Kaufkraft  | 27        |
| <b>3</b> | <b>Einzugsbereich und Marktpotenziale</b>   | <b>28</b> |
| 3.1      | Das Einzugsgebiet von Eisenhüttenstadt  | 28        |
| 3.2      | Wettbewerb und Entwicklung der Wettbewerbsposition  | 29        |
| 3.3      | Kaufkraftanalyse Eisenhüttenstadt   | 32        |
| 3.3.1    | Marktpotenzial  | 32        |
| 3.3.2    | Kaufkraft im Stadtgebiet  | 33        |
| <b>4</b> | <b>Analyse des Einzelhandelsbestandes und einzelhandelsrelevanter Aspekte in Eisenhüttenstadt</b> | <b>35</b> |
| 4.1      | Die lageräumliche Verteilung von Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben                      | 35        |
| 4.1.1    | Einzelhandel 2020 in Eisenhüttenstadt   | 35        |
| 4.2      | Die Entwicklung des Einzelhandels in Eisenhüttenstadt seit 2008                                   | 44        |
| 4.3      | Kaufkraftbindung  | 45        |
| 4.3.1    | Zentralitätswerte in der Stadt Eisenhüttenstadt   | 46        |
| 4.4      | Raum und Flächenbedarf  | 49        |
| <b>5</b> | <b>Ergebnisse der Verbraucherbefragung in Stadt und Umland</b>                                    | <b>51</b> |
| 5.1      | Methode und Vorgehensweisen   | 51        |
| 5.1.1    | Zielsetzung der Befragung   | 51        |
| 5.1.2    | Stichprobe  | 51        |
| 5.1.3    | Inhalte der Befragung   | 52        |
| 5.1.4    | Methode der Befragung   | 52        |
| 5.2      | Befragungsergebnisse Einkaufsverhalten  | 54        |
| 5.2.1    | Lebensmittel  | 54        |
| 5.2.2    | Drogeriewaren   | 58        |
| 5.2.3    | Bekleidung und Schuhe   | 61        |
| 5.2.4    | Haushaltswaren  | 63        |
| 5.2.5    | Elektrowaren  | 63        |
| 5.2.6    | Bücher, Schreibwaren  | 64        |
| 5.2.7    | Möbel- und Einrichtungsbedarf   | 64        |



|            |   |            |
|------------|---|------------|
| 5.2.8      | Bau- und Heimwerkerbedarf   | 65         |
| 5.2.9      | Hobby- und Freizeitbedarf   | 65         |
| 5.2.10     | Fehlende Einzelhandelssortimente, -branchen und -betriebe                               | 66         |
| <b>5.3</b> | <b>Verkehrsmittelnutzung bei Einkäufen</b>  | <b>67</b>  |
| 5.3.1      | Artikel des täglichen Bedarfs   | 67         |
| 5.3.2      | Artikel aperiodischen Bedarfs   | 67         |
| <b>5.4</b> | <b>Beurteilung verschiedener Angebote und Waren in Eisenhüttenstadt</b>                 | <b>68</b>  |
| <b>5.5</b> | <b>Beurteilung der Zentren von Eisenhüttenstadt und Fürstenberg</b>                     | <b>70</b>  |
| <b>5.6</b> | <b>Zusammengefasste Ergebnisse der Haushaltsbefragung</b>                               | <b>71</b>  |
| <b>6</b>   | <b>Nahversorgung in Eisenhüttenstadt</b>  | <b>72</b>  |
| <b>6.1</b> | <b>Bewertung der aktuellen Nahversorgungssituation</b>                                  | <b>72</b>  |
| <b>6.2</b> | <b>Gebiete mit Handlungsbedarf für die Nahversorgung in Eisenhüttenstadt</b>            | <b>78</b>  |
| 6.2.1      | Nahversorgungsangebote in den zentralen Versorgungsbereichen                            | 78         |
| 6.2.2      | Fehlende Nahversorgungsangebote   | 79         |
| 6.2.3      | Modernisierungsbedarf der Nahversorgungsangebote  | 79         |
| <b>7</b>   | <b>Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Eisenhüttenstadt</b>          | <b>80</b>  |
| <b>7.1</b> | <b>Leitbild und übergeordnete Ziele</b>   | <b>80</b>  |
| 7.1.1      | Sicherung und Weiterentwicklung der mittelzentralen Versorgungsfunktion                 | 80         |
| 7.1.2      | Sicherung und Stärkung des hierarchisch gegliederten Standortnetzes                     | 81         |
| <b>8</b>   | <b>Entwicklungs- und Zentrenkonzept, Allgemeine absatzwirtschaftliche Grundlagen</b>    | <b>82</b>  |
| <b>8.1</b> | <b>Nahversorgung</b>  | <b>82</b>  |
| <b>8.2</b> | <b>Aperiodische Versorgung</b>  | <b>84</b>  |
| <b>8.3</b> | <b>Rahmenvorgaben des LEP HR</b>  | <b>86</b>  |
| <b>9</b>   | <b>Standortkonzept für die Stadt Eisenhüttenstadt.</b>                                  | <b>88</b>  |
| <b>9.1</b> | <b>Praktische Bedeutung von Zentralen Versorgungsbereichen</b>                          | <b>88</b>  |
| 9.1.1      | Definition und Festlegung Zentraler Versorgungsbereiche                                 | 88         |
| 9.1.2      | Schutz- und Entwicklungsfunktion von Zentralen Versorgungsbereichen                     | 89         |
| <b>9.2</b> | <b>Ableich mit dem bestehenden Einzelhandels- und Zentrenkonzept (Stadt und Handel)</b> | <b>90</b>  |
| 9.2.1      | Das ursprüngliche Standortkonzept   | 90         |
| <b>9.3</b> | <b>Standorthierarchie und Versorgungsfunktionen</b>                                     | <b>90</b>  |
| 9.3.1      | Grundlagen für die Definition der Zentren in Eisenhüttenstadt                           | 92         |
| 9.3.2      | Systematisierung der Einzelhandelsstandorte in Eisenhüttenstadt                         | 92         |
| <b>9.4</b> | <b>Zentrale Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte in Eisenhüttenstadt</b>         | <b>93</b>  |
| <b>9.5</b> | <b>City Monitor</b>   | <b>95</b>  |
| 9.5.1      | Betriebs- und Absatzformen  | 95         |
| 9.5.2      | Ladeneinrichtung und Warenpräsentation  | 96         |
| 9.5.3      | Zielgruppenorientierung und Angebotsqualität  | 97         |
| 9.5.4      | Preisorientierung und Frequenzen  | 98         |
| 9.5.5      | Leerstände in Erdgeschosslagen im ZVB Innenstadtzentrum (einzelhandelsrelevante Lagen)  | 99         |
| <b>9.6</b> | <b>Zentraler Versorgungsbereich Innenstadtzentrum</b>                                   | <b>101</b> |
| 9.6.1      | Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadtzentrum                         | 102        |
| 9.6.2      | Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum | 104        |
| 9.6.3      | Abgrenzung von Einkaufslagen im Innenstadtzentrum von Eisenhüttenstadt                  | 109        |
| 9.6.4      | Entwicklungsziele und Handlungsempfehlungen   | 111        |
| 9.6.5      | Allgemeine Empfehlungen und Maßnahmen zur Stärkung des innerstädtischen Einzelhandels   | 114        |
| <b>9.7</b> | <b>Zentraler Versorgungsbereich Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg</b>                   | <b>117</b> |
| 9.7.1      | Absatzwirtschaftliche Ausstattung   | 117        |
| 9.7.2      | Ausgangssituation   | 121        |
| 9.7.3      | Entwicklungsziele   | 122        |
| 9.7.4      | Handlungsempfehlungen   | 124        |
| <b>9.8</b> | <b>ZVB Nahversorgungszentrum Fröbelring</b>   | <b>125</b> |
| 9.8.1      | Gebietsbeschreibung   | 125        |



|             |  |            |
|-------------|--|------------|
| 9.8.2       | Entwicklungsziele  | 128        |
| 9.8.3       | Handlungsempfehlungen  | 128        |
| <b>9.9</b>  | <b>Nahversorgungsstandorte</b>   | <b>129</b> |
| 9.9.1       | Nahversorgungsstandort Karl-Marx-Straße  | 129        |
| 9.9.2       | Perspektivischer Nahversorgungsstandort Diehloer Straße                        | 130        |
| <b>9.10</b> | <b>Sonderstandorte</b>   | <b>132</b> |
| 9.10.1      | Sonderstandort Marktkauf   | 132        |
| 9.10.2      | Sonderstandort Kaufland  | 135        |
| <b>10</b>   | <b>Sortimentskonzept für die Stadt Eisenhüttenstadt</b>                        | <b>136</b> |
| <b>10.1</b> | <b>Definition der Zentrenrelevanz</b>  | <b>136</b> |
| <b>10.2</b> | <b>Verteilung der Sortimente auf die Gebietskategorien in Eisenhüttenstadt</b> | <b>137</b> |
| <b>10.3</b> | <b>Eisenhüttenstädter Liste</b>  | <b>139</b> |
| <b>11</b>   | <b>Handlungsgrundsätze im Umgang mit Einzelhandel</b>                          | <b>143</b> |
| <b>11.1</b> | <b>Handlungsgrundsatz A</b>  | <b>144</b> |
| <b>11.2</b> | <b>Handlungsgrundsatz B</b>  | <b>145</b> |
| <b>11.3</b> | <b>Handlungsgrundsatz C</b>  | <b>147</b> |
| <b>11.4</b> | <b>Handlungsgrundsatz D</b>  | <b>148</b> |
| <b>12</b>   | <b>Umsetzungshilfen</b>  | <b>150</b> |
| <b>12.1</b> | <b>Beurteilung von Erweiterungsabsichten und Ansiedlungsvorhaben</b>           | <b>150</b> |
| <b>12.2</b> | <b>Baurechtliche Einordnung von Einzelhandelsansiedlungen in Baugebieten</b>   | <b>150</b> |
| 12.2.1      | Gewerbegebiete   | 150        |
| 12.2.2      | Industriegebiete   | 151        |
| 12.2.3      | Neue Sondergebiete mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten                  | 151        |
| 12.2.4      | Mischgebiete   | 151        |
| 12.2.5      | Standorte im Innenbereich gemäß §34 BauGB                                      | 151        |
| <b>12.3</b> | <b>Nachnutzung/ Umnutzung von Leerständen</b>                                  | <b>154</b> |
| <b>13</b>   | <b>Beschlussfassung des Einzelhandelskonzeptes</b>                             | <b>154</b> |
| <b>13.1</b> | <b>Planungserfordernis</b>   | <b>154</b> |
| <b>13.2</b> | <b>Notwendige Anpassungen im „Textbebauungsplan Einzelhandel“</b>              | <b>154</b> |
| <b>14</b>   | <b>Anhang</b>  | <b>155</b> |
| <b>14.1</b> | <b>Verzeichnisse</b>   | <b>155</b> |
| 14.1.1      | Abbildungsverzeichnis  | 155        |
| 14.1.2      | Tabellenverzeichnis  | 158        |
| <b>14.2</b> | <b>Absatzformen – Definitionen</b>   | <b>159</b> |
| <b>14.3</b> | <b>Markt und Standort Warengruppensystematik 2021</b>                          | <b>162</b> |



## **1 Vorbemerkung**

### **1.1 Aufgabenstellung**

Das derzeit gültige Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Eisenhüttenstadt stammt aus dem Jahr 2009 und wurde mit Daten aus dem Jahr 2008 erarbeitet. Die Fortschreibung beinhaltet neben einer Untersuchung des Marktgebietes eine umfassende Aufnahme und Analyse des Bestands zum Zeitpunkt Winter 2020/2021. Für das Stadtgebiet werden zentrale Versorgungsbereiche und relevante Ergänzungsstandorte definiert sowie eine Sortimentsliste und Grundsätze und Ziele für die Einzelhandelsentwicklung Eisenhüttenstadts aufgestellt.

Da das Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009 stammt, aber als städtebauliches Entwicklungskonzept nach §1 (6) Nr. 11 BauGB den Grundsätzen und Zielen der Raumordnung anzupassen ist, werden im Rahmen der Fortschreibung die kommunalen Entwicklungsziele (Leitlinien und Ziele) mit den Zielen und Grundsätzen des Landesentwicklungsplans Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg in Einklang gebracht.

Das Rückgrat für die Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist der Bebauungsplan Nr. 31-03/09 Textbauungsplan Einzelhandel inkl. 1. Änderung sowie 1. und 2. Teilaufhebung, der auf die neuen Ergebnisse angepasst werden muss.

Die Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH aus Erlangen wurde mit der Aktualisierung des Einzelhandelskonzeptes beauftragt.

### **1.2 Auftrag**

Der Auftrag besteht aus fünf Schwerpunkten:

- der Bewertung der Angebots- und Nachfragesituation im Einzelhandel der Stadt Eisenhüttenstadt
- dem Aufzeigen von Entwicklungstendenzen, Potenzialen und Zieldefinitionen (im Zeithorizont 2030) für den Einzelhandelsstandort Eisenhüttenstadt
- dem Erstellen eines räumlich-funktionalen Einzelhandelskonzeptes als Fortschreibung des bestehenden Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2009
- der Umsetzung und Anwendung von ebenjenem Einzelhandelskonzept sowie die Anpassung des bestehenden Textbauungsplans
- dem Erstellen eines Entwicklungs- und Umsetzungskonzeptes für das Innenstadtzentrum

Für das gesamte Stadtgebiet wird der Bestand des Einzelhandelsbesatzes in den jeweiligen Gebäuden erfasst. Die Dienstleistungsbetriebe wurden in den zentralen Versorgungsbereichen im Erdgeschoss erfasst.

Im Anschluss an die Analyse des Bestandes, auch unter Berücksichtigung veränderter Rahmenbedingungen, wie Bevölkerung, Einzelhandelstrends, Wettbewerb, Online-Handel etc. werden die Abgrenzungen der Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte überprüft und ihre Entwicklungsmöglichkeiten aufgezeigt.

Neben der datenbasierten Aktualisierung werden auch eine Aktualisierung des Leitbildes und der Entwicklungsziele sowie der Steuerungsgrundsätze des Einzelhandelskonzeptes geprüft.

Auftraggeber ist die Stadt Eisenhüttenstadt.

Der Auftrag wurde im November 2020 erteilt.

### **1.3 Untersuchungsmethode**

Grundlage der Fortschreibung ist das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt + Handel GbR vom März 2009.

Für die Fortschreibung der Einzelhandelsanalyse sind umfangreiche empirische Arbeiten (Bestandserhebungen, Standortbewertungen, Zentrenbegehungen, Abgrenzungen von Haupteinkaufsbereichen, etc.) und die Ermittlung der Einkaufsbeziehungen in der Region erforderlich. Darüber hinaus



sind auch statistische Analysen zur Ermittlung von Kaufkraft und einzelhandelsrelevanten Potenzialen notwendig. Im Folgenden finden sich kurze Abrisse über die methodischen Ansätze und die verwendeten Modellparameter.

Generelle Grundlage der Untersuchung sind zum einen umfassende Erhebungen der betrachteten Zentren sowie die Recherche der im Einzugsbereich ansässigen (großflächigen) Einzelhandelsbetriebe. Erhoben wurden alle Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet nach ihrem Standort, ihren Sortimenten sowie ihrer Verkaufsflächengröße. Hinzu kam die Erhebung qualitativer Merkmale. Die Erhebung erfolgte sortimentspezifisch. Im Gegensatz zu einer Betrachtung der Betriebe nach dem Sortimentsschwerpunkt wird bei der sortimentspezifischen Erhebung jedes erhobene Sortiment gesondert erfasst und in der Auswertung separat behandelt. So kann sowohl eine betriebs- als auch eine sortiments- oder auch standortbasierte Auswertung vorgenommen werden. Über das Stadtgebiet hinaus wurden im Hause vorliegende Datenbankinformationen verwendet bzw. Internetrecherchen vorgenommen.

Darüber hinaus erfolgte eine Erfassung der publikums- bzw. endverbraucherorientierten Dienstleistungsbetriebe.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsgebiet wurde anhand der Bevölkerungsverteilung, der durchschnittlichen Einzelhandelsausgaben pro Kopf und dem örtlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveau ermittelt.

Aufgrund der Maßnahmen im Rahmen des Lockdowns in der Corona Pandemie hat sich der Abschluss der Bestandserhebung verzögert. Während die Bestandserhebung noch vor dem Lockdown Ende des Jahres 2020 abgeschlossen werden konnte, war der Abschluss der City Monitor Erhebungen erst im April 2021 möglich. Dadurch konnten die innerhalb dieses Zeitraumes beobachteten Bestandsveränderungen (z.B. Umzug Kik und Dänisches Bettenlager vom Standort Kaufland in die Nordpassage) berücksichtigt werden.

#### **1.4 Arbeitskreise und Kommunikation**

In Eisenhüttenstadt wurde ein Arbeitskreis zur Begleitung der Arbeiten am Einzelhandelskonzept etabliert. Die Arbeitskreissitzungen dienten der Diskussion des jeweils aktuellen Sachstandes und der gemeinsamen Erarbeitung und Abstimmung konzeptioneller Ideen und Maßnahmen. Folgende Sitzungen fanden im Laufe der Erarbeitung statt:

##### **1. Sitzung des Arbeitskreises Einzelhandel am 18.11.2020**

„Vorstellung und Beschreibung der Vorgehensweise“

Teilnehmer:

- Herr Benzel, Stadtverwaltung Eisenhüttenstadt
- Herr Dr. Howest, Stadtverwaltung Eisenhüttenstadt
- Herr Lehmpul-Ponta, Vorsitzender "Pro City Eisenhüttenstadt"
- Frau Bellé, KüchenTreff Bellé
- Herr Lingen, Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH
- Frau Maaser, Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH

##### **2. Sitzung des Arbeitskreises Einzelhandels 12.3.2021**

„Analyseergebnisse und erste Bewertungsansätze“

Teilnehmer:

- Herr Reh, Stadtverwaltung Eisenhüttenstadt
- Herr Benzel, Stadtverwaltung Eisenhüttenstadt
- Herr Dr. Howest, Stadtverwaltung Eisenhüttenstadt
- Herr Hartrampf, Eisenhüttenstädter Gebäudewirtschaft GmbH
- Herr Lingen, Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH
- Frau Maaser, Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH



### 3. Sitzung des Arbeitskreises Einzelhandel vom 7.5.2021

„Konzeptionelle Vorschläge“

Teilnehmer:

- Herr Reh, Stadtverwaltung Eisenhüttenstadt
- Herr Benzel, Stadtverwaltung Eisenhüttenstadt
- Harr Hartrampf, Eisenhüttenstädter Gebäudewirtschaft GmbH
- Herr Lingen, Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH
- Frau Maaser, Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH

Die Sitzungsergebnisse wurden protokolliert und in flossen in die laufende Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes ein.

## 1.5 Verwendete Datengrundlagen

Folgende Datenquellen wurden im Rahmen dieser Studie verwendet:

- MB-Research, Einwohner nach Postleitgebieten, Nürnberg 2020
- MB-Research, Regionale Kaufkraftkennziffern, Nürnberg 2020
- Markt und Standort Nürnberg, Regionale Kaufkraftpotenziale, Nürnberg 2020
- Handel aktuell, Eurohandelsinstitut e.V., Köln, aktuelle Fassung
- Stadt + Handel GbR Einzelhandels- und Zentrenkonzept Stadt Eisenhüttenstadt, Dortmund 2009
- Gesetz- und Verordnungsblatt für das Land Brandenburg Teil II, Anlage zur Verordnung über den Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR), 13. Mai 2019
- Regionale Planungsgemeinschaft Oderland-Spree, Sachlicher Teilregionalplan „Regionale Raumstruktur und Grundfunktionale Schwerpunkte“, Entwurf 23.11.2020
- Landesamt für Bauen und Verkehr, Land Brandenburg, Bevölkerungsvorausschätzung 2017 bis 2030, 2018
- Landesamt für Bauen und Verkehr Brandenburg, Strukturatlas Land Brandenburg, [www.strukturatlas.brandenburg.de](http://www.strukturatlas.brandenburg.de), Datenstand: 2017
- Stadt Eisenhüttenstadt, Amt für Informationsverarbeitung, Leistungsbeschreibung 2020
- Lüttgau, Stumpf, Elsner (Hrsg.), Kompendium der Einzelhandelsimmobilie, Wiesbaden 2012
- Kuschnerus, Bishopink, Wirth, Der standortgerechte Einzelhandel, 2. Auflage, Bonn, 2018
- BTDrucksache 15/ 2250
- Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. (gif), Qualitätskriterien für Einzelhandelsgutachten, Wiesbaden 2020
- Borchard, Orientierungswerte für die städtebauliche Planung, München 1974
- Eigene Erhebungen, November 2020 bis Februar 2021



## 2 Übergeordnete Rahmenbedingungen

### 2.1 Überregionale Entwicklungstrends

Nach unterschiedlichen Studien aus den letzten Jahren zu den zukünftigen Chancen und Risiken der räumlichen Entwicklung lassen sich einige Megatrends ableiten. Diese zeigen sich in den Bereichen

**'Technologie und Technik'** durch

- die 'Computertechnologie und Informationsverarbeitung'
- die 'Life Sciences' (Bio- und Gentechnologie, Gesundheit)
- die 'Werkstoff- und Mikrotechnologie'

**'Menschliches Verhalten, Werte und Präferenzen'** durch

- den 'Wertewandel, die Überalterung und Desorientierung'
- die 'Individualisierung der Nachfrage und Pluralisierung der Lebensformen'

**'Geschäfts- und wirtschaftsrelevante Spielregeln'** durch

- die 'Globalisierung, wirtschaftliche Allianzen und Kooperationen'
- die 'lernenden Organisationen' als Struktur- und Führungsprinzip

**'Nachhaltigkeit und Regionalität'** durch

- die 'GloKalisierung, regionale wirtschaftliche Kreisläufe'
- die 'lernende Region' als Entwicklungsprinzip
- die 'Nischengenese' als Überlebensstrategie'

**'Rahmenbedingungen nationaler und internationaler Politik'** durch

- die 'regionalen Allianzen' strukturstarker Regionen'
- die 'nationale Deregulierung und internationale Regulierung'.

Diese Megatrends werden sich unterschiedlich auf die Lebens- oder Arbeitsqualitäten auswirken. Mit ihnen im Zusammenhang stehen die erwarteten weiteren Tendenzen.

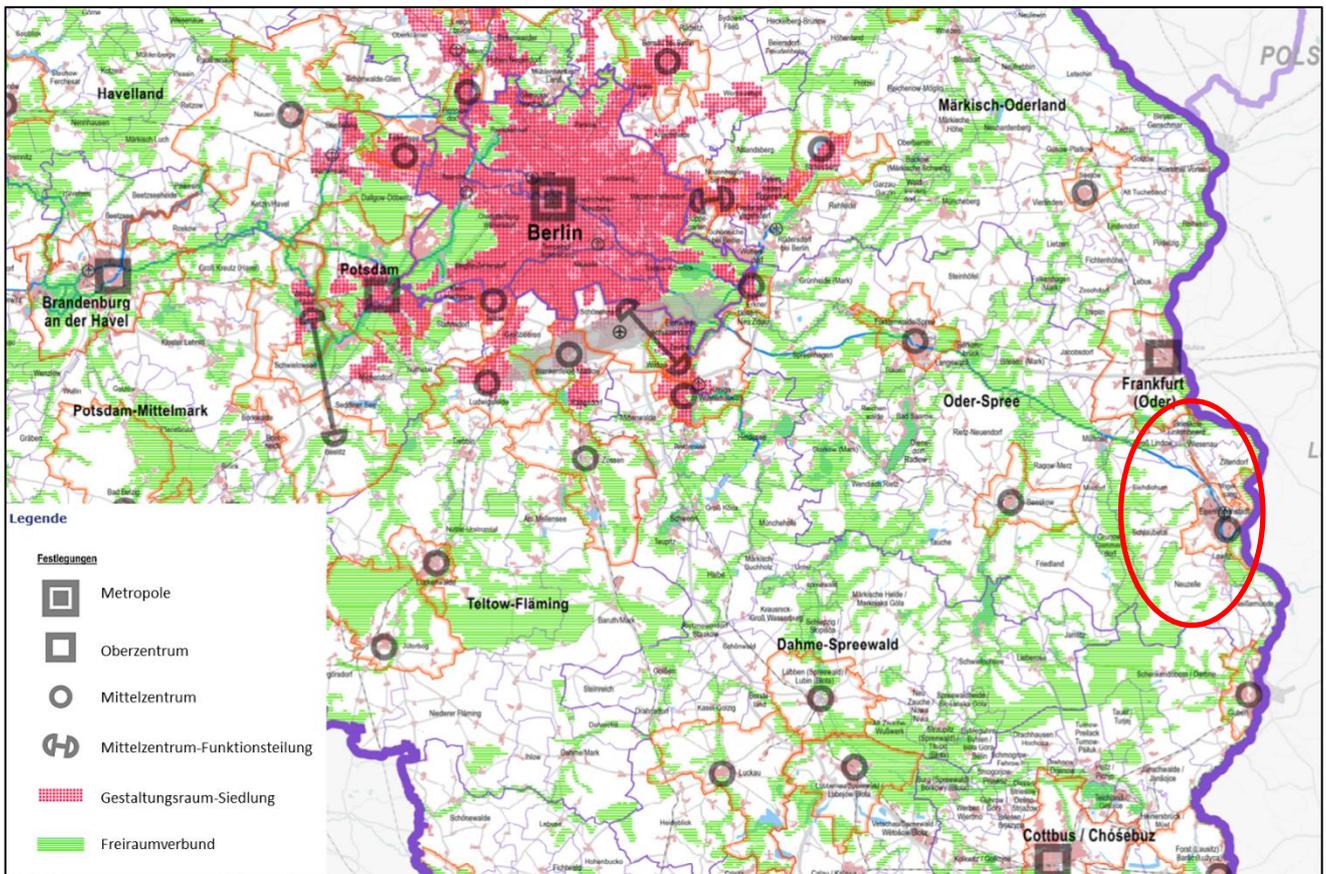
Die aufgezeigten überregionalen Entwicklungstrends wirken grundsätzlich gleichartig und gleichgerichtet auf alle Standorte und Wirtschaftsräume. Erst deren jeweilige Potenzial-, Produktions- und Faktorstruktur, aber auch Infrastruktur und Entwicklungsmentalitäten - bestimmen über Art und Ausmaß der regionalen Betroffenheit und Veränderung. Für die unterschiedlichen Räume sind die Prognosen uneinheitlich. Allerdings werden ihnen dann mehr Entwicklungschancen eingeräumt, wenn es ihnen gelingt, über innovative organisatorisch-konzeptionelle Anstrengungen Impulse aus wirtschaftsräumlichen Kooperationen mit dynamischen Wirtschaftszentren zu gewinnen.

Das Mittelzentrum Eisenhüttenstadt liegt im Einflussbereich des Oberzentrums Frankfurt (Oder) aber außerhalb des engeren Verflechtungsraumes. Die Region Eisenhüttenstadt ist als ländlicher Raum mit Verdichtungsansätzen im äußeren Verflechtungsraum klassifiziert.

Standorte in den großen Verdichtungsräumen haben durchaus die Wahlmöglichkeit unter alternativen oder auch verknüpften Entwicklungsleitbildern, zwischen ergänzenden, kooperativen und eigenständigen funktionalen Orientierungen.



Abbildung 1 Ober- und Mittelzentren im Land Brandenburg



Quelle: Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR) - Hauptkarte, Online Abruf 25.8.2021

Gleichzeitig haben Standorte im ländlichen Raum tendenziell geringere Chancen auf Impulse der größeren Verdichtungsräume.

Für den Standort Eisenhüttenstadt ist eine Diskussion über die zukünftigen Entwicklungsziele auf der Grundlage der Bestandserhebung und der regionalen Einordnung notwendig. Auf der einen Seite erzeugt der engere Verflechtungsraum als Anziehungspunkt für Pendler aber auch für Konsumenten eine erhebliche Sogwirkung. Gleichzeitig schrumpfen die verfügbaren Potenziale in Stadt und Region aufgrund der negativen Einwohnerentwicklung stetig. Zu den möglichen Optionen gehören beispielsweise u.a.

... die möglichst **eigenständige und nachhaltige Entwicklung** des Handelsstandortes Eisenhüttenstadt unter Berücksichtigung seiner Auswirkungen auf die wirtschaftsräumlichen Verflechtungen innerhalb der Stadtgrenzen,

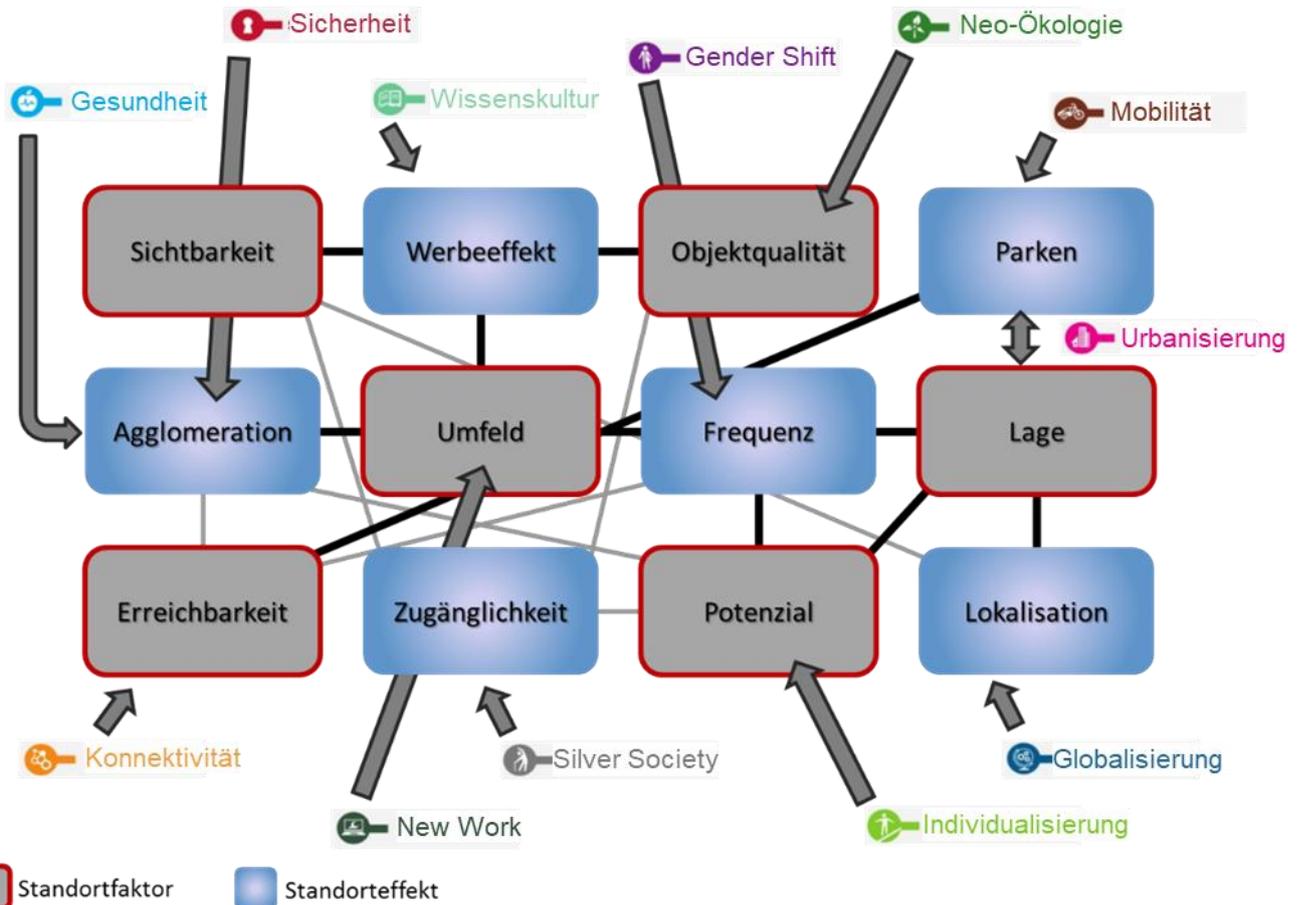
... unter Berücksichtigung einer wohnstandortorientierten Nahversorgung,

... unter Nutzung der verfügbaren Potenziale im eingeschränkten Einzugsbereich (Oberzentrum Frankfurt, Staatsgrenze)



Abbildung 2 Wirkungsgefüge am Standort Eisenhüttenstadt

### Wirkungsgefüge am Standort und Einflüsse der Megatrends



Quelle: eigene Darstellung, Teile: Zukunftsinstitut 2016/17

Die Versorgung der Bevölkerung ist ein wichtiges Thema der Entwicklungsplanung in Städten und Gemeinden. In diesem Zusammenhang wird eine Vielzahl von Problemen diskutiert, die sich naturgemäß in verdichteten Gebieten anders darstellen als im ländlichen Raum. Dabei hängen die diskutierten Probleme sehr eng mit der Marktentwicklung und den Anforderungen der versorgenden Unternehmen zusammen, die zu immer größeren Betriebseinheiten und Einzugsbereichen führen.

Der Einzelhandel ist einem stetigen Wandel unterzogen. Dies führt dazu, dass sowohl Unternehmen als auch Verbraucher, die letztendlich über Erfolg oder Misserfolg von Trends entscheiden, diesen Wandel verursachen, aber auch bedingen. Jede Stadt muss unter Marktgesichtspunkten Erweiterungsoptionen für bestehende Standorte einplanen und mittels fachlich und politisch begründeter Konzepte die Einzelhandelsentwicklung steuern und stärken. Denn wachsende Betriebsgrößen, veränderte Betriebsformen, die Internationalisierung im Einzelhandel, die zunehmende Digitalisierung des Absatzes (Online Handel) und die Flexibilität des Verbrauchers fordern eine Anpassung der Städte an diese neuen Trends.

Der strukturelle, gesellschaftliche und ökonomische Wandel in Eisenhüttenstadt zeigt die Notwendigkeit eines Einzelhandelskonzeptes, um auch in Zukunft eine wohnungsnaher Versorgung mit Waren des kurzfristigen Bedarfs (Nahrungs- und Genussmittel) sicherzustellen und eine funktionierende Stadt, die in Konkurrenz zu den umliegenden Zentren zu bestehen hat, zu gewährleisten.

Dabei ist ein besonderes Augenmerk auf die Innenstadt/auf die zentralen Versorgungsbereiche zu legen. Eine attraktive Innenstadt ist identitätsstiftend für die Bevölkerung, sie ist die Visitenkarte einer Stadt. Dabei resultiert die Attraktivität der Innenstadt aus einem vielfältigen Nutzungsmix mit zentrenbildenden Funktionen. Dem Einzelhandel wird dabei traditionell eine besonders starke zentrenbildende Funktion zugesprochen (Leitfunktion für die Innenstadt). Ohne einen starken Einzelhandel funktioniert eine Innenstadt nur bedingt.



Gleichzeitig zeigen neueste Entwicklungen eine Tendenz zur vermehrten Vielfalt und wachsenden Gleichberechtigung der Nutzungen in besten Lagen. Der Einzelhandel gerät zunehmend unter Standortkonkurrenz zu den bislang als Komplementärnutzungen eingestuften Dienstleistungen, Gastronomie- und Handwerksbetrieben. Innenstadtbesucher sehen die Zentren vermehrt als Erlebnis- und Aufenthaltsraum, denn als ausschließliches Einkaufsziel. Innenstädte werden zunehmend als Ziel für Freizeit und Zeitvertreib und weniger als Ort für Konsum und Einkauf gesehen.

## 2.2 Der Einzelhandel in Deutschland

### 2.2.1 Allgemeine Entwicklungen

Der Einzelhandel in Deutschland ist erheblichen Umstrukturierungsprozessen und starken Einflüssen von außen und innen ausgesetzt. Die Verbrauchsausgaben im Einzelhandel haben bis Mitte der 2010er Jahre an Gewicht innerhalb des Segmentes des Privaten Verbrauchs verloren, sowohl durch zusätzliche Steuern und Abgaben als auch durch die Fokussierung der Ausgaben auf andere Konsumbereiche. Der Anteil des Einzelhandelsumsatzes an den Privaten Verbrauchsausgaben hat sich seit 2011 auf ein Niveau von rund 31% stabilisiert.

Im Jahr 2020 ist der Anteil des Einzelhandelsumsatzes an den Konsumausgaben wieder erheblich gewachsen und erreicht das Niveau des Beginns der 2000er Jahre. Allerdings ist pandemiebedingt der gesamte private Konsum um rund 5% rückläufig. Während Einzelhandelsausgaben (insbesondere für Lebensmittel) erheblich steigen, sind Konsumausgaben für Reisen, Restaurants, Hotels, Autokauf etc. deutlich zurückgegangen.

Die realen Zuwächse des Einzelhandels in Deutschland, die in den Jahren zuvor eher unterhalb der Zuwachsquoten der allgemeinen Wirtschaftsentwicklung lagen, nehmen seit rund zehn Jahren wieder spürbar zu, was zu großen Teilen auf die sehr starken Zuwachsraten des Online-Handels zurückzuführen ist. Auf der Anbieterseite nehmen Verdrängungswettbewerb und aggressive Preispolitik stetig zu.

### Abbildung 3 Anteil des Einzelhandelsumsatzes an den Konsumausgaben der Privathaushalte

Anteil Einzelhandelsumsatz\* an privaten Konsumausgaben 2000 – 2019  
in Prozent



\* Einzelhandel ohne Kfz-Handel, Kraft- und Brennstoffe sowie Apotheken  
Ergänzt um Daten aus 2020

Quelle: Statistisches Bundesamt HDE Berechnungen (Zahlenspiegel 2020)

In Zukunft, wie in der Vergangenheit schon, sind Versorgungs- und Erlebniseinkauf deutlich zu unterscheiden. Speziell für Waren des täglichen Bedarfs bedeutet dies, dass zunehmend Anbieter bevorzugt werden, die durch Standards ihre Qualität sichern und ein günstiges Preis-Leistungs-Verhältnis aufweisen. Der Versorgungseinkauf wird somit durchrationalisiert und zeitoptimiert. Gleichzeitig wünscht derselbe Kunde jedoch auch kompetente Fachberatung in abwechslungsreicher und ansprechender Umgebung. Dieser freizeitorientierte Erlebniseinkauf stellt den zweiten Pol der Entwicklung dar.

Gewinner der Trends sind vor allem die Discounter, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser (Versorgungseinkauf) sowie die spezialisierten Fachgeschäfte und Boutiquen in den Zentren, aber auch



die fachhandelsorientierten Einkaufscenter, Shoppingcenter, Fachmarktstandorte und Outlet-Center an der Peripherie (Erlebniseinkauf).

Der Einzelhandel in Deutschland ist sehr dynamischen Veränderungen unterworfen. Die Ursachen liegen in der Wechselwirkung von Angebot und Nachfrage. Aus diesem Wirkungszusammenhang lassen sich einige raum- und strukturwirksame Trends ablesen:

**Tabelle 1 Ausgewählte Trends im Einzelhandel**

| Angebotsseite                 | Nachfrageseite                                   |
|-------------------------------|--|
| Konzentration der Unternehmen | Sinkende Bevölkerung mit regionalen Disparitäten |
| Verkaufsflächenwachstum       | Steigende Mobilität                              |
| Sinkende Flächenproduktivität | Erlebniseinkauf vs. Versorgungseinkauf           |
| Discountorientierung          | Preisbewusstsein                                 |

Quelle: eigene Darstellung

### 2.2.2 Periodischer Bedarf

Die Handelsunternehmen des Lebensmittelhandels konzentrieren ihre Standortnachfrage auf immer weniger Standorte, die dann allerdings sehr konkrete Anforderungen hinsichtlich Grundstücksgröße, Erreichbarkeit und bspw. Einsehbarkeit erfüllen müssen. Dabei divergieren städtebauliche Zielvorstellungen der Kommunen oft mit dem unternehmerischen Standortverhalten. Weiterhin verschwinden bestimmte Formen von Anbietern. Supermärkte der ersten Generation mit Verkaufsflächen zwischen 300 und 400 qm sind fast gänzlich durch heute marktgerechte Größen von rund 1.500 qm ersetzt worden. Dieser Trend ist auch bei den Discountmärkten zu verzeichnen, die bislang überwiegend Flächen bis 800 qm aufwiesen. Aktuell realisieren sie Verkaufsflächen bis 1.400 qm, teilweise auch mehr. Auch die Artikelzahlen sind stetig gestiegen. Heute führen die Betriebstypen im Schnitt folgende Artikelzahlen.

**Tabelle 2 Durchschnittliche Zahl von Artikeln in ausgewählten Betriebstypen**

| Betriebstyp            | Durchschnittliche Artikelzahl |
|------------------------|-------------------------------|
| Lebensmitteldiscounter | ca. 2.300 Artikel             |
| Supermarkt             | ca. 11.800 Artikel            |
| Verbrauchermarkt       | ca. 25.000 Artikel            |
| SB-Warenhaus           | ca. 49.000 Artikel            |

Quelle: EHI, Handel aktuell 2019, S. 90

### 2.2.3 Aperiodischer Bedarf

Die Dominanz der Innenstädte als Standort für den Einzelhandel innerhalb der Kommune ist Geschichte. Innenstädte sind zwar aus städtebaulicher Sicht entscheidend für die kommunale Entwicklung, verlieren aber kontinuierlich an Bedeutung im Vertriebsnetz des Einzelhandels. Die langfristige Entwicklung zeigt einen kontinuierlichen Bedeutungsverlust innerstädtischer Standorte für die Einzelhandelsunternehmen. Steigende Flächenbedarfe, immer weiter differenzierende Vertriebskonzepte, dynamischer Zuwachs an nachgefragten bzw. verfügbaren Artikeln führen immer wieder zu Flächenansprüchen, die in Innenstädten nicht zu bewältigen sind. Die Bewältigung scheitert nicht immer an Raumverknappung, sondern auch an Verkehrsproblemen, Grundstücks- und Planungskosten sowie raumstrukturellen, planungsrechtlichen, denkmalpflegerischen Einschränkungen und nicht zuletzt an Flächenkonkurrenzen mit anderen Branchen.



So entwickeln sich Betriebs- und Absatzformen, die auf Standorte außerhalb der Innenstädte spezialisiert sind. Insbesondere aufgrund ihres Flächenbedarfes ergibt sich letztlich eine Aufgabenteilung für die Versorgung der Verbraucher zwischen Innen- und Außenstädten. Beste Beispiele hierfür sind die Möbel- und Einrichtungshäuser, Baumärkte sowie Gartencenter.

Innenstädten erwächst zudem Konkurrenz durch diverse Fachmarktkonzepte, Shopping-Center an nicht-integrierten Standorten und nicht zuletzt durch Outlet-Center und den stark dynamisierten Online-Handel, der den Versandhandel der „Pre-Internet-Zeit“ weit übertrifft.

Krisen der Warenhauskonzerne, der fortschreitende Rückzug des klassischen Fachhandels, die Tendenz zur Einkaufslagenkonzentration in Verbindung mit einer starken Filialisierung verstärken die Probleme der Innenstädte.

Trotz dieser oft krisenhaft wahrgenommenen Entwicklungsphasen haben die Innenstädte in den meisten Städten zentraler Prägung ihren festen Platz und können sich gegen die nicht-integrierte Konkurrenz weitgehend behaupten. Investitionen in Innenstadtimmobilien sind nach wie vor lohnend. Konzepte wie Shopping-Center, die sich überwiegend auf Innenstädte fokussieren oder zum Beispiel die grundlegenden Überlegungen von IKEA in Richtung innerstädtischer Standorte stärken diese Entwicklung.

Ungeachtet aller auch positiven Aspekte ist der städtebauliche Schutz des Bestandes und auch der Entwicklungsmöglichkeiten von Innenstädten nach wie vor zwingend erforderlich.

Der Einzelhandel hat früher nur wenig, in den letzten Jahren wieder mehr, von den gestiegenen Konsumausgaben profitieren können. Dies lag vor allem an den deutlich gestiegenen Ausgabenpositionen für bspw. Versicherung, Benzin, Miete, Heizkosten etc.

Vor allem die beiden letzten Positionen sorgen für eine deutliche Umschichtung innerhalb des privaten Verbrauchs. Trotzdem steigen die Einzelhandelsausgaben moderat.

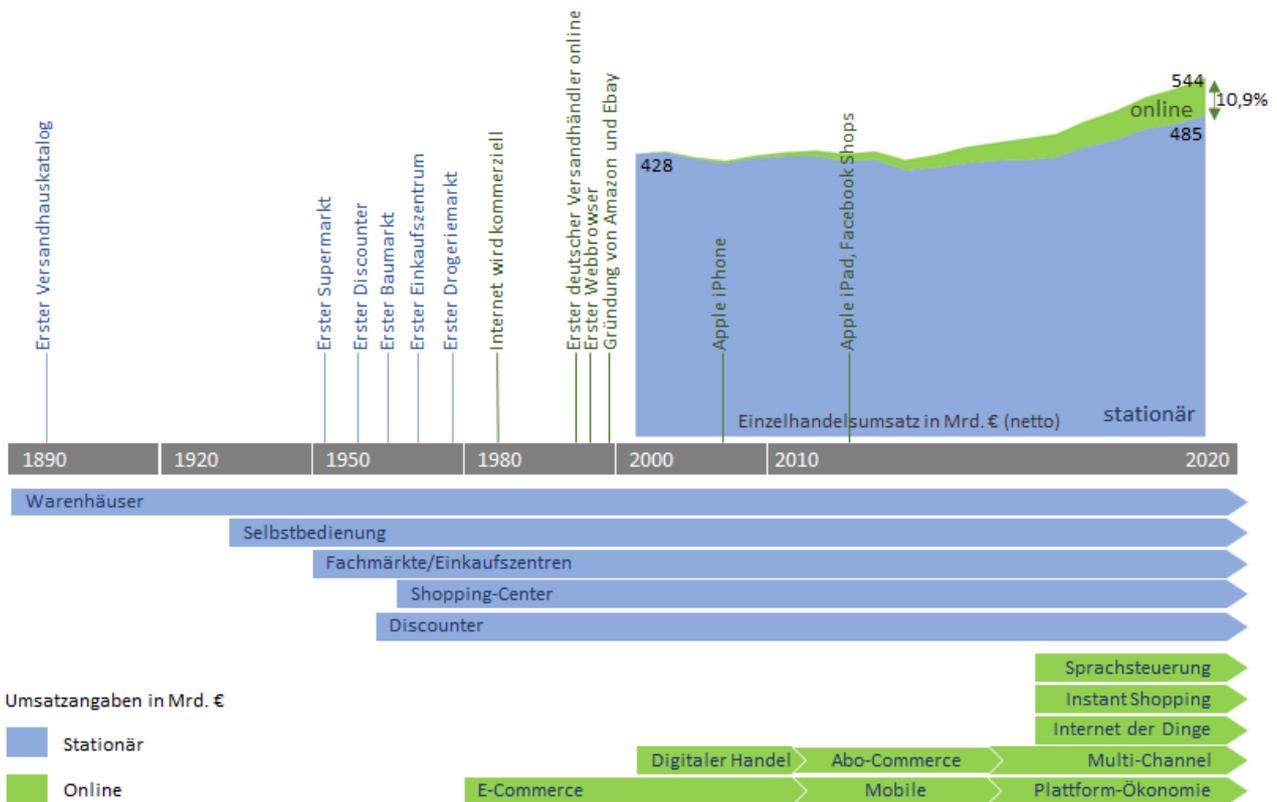
Nicht nur im Lebensmittelbereich, also bei der Nahversorgung, ist festzustellen, **dass kleine Betriebstypen** zugunsten großflächiger oft discountorientierter Konzepte verschwinden und **gleichzeitig deren Ein- und Anbindung an Innenstädte aufgrund der Flächenanforderungen fast unmöglich wird.**

#### 2.2.4 Online-Handel und Effekte auf die Stadtentwicklung

Die folgenden Entwicklungspfade des Einzelhandels zeigen die Bedeutung von Innovationen im Einzelhandel und deren Durchsetzungskraft. Neben punktuellen Ereignissen mit Durchschlagkraft (z.B. Gründung von Amazon, erster Baumarkt, Drogeriemarkt, Discounter) zeigt sich die dynamische Entwicklung der Online-Umsätze, relativiert um die nach wie vor überragende Bedeutung des stationären Einzelhandels. Es lohnt allerdings ein Blick in Spartenentwicklungen, wo der Online Handel zum Teil bereits maßgebliche Umsatzanteile gewonnen hat.



**Abbildung 4** Entwicklungspfade des Einzelhandels in Deutschland



Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an HDE „Meilensteine im Handel“ HDE Online Monitor 2020, Seite 5

Der Online-Handel wächst weiter. Nach HDE liegt der Gesamtumsatz 2019 bei 59,2 Mrd. Euro, ein Plus von 11,0 Prozent gegenüber dem Vorjahr. In einigen Kategorien (z.B. Unterhaltungselektronik, Bücher) ist die Wachstumsdynamik geringer geworden, in anderen Warengruppen (z.B. Heimwerkerbedarf, Möbel und Einrichtung, Periodischer Bedarf) beginnt das Wachstum gerade erst (HDE 2020). Wie auch immer die Entwicklung verlaufen mag: Die Händler müssen die Kunden dort „abholen“, wo sie gerade einkaufen wollen: egal, ob beim Einkaufsbummel in der Innenstadt, mit dem Tablet-PC auf der Couch oder per Smartphone (vgl. Deutsche Post DHL 2014; HDE 2013; Roland Berger/ECE 2013).

**Tabelle 3** Treiber und Gegenkräfte bei der Online-Entwicklung (Auswahl)

| Treiber  | Gegenkräfte  |
|--|--|
| Verbesserung und Optimierung der Webseiten (v.a. mobiler Zugriff)          | Stellenwert des „haptischen“ Einkaufserlebnisses, Gemeinschaftserlebnis        |
| Besserer Lieferservice   | Bereits erreichte Marktanteile und die Schwierigkeit neue Zuwächse zu „kaufen“ |
| Erlertes und akzeptiertes Kaufverhalten für immer breitere Käuferschichten | Verminderung des Preisvorteils (online) durch Maßnahmen der Hersteller         |
| Immer bessere Online-Sortimente und Preise                                 | Stärkung des Multi-Channels und Käuferakzeptanz nützt dem stationären Handel   |
| Optimierter Netzausbau (WLAN-Verfügbarkeit und Zugriffsgeschwindigkeiten)  | Teile des Konsums sind für den Online-handel nur sehr schwer zu erreichen      |
| Online-Beratungsfeatures   | Optimierung im stationären Handel  |
| Spracherkennung und optimierte Bestelloptionen                             | Profitabilitätsvorteile bestehender stationärer Händler                        |

Quelle: eigene Darstellung



Besonderer Fokus ist auf folgende Sortimente zu legen:

- Fashion und Accessoires, wegen der hohen Bedeutung dieser Sortimente für die Innenstadt; ferner wegen der Umsatzbedeutung für Shoppingcenter;
- Lebensmittel, aufgrund der Gesamtbedeutung für den Einzelhandel (Anteil am Gesamtumsatz), obwohl derzeit die Umsatzanteile des Online Geschäfts noch extrem niedrig sind;
- Elektronik, wegen der Bedeutung für Fachmarktzentren sowie teilweise auch Shoppingcenter;
- Wohnen und Einrichten, wegen der Bedeutung insbesondere für Großflächen (z.B. Wohnkaufhäuser) in Stadtrandlagen die zur Gesamtzentralität von Städten maßgeblich beitragen.

Auch bei einem abgeschwächten Wachstum des Online-Handels wird der stationäre Handel insgesamt Umsatzeinbußen erleiden. Je nach Branche werden diese mehr oder weniger stark ausfallen. Prognosen für den umsatzstärksten Einzelhandelsbereich, Lebensmittel bzw. erweitert „Fast Moving Consumer Goods“<sup>1</sup>, sind mit besonders hohen Unsicherheiten verbunden (s.o.). Käme es hier zu einer stark zunehmenden Online-Nachfrage, so hätte das relativ große Auswirkungen auf den Einzelhandel insgesamt sowie auf die Innenstadt- und Nahversorgungsstandorte – und zwar in Form von Standortschließungen.

**Tabelle 4      Veränderungsraten Online und Offline 2019 nach Branchen im Vergleich zum Vorjahr**

| Branche               | Umsatzanteil Online 2019 in % | Veränderung Online, in Mrd.€ | Veränderung Offline in Mrd. € |
|-----------------------|-------------------------------|------------------------------|-------------------------------|
| Fashion & Accessoires | 30,0%                         | +1,33                        | -0,48                         |
| CE/Elektro            | 30,5%                         | +1,35                        | -1,50                         |
| Heimwerken & Garten   | 6,0%                          | +0,22                        | +0,47                         |
| Wohnen & Einrichten   | 15,0%                         | +0,55                        | -0,93                         |
| Freizeit & Hobby      | 28,9%                         | +0,97                        | -0,55                         |
| FMCG <sup>1</sup>     | 2,5%                          | +0,71                        | +2,74                         |

Quelle: HDE Online-Monitor, 2020

Die Betriebe sind dieser Entwicklung jedoch nicht völlig ausgeliefert. Sie haben Möglichkeiten, um auf den skizzierten Umsatzdruck zu reagieren. Diese bestehen beispielsweise in verbessertem Marketing, Kostenreduktionen (etwa im Personalbereich), verbesserter Warenbeschaffung und dadurch Margengewinnen oder im Erschließen von Umsatzchancen im Online-Bereich – etwa im Rahmen von Multi-Channel-Strategien. Allerdings erfordert gerade Letzteres, wie weiter oben ausgeführt, hohe Investitionen, die viele Betriebe angesichts des Margendruckes nicht (mehr) leisten können. Ferner besteht für stationäre Betriebe die Möglichkeit, mehr Ware auf weniger Fläche zu verkaufen, und zwar durch die Teildigitalisierung von Sortimenten. Es ist aber noch nicht absehbar, ob dies in größerem Umfang von Konsumenten akzeptiert wird. Allerdings deutet sich in Pilotprojekten an, dass solche Virtualisierungsansätze Chancen bieten. Die Auswirkung wäre eine veränderte Nachfrage nach gegebenenfalls vergleichsweise kleineren Handelsflächen.

<sup>1</sup> „Fast Moving Consumer Goods“ (FMCG) Bezeichnet Konsumgüter, die besonders häufig gekauft und in der Regel täglich benötigt werden (zum Beispiel Lebensmittel, Reinigungsmittel und Körperpflegeprodukte).



**Tabelle 5      Anteile der Branchen am Offline- und Onlinevolumen**

| Bedarfsgruppe            | Online (absolut)                  |                                   | Online (v.H.)                |                              |
|--------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|------------------------------|------------------------------|
|                          | Umsatzanteil<br>2019<br>in Mio. € | Umsatzanteil<br>2020<br>in Mio. € | Umsatzanteil<br>2019<br>in % | Umsatzanteil<br>2020<br>in % |
| Fashion & Accessoires    | 14,6                              | 16,8                              | 24,7                         | 23,1                         |
| Schmuck und Uhren        | 1,0                               | 1,1                               | 1,7                          | 1,6                          |
| Elektro                  | 14,3                              | 17,8                              | 24,4                         | 24,5                         |
| Heimwerken/Garten        | 2,5                               | 3,3                               | 4,2                          | 4,5                          |
| Wohnen und Einrichten    | 5,5                               | 6,7                               | 9,3                          | 9,2                          |
| Büro und Schreibwaren    | 1,0                               | 1,1                               | 1,6                          | 1,5                          |
| Freizeit und Hobby       | 8,9                               | 11,1                              | 15,1                         | 15,2                         |
| FMCG (Lebensmittel)      | 5,2                               | 7,5                               | 8,7                          | 10,2                         |
| Gesundheit und Well-ness | 3,7                               | 4,4                               | 6,3                          | 6,0                          |

Quelle: HDE Online-Monitor, 2020 und 2021

Der Online-Handel manifestiert sich im Raum lediglich durch Rechenzentren, die Büros der Verwaltung, durch Warenlager (Logistik) und durch verschiedene Ausprägungen von Abholeinrichtungen (Abholstationen im Sinne von Automaten oder mit Personal). Ob und in welcher Ausgestaltung Abholeinrichtungen des Online-Handels als Einzelhandel (Verkaufsfläche) oder als sonstiger Gewerbebetrieb einzustufen sind, ist bislang nicht abschließend rechtlich geklärt. Unabhängig hiervon greift § 11 Abs. 3 BauNVO allerdings regelmäßig nicht, da es sich um nicht großflächige Betriebe mit weniger als 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche handelt.

Logistikeinrichtungen können als Lagerhäuser oder Lagerflächen, aber auch als sonstige Gewerbebetriebe eingestuft werden. Soweit sie – auch unter Berücksichtigung der von ihnen ausgehenden Störungen – gebietsverträglich sind, können sie in fast allen Baugebieten zumindest als Ausnahme zugelassen werden. Elemente des Logistiksystems wie Abholstationen können also selbst in allgemeinen Wohngebieten (WA) ausnahmsweise zugelassen werden, wenn die dadurch ausgelöste Verkehrsentwicklung gebietsverträglich ist.

Eine Ausschlussplanung, wie sie zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche für den stationären Einzelhandel gebräuchlich und bewährt ist, scheidet gegenüber Vertriebsanlagen im Online-Handel aus. Die üblichen zur Begründung entsprechender Planungen heranzuziehenden Auswirkungsanalysen untersuchen Umsatzzumlenkungen eines konkreten Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhabens des Einzelhandels auf den bestehenden Einzelhandel in zentralen Versorgungsbereichen sind unwirksam. Diese Analysen greifen beim Online-Handel nicht, da dessen Wirkung auf einen konkreten zentralen Versorgungsbereich unspezifisch ist. Lediglich über Begleiteffekte könnten Einrichtungen des Online-Handels vor Ort (gebietsbezogen) mit Verweis auf andere städtebauliche Gründe (Verkehrserzeugung, Immissionsschutz, Erhaltung des Gebietscharakters) ausgeschlossen werden. Mit der Etablierung und wachsenden Bedeutung des Online Handels erreicht die Regulierung und Steuerung des Einzelhandels in Städten mit Hilfe des Baurechts ihre Grenzen.

Es besteht inzwischen weitgehend Einigkeit, dass der Online-Handel nicht der Auslöser der Probleme des stationären Handels in Städten und Gemeinden ist, dass er jedoch Trends und Entwicklungen beschleunigt. Die Unterschiede zwischen starken und schwachen Betriebskonzepten sowie zwischen starken und schwachen Städten treten deutlicher zutage und verstärken sich immer mehr. Letztlich wird sich der Online Handel als zusätzlicher Vertriebsweg auf einem branchenspezifischen Anteil



einpendeln und muss von den Einzelhandelsunternehmen als genau das, einen zusätzlichen Vertriebsweg akzeptiert und genutzt werden.

**Tabelle 6 Gefährdungspotenzial für Branchen durch den Online-Handel**

| Bedarfsgruppe                      | Innenstadt-relevanz | Anteil Fläche | Gefährdungs-grad |
|------------------------------------|---------------------|---------------|------------------|
| Lebensmittel und Reformwaren       | Gering              | 8,6%          | Gering           |
| Gesundheit und Körperpflege        | Hoch                | 6,7%          | Gering           |
| Bekleidung und Wäsche              | Hoch                | 35,0%         | Hoch             |
| Schuhe und Lederwaren              | Hoch                | 2,8%          | Hoch             |
| Elektro, EDV, Foto                 | Hoch                | 7,0%          | Hoch             |
| Sport, Spiel, Hobby                | Mittel              | 4,9%          | Hoch             |
| Haushalt, GPK                      | Hoch                | 11,6%         | Gering           |
| Bücher, Schreibwaren               | Hoch                | 4,3%          | Hoch             |
| Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf | Gering              | 1,4%          | Mittel           |
| Möbel, Teppiche, Heimtextilien     | Mittel              | 17,3%         | Mittel           |

Quelle: BBSR-Online-Publikation Nr. 08/2017 – Entwicklung des Online-Handels bis 2025 aus Schulz 2016, Berechnungen auf Datenbasis von Bayerische Staatsregierung 2013; CIMA 2011: 8 ff.; Destatis 2015c.

Städte und Gemeinden sind aktiv, um die Rahmenbedingungen für attraktive Innenstädte und Stadtteilzentren weiter positiv zu gestalten. Die dabei verwendeten Handlungsansätze reichen von der Erarbeitung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzepts über eine Vielzahl von Marketingaktivitäten bis hin zur Unterstützung alternativer Shop-Konzepte. Eine Mehrzahl der Ansätze setzt dabei auf Kooperation zwischen den für Innenstadt- und Stadtentwicklung relevanten Akteuren, bezieht also auch die Einzelhändler, Immobilieneigentümer und andere ein.

Auch der stationäre Handel reagiert inzwischen verstärkt auf die Entwicklungen im Online-Handel und versucht, die dort wahrzunehmenden Potenziale aktiv zu nutzen: Diskussionen und bereits umgesetzte Beispiele in den Bereichen Multi-Channel, Cross- und Omni-Channel (kanalübergreifende Angebote) zeigen dies. Neben einem Online-Shop bzw. Cross-Channel-Ansatz und Lieferdiensten bieten sich dem stationären Handel weitere Möglichkeiten, die Bequemlichkeit des Einkaufs für den Kunden zu erhöhen. Ein wesentliches Kriterium bei allen Maßnahmen sind einfache Regelungen, wie z.B. einheitliche Öffnungszeiten aller Händler eines Standortes, ein gemeinsames WLAN-Angebot am Standort (im Gegensatz zu einem fragmentierten WLAN-Service) oder die Erhöhung der Warenverfügbarkeit durch die Nutzung von Automaten außerhalb der Geschäftszeiten. Ferner verfügt der stationäre Einzelhandel über die Möglichkeit, dem Kunden großzügige Umtauschregelungen anzubieten, um im Sinne der Risikoreduktion mit dem Online-Handel gleichzuziehen. Sinnvoll ist es dabei, wenn die Mitglieder der Werbegemeinschaft einheitliche Regelungen anbieten und kommunizieren.

Neben oder außerhalb von Stadtmarketing gibt es weitere wichtige Instrumente der Kommunikation. Zu diesen gehören interne und offene Arbeitskreise und/oder Runde Tische mit den betroffenen Akteuren. So lässt sich eine „Kultur der Kommunikation“ zwischen den Handelnden schaffen. Dies bedeutet, ein offenes Ohr zu haben für die Belange der Betroffenen, aber auch offensiv auf diese zuzugehen und offen über Grenzen und Möglichkeiten sowie die zukünftige Rollenverteilung zu diskutieren. Dadurch können neue Formen der Kooperation – z.B. Business Improvement Districts (BID) oder Immobilien- und Standortgemeinschaften (ISG) – angestoßen oder (kleinere) Projekte auf den Weg gebracht werden.

Um langfristig eine hohe Kaufkraftbindung an zentralen Standorten zu sichern, ist der Handel sowohl auf funktionsfähige räumliche und architektonische Strukturen als auch auf attraktive und belebte Innenstädte und Stadtteilzentren angewiesen. Städte sehen in der Aufwertung des öffentlichen Raumes einen Vorteil für den stationären Handel. Stadtmarketing, Business Improvement Districts (BID) und Immobilien-Standortgemeinschaften (ISG) unterstützen dies.



## 2.2.5 Auswirkungen der Corona Pandemie

Stichworte wie Click & Collect, Livestream Shopping oder Click & Meet bestimmten in den Jahren 2020 und 2021 das Einzelhandelsgeschehen in den Städten Europas. Beschränkungen des Einzelhandels durch staatlich verfügte Schließungen oder Hygienemaßnahmen (Beschränkung der Kundenzahl etc.) nahmen erheblichen Einfluss auf den Geschäftsgang vieler Einzelhandelsbranchen. In einigen Branchen war der Einfluss durchaus positiv in anderen negativ. „Lockdowns“ im Frühjahr 2020 waren verbunden mit der vollständigen Schließung des Einzelhandels. Eine Ausnahme bildete die Nahversorgung, so dass Lebensmittelanbieter und Drogeriemärkte weiterhin öffnen durften. Je nach Bundesland differierte die Liste deröffnungsberechtigten Betriebe.

Dieser „Lockdown“ dauerte bis Ende Mai 2020 und war verantwortlich für erhebliche Umsatzeinbußen und das ein oder andere Insolvenzverfahren. Nachdem die erste Infektionswelle zum Sommer 2020 abgeebbt war, normalisierte sich das Geschäftsleben weitgehend. Mit stark ansteigenden Infektionszahlen im September und Oktober 2020 begann die zweite Infektionswelle, die im November 2020 zu einem weiteren Lockdown mit erzwungenen Ladenschließungen führte. Nun aber entwickelten sich kreative Möglichkeiten, doch auch Nonfoodsortimente stationär zu kaufen, indem bestellte Ware abgeholt (Click & Collect) oder je nach Inzidenzwert auch auf Termin eingekauft werden konnte (Click & Meet). Großer Gewinner der Schließungswellen war der Online Handel. Im Frühjahr 2021 wurde der Lockdown angesichts nicht sinkender Infektionszahlen, die sich zu der dritten Welle verstärkten, verschärft und dauert bis Mai 2021 immer noch (regional) an.

Trotz dieser Einschränkungen verzeichnete der Handelsverband Deutschland (HDE) und das Statistische Bundesamt für 2020 einen Umsatzanstieg, wobei auch der stationäre Einzelhandel, neben dem boomenden Online Handel Umsatzsteigerungen vorzuweisen hatte.

**Abbildung 5 Umsatzentwicklung des stationären und des Online-Einzelhandels 2000 bis 2020**

Der Onlineanteil liegt insgesamt bei 12,6 Prozent – ohne Food bereits bei 18 Prozent.

Onlineanteil am Einzelhandel im engeren Sinne\* in Prozent



\* Einzelhandel im engeren Sinne (i.e.S.) bezeichnet die institutionellen Einzelhandelsformen in Deutschland einschließlich ihrer Onlineumsätze, ohne Apotheken, Kfz-, Brennstoff- und Kraftstoffhandel.

Quelle: HDE Online Monitor 2021, Seite 8

Der stationäre Umsatzzuwachs des Einzelhandels 2020 wurde im Wesentlichen durch den nahversorgungsdominierten Einzelhandel getragen. Innenstadttypische Sortimente wie Bekleidung, Schuhe, Uhren und Schmuck hatten dagegen harte Umsatzausfälle zu beklagen. Somit sind bis heute vor allem innenstadttypische Leitsortimente von massiven Rückgängen betroffen, was folgerichtig insbesondere Shoppingcenter und Innenstadtzentren besonders hart trifft. Auch diverse Insolvenzverfahren bekannter Einzelhandelsketten und -marken werden ihre Auswirkungen auf die zentralen Lagen der Städte früher oder später zeitigen. Konkrete Folgen für die Innenstadtzentren und anderen zentralen Lagen werden sich erst in kommenden Monaten abzeichnen.



## 2.3 Bauplanungsrechtliche Rahmenbedingungen für ein Einzelhandelskonzept

Inhalte und Aussagen eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes werden durch gesetzliche Vorgaben maßgeblich beeinflusst. Von Einzelhandelskonzepten gehen planungsrechtliche Wirkungen aus, die sich durch den jeweiligen Ratsbeschluss der Gemeinde manifestieren. Einzelhandelskonzepte werden in der Regel als städtebauliche Entwicklungskonzepte nach §1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB beschlossen und erhalten so Relevanz für die Abwägung von Belangen im Rahmen der Bauleitplanung. Einzelhandelskonzepte sind demnach planungssystematisch als informelle Planungen einzuordnen. Erst die Umsetzung in verbindliche Bauleitplanung verleiht ihnen Rechtskraft.

Der Rechtsrahmen für Einzelhandelsgutachten berührt alle hierarchischen Ebenen des föderalistischen Systems der Bundesrepublik Deutschland und darüber hinaus auch das europäische Recht.

### 2.3.1 Europarechtliche Vorgaben

Artikel 49 AEUV zur Niederlassungsfreiheit sowie die Artikel 14 und 15 der Dienstleistungsrichtlinie sind zu beachten. Die Regelungen zur Beschränkung von großflächigen Einzelhandelsansiedlungen in Bauleitplänen sind an den Vorschriften der Dienstleistungsrichtlinie zu messen. Somit sind mengenmäßige oder territoriale Beschränkungen für die Aufnahme oder Ausübung einer Dienstleistungstätigkeit (Art. 15 Abs. 2 Buchst. a) DL-RL) nur zulässig, wenn sie nichtdiskriminierend, erforderlich und verhältnismäßig (Art. 15 Abs. 3 DL-RL) sind.

Das Urteil vom 30.1.2018 des EUGH<sup>2</sup> enthält Aussagen zu Anwendungsbereich und Auslegung der DL-RL. Danach ist Einzelhandel im Sinne der DL-RL als Dienstleistung zu verstehen.

Vor diesem Hintergrund sollten Gemeinden nach dem Bauplanungsrecht bei der erforderlichen Dokumentations- und Begründungspflicht auch die Anforderungen des Europarechts beachten. Folgende Anforderungen<sup>3</sup> sind zu prüfen:

- Nicht-Diskriminierung (aufgrund von Staatsangehörigkeit, Sitz der Gesellschaft)
- Erforderlichkeit: (zwingende Gründe des Allgemeininteresses müssen nachgewiesen werden)
- Verhältnismäßigkeit: (Anforderungen müssen zur Erfüllung der Ziele geeignet sein und nicht darüber hinausgehen)

Empfehlenswert ist in diesem Zusammenhang die Unterlassung von Regelungen, die die Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben von wirtschaftlichen Bedarfsprüfungen oder von Marktnachfrage abhängig machen. Damit sind auch festgelegte Entwicklungsgrenzen oder -korridore, die letztlich eine begrenzte Entwicklung von Sortimenten (Verkausflächengrenzen) vorgeben, europarechtlich unzulässig<sup>4</sup>.

### 2.3.2 Bundesrechtliche Vorgaben

Im **Grundgesetz (GG)** ist im Zusammenhang mit Einzelhandelskonzepten die Regelung der konkurrierenden Gesetzgebung zwischen Bund und Ländern grundsätzlich maßgeblich (Art 72 Abs. 3 sowie Art. 74 Abs. 1 Nr. 31 GG), für die praktische Arbeit jedoch weniger relevant.

Das **Raumordnungsgesetz (ROG)** definiert die Ziele und Grundsätze der Raumordnung.

---

<sup>2</sup> EuGH, 30.01.2018 - C-360/15, C-31/16

<sup>3</sup> Quelle: Hinweise der Fachkommission Städtebau zu Auswirkungen des ‚Visser‘-Urteils des EuGHs, insbes. zur Anwendbarkeit der EU-Dienstleistungsrichtlinie auf Bebauungspläne (März 2019)

<sup>4</sup> vergl. gif, Qualitätskriterien für Einzelhandelsgutachten, Juli 2020, Seite 26



Das **Baugesetzbuch (BauGB)** regelt unter anderem die Bauleitplanung. Hier sind einige einschlägige Paragraphen zu nennen, die auf Einzelhandelsfragen angewendet werden:

- §1 Abs. 6 Nr. 11 städtebauliches Entwicklungskonzept
- §2 Abs. 2 Interkommunales Abstimmungsgebot
- §9 Abs. 2a einfacher Bebauungsplan zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche
- §30 Arten von Bebauungsplänen
- §34 Zulässigkeit in den im Zusammenhang bebauten Ortsteilen
- §34 Abs. 3 Schutz zentraler Versorgungsbereiche in allen betroffenen Gemeinden
- §35 Bauen im Außenbereich

Die **Baunutzungsverordnung (BauNVO)** regelt in Bebauungsplänen festsetzbare Baugebiete (§1 Abs. 3), zulässige Nutzungen (§1 Abs. 4-9) sowie die Ausweisung von Sondergebieten für den Einzelhandel und zu prüfende Auswirkungen (§11 Abs. 3)

### 2.3.3 Landesrechtliche Vorgaben

Landesentwicklungsprogramme und -pläne (LEP) oder Landesraumordnungsprogramm konkretisieren die Ziele und Grundsätze in länderspezifischer Weise. Die Regelungen in den Bundesländern weichen voneinander ab, wobei die folgenden raumordnerischen Instrumente zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels in fast allen Bundesländern angewendet werden.

- **Beeinträchtungsverbot**  
keine wesentlichen Beeinträchtigungen der Funktionsfähigkeit der Stadt- und Ortskerne sowie der verbrauchernahen Versorgung
- **Konzentrations-/Zentralitätsgebot**  
Zuordnung von Einzelhandelsgroßprojekten zu bestimmten Zentralitätsstufen (Ober-, Mitte-, Grundzentren)
- **Integrationsgebot**  
Großflächige, innenstadtrelevante Ansiedlung nur in städtebaulich integrierter Lage
- **Kongruenzgebot**  
Ausrichtung der Größenordnung am zentralen Orte Prinzip bzw. Verflechtungsbereich
- **Agglomerationsverbot**  
kleinflächige Betriebe mit räumlich-funktionalem Zusammenhang sind als Großflächen zu behandeln

Es ist zu empfehlen, die länderspezifischen Regelungen gesondert zu berücksichtigen, weil die Unterschiede in den Bestimmungen teilweise erheblich sind.

Regionalpläne der regionalen Planungsverbände konkretisieren die Ziele und Grundsätze der Landesplanung.

In den meisten Bundesländern liegen Verwaltungsvorschriften, wie zum Beispiel „Einzelhandelserlasse“, „Handlungsanleitungen“, „Arbeitshilfen“ oder ähnliches vor.

Die konkreten landesspezifischen Vorgaben werden im Kapitel „Rahmenvorgaben der Landesplanung“ ausgeführt.



### **2.3.4 Kommunale Vorgaben**

Die Bauleitplanung der Gemeinden (Flächennutzungspläne und Bebauungspläne) regelt die Zulässigkeit des großflächigen Einzelhandels im Gemeindegebiet. Diese ist bei der Erstellung von Einzelhandelskonzepten zu beachten. Unverbindliche Planungen wie Stadtentwicklungspläne, kommunale oder auch regionale Einzelhandelskonzepte werden ebenfalls berücksichtigt

## **2.4 Regionale Einordnung**

### **2.4.1 Der Standort Eisenhüttenstadt**

Eisenhüttenstadt ist eine mittelgroße Stadt im Bundesland Brandenburg, die 120 Kilometer südöstlich der Bundeshauptstadt Berlin an der Oder und damit direkt an der deutsch-polnischen Grenze, allerdings ohne stadtnahen Grenzübergang, liegt. Mit einer Fläche von etwa 6.347 ha und 24.663 Einwohnern (Stand: 30.06.2021) stellt Eisenhüttenstadt die zweitgrößte Stadt im Landkreis Oder-Spree dar und ist in der Landesplanung als Mittelzentrum ausgewiesen.

Das Oberzentrum Frankfurt (Oder) liegt 20 Kilometer nördlich von Eisenhüttenstadt, Cottbus als weiteres Oberzentrum etwa 60 Kilometer südwestlich. Im Westen liegt die Stadt Beeskow (Mittelzentrum), im Süden das Mittelzentrum Guben. Müllrose, Friedland, Lieberose und Neuzelle als Grundfunktionale Schwerpunkte und Brieskow-Finkenheerd vervollständigen die Auflistung der nahegelegenen, größeren Orte.

Die regionale Wettbewerbssituation ist geprägt durch die attraktiven und quantitativ bedeutenden Einzelhandelsangebote des Oberzentrums Frankfurt (Oder). Die Mittelzentren Guben und Beeskow sowie das Oberzentrum Cottbus stellen ebenfalls Konkurrenz für den Eisenhüttenstädter Einzelhandel dar.

Im Stadtgebiet von Eisenhüttenstadt verlaufen zwei Bundesstraßen. Die B112 führt nach Süden in Richtung Guben und nach Norden in Richtung Frankfurt (Oder), die B246 verläuft von Eisenhüttenstadt nach Beeskow. Die beiden Bundesstraßen sind als wichtige regionale Verbindungen einzustufen, denn die nächstmögliche Autobahnauffahrt befindet sich erst weiter nördlich bei Frankfurt (Oder). Nach Osten gibt es keine Verkehrsverbindungen, die nächsten Brücken in Richtung Polen überqueren die Oder im Norden in Frankfurt (Oder) und die Neiße im Süden in Coschen. Durch die fehlenden grenzüberschreitenden Verbindungen fehlt der Stadt Eisenhüttenstadt der Zugang zu Kaufkraftpotenzialen auf polnischer Seite. Dort leben in den kleineren Ortschaften rund 3.000 bis 5.000 Einwohner, die maßgeblich zum Ausgleich des städtischen Schrumpfungprozesses beitragen könnten.

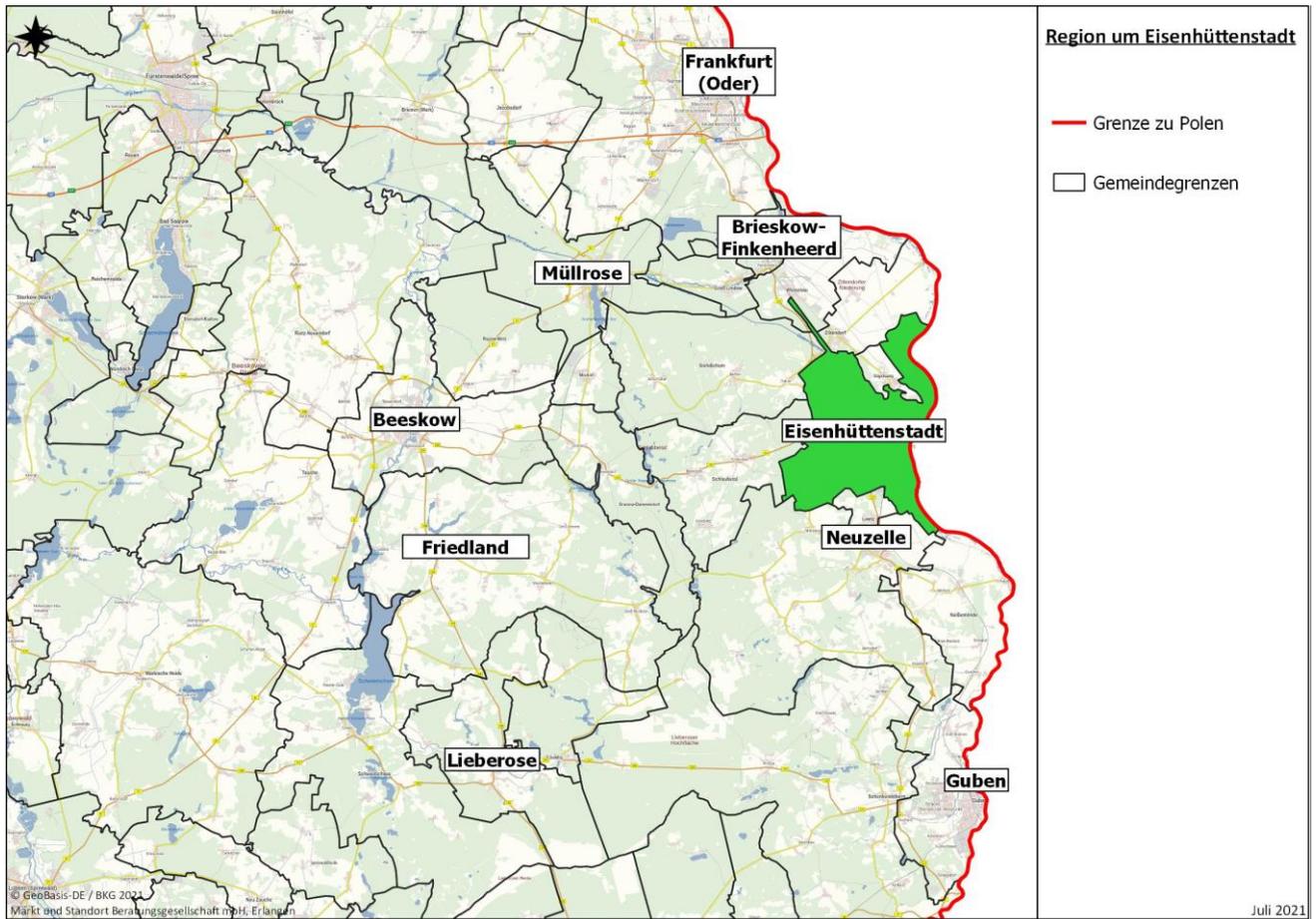
Die Anbindung an den ÖPNV ist über ein dichtes Linienbusnetz sowie RE- und RB-Verbindungen am Bahnhof Eisenhüttenstadt gewährleistet. Die Fernverbindungen der EC-Linien der Deutschen Bahn sind zwar erst in Frankfurt (Oder) erreichbar, aber mit einem Haltepunkt für den RE1 hat Eisenhüttenstadt Anschluss an den beschleunigten Regionalverkehr in Brandenburg und damit mehrmals täglich eine direkte Verbindung nach Berlin.

### **2.4.2 Demographische Entwicklung in der Region**

Die Stadt Eisenhüttenstadt hat von 1991 bis 2017 mehr als die Hälfte (50,4%) ihrer Bevölkerung verloren und die Vorausschätzung des Landesamts für Bauen und Verkehr geht auch für die kommenden Jahre von einer weiteren Bevölkerungsabnahme aus.



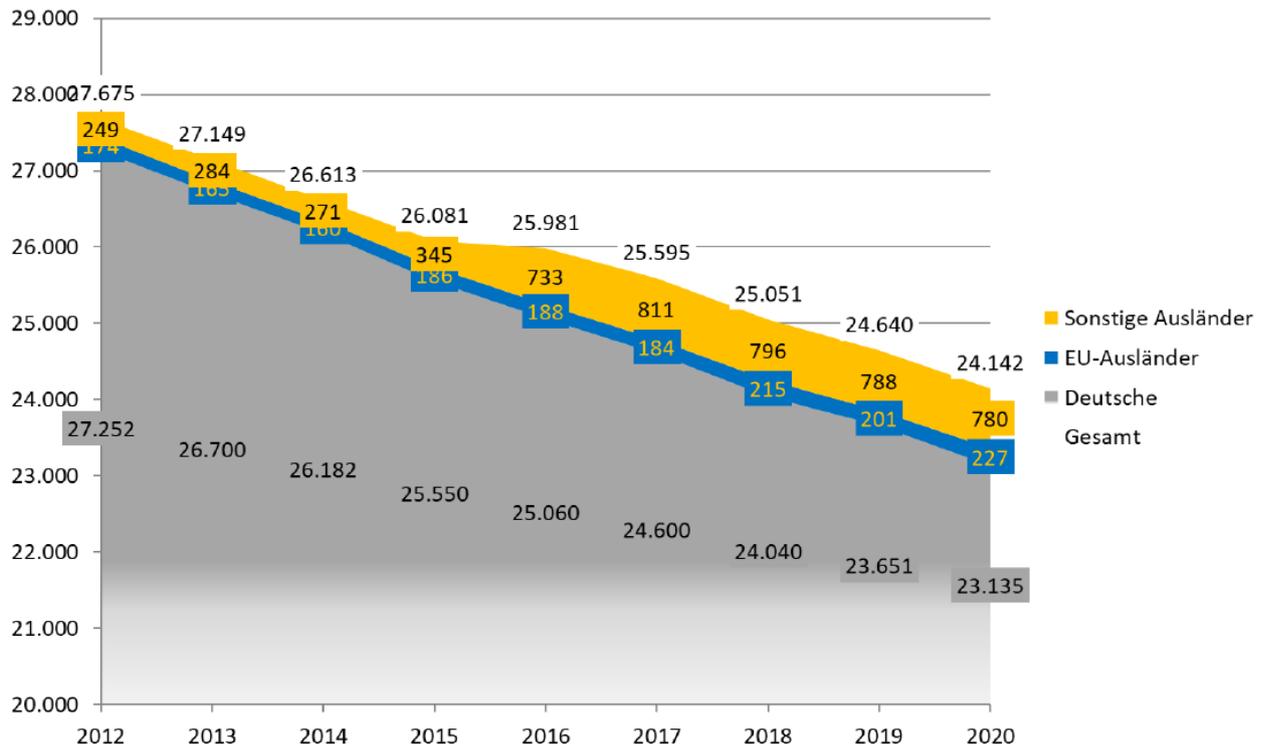
**Abbildung 6 Regionale Einordnung der Stadt Eisenhüttenstadt**



Quelle: eigene Darstellung

**Abbildung 7 Entwicklung der Einwohnerzahl Eisenhüttenstadt seit 2012**

**Entwicklung Einwohnerzahlen Eisenhüttenstadt - Hauptwohnsitze, ohne EAE**



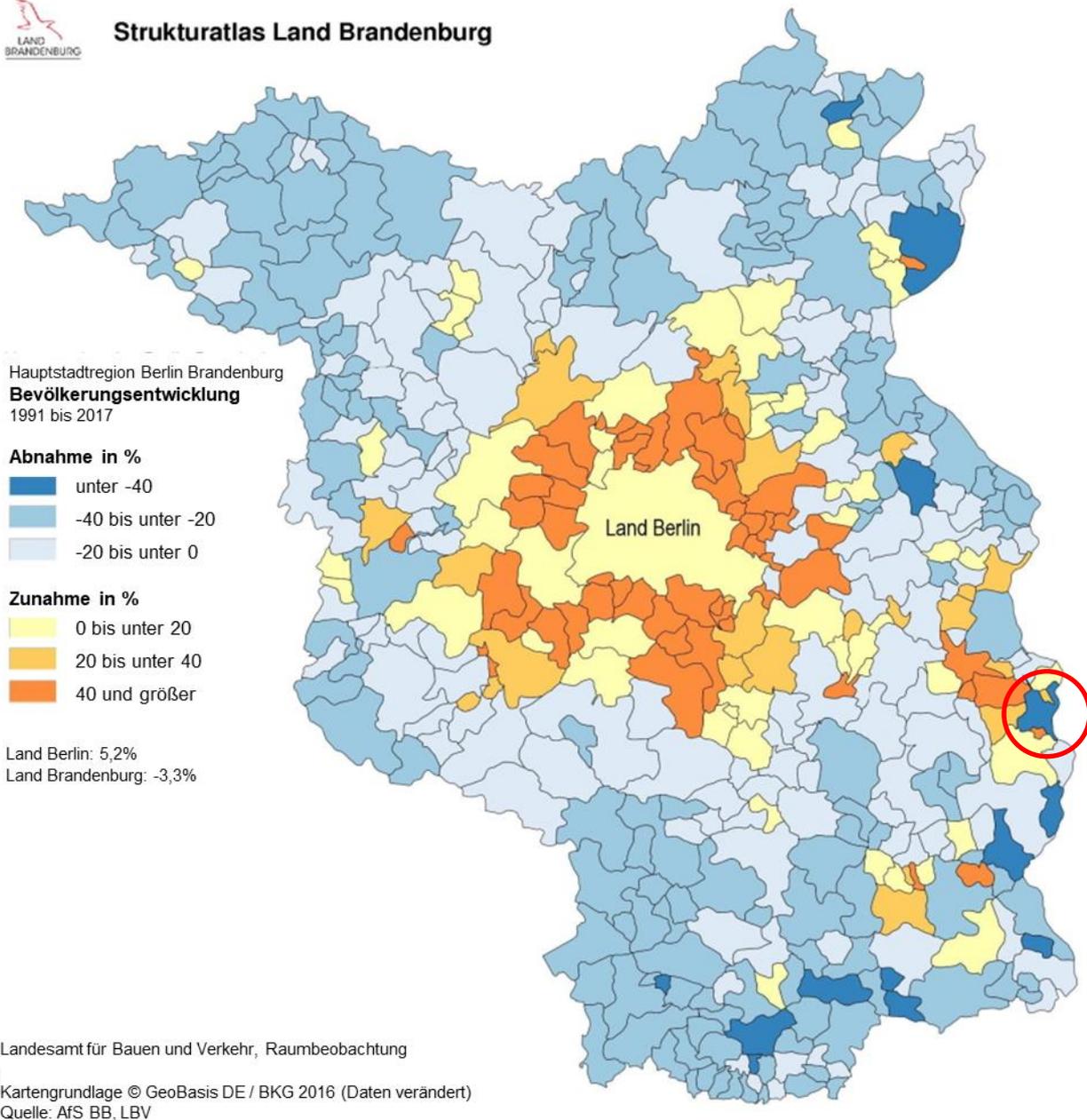
Quelle: Eisenhüttenstadt – INSEK 2020, Stand 22.3.2021



Abbildung 8 Bevölkerungsentwicklung in Brandenburg von 1991 bis 2017



Strukturatlas Land Brandenburg

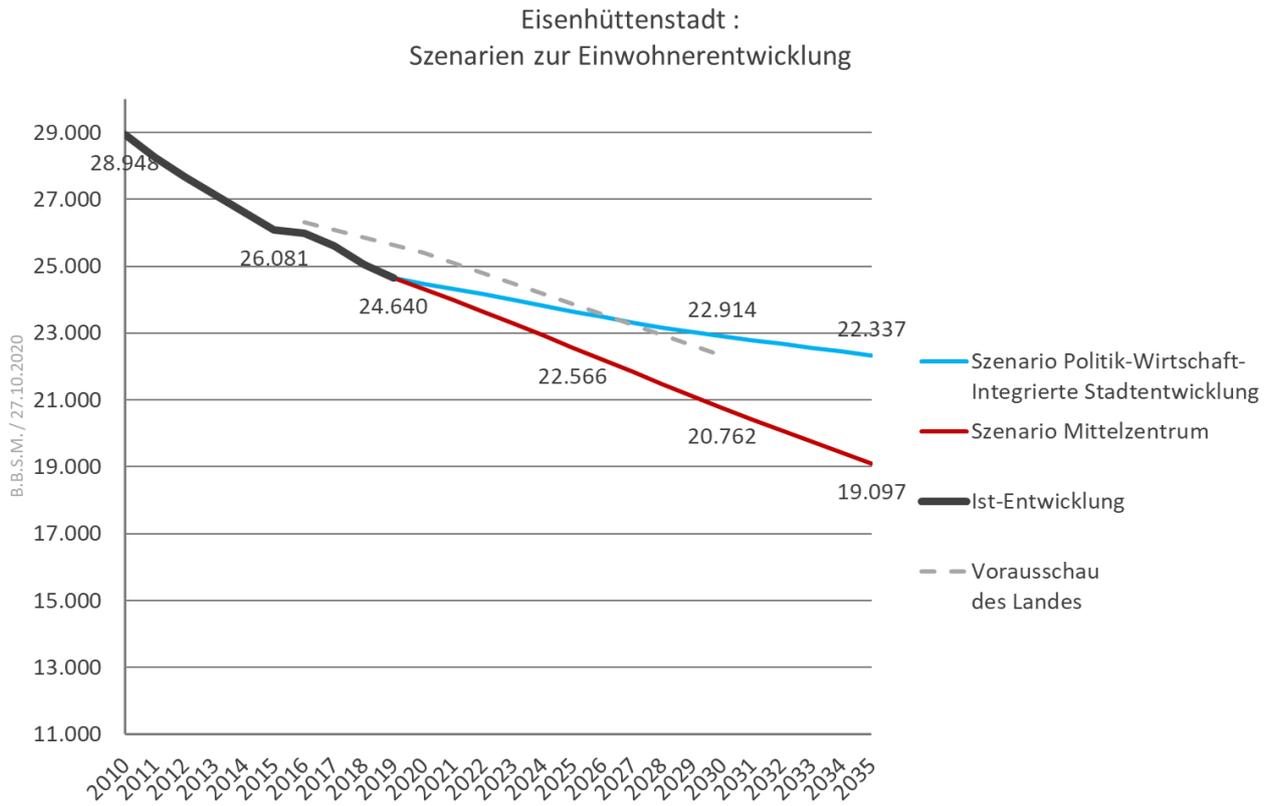


Quelle: Landesamt für Bauen und Verkehr, [www.strukturatlas.brandenburg.de](http://www.strukturatlas.brandenburg.de), abgerufen am 14.05.2021

Bis 2035 soll nach dieser Berechnung die Bevölkerung ausgehend von dem Bestand im Jahr 2017 um weitere 15,2% schrumpfen. Dieser Wert ist sehr viel höher als für das Land Brandenburg insgesamt (-1,7%) erwartet und immer noch doppelt so hoch wie für den gesamten Landkreis Oder-Spree (-7,4%) berechnet. Im Entwurf des Integrierten Stadtentwicklungskonzeptes (INSEK) wurden folgende Einwohnerprognose zugrunde gelegt.



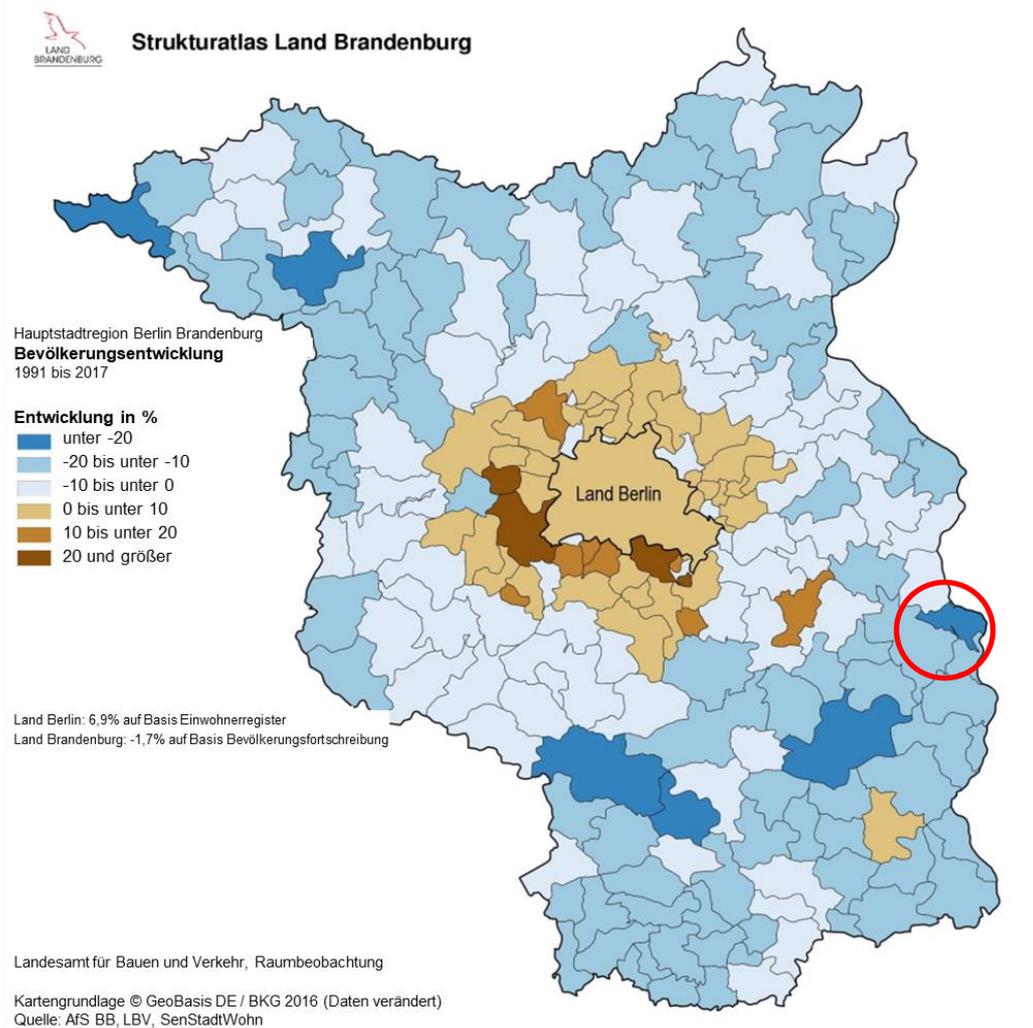
**Abbildung 9 Szenarien zur Bevölkerungsentwicklung bis 2035**



Quelle: Eisenhüttenstadt – INSEK 2020



**Abbildung 10** Vorausschätzung der Bevölkerungsentwicklung in Brandenburg 2017 bis 2030



Quelle: Landesamt für Bauen und Verkehr, [www.strukturatlas.brandenburg.de](http://www.strukturatlas.brandenburg.de), abgerufen am 14.05.2021

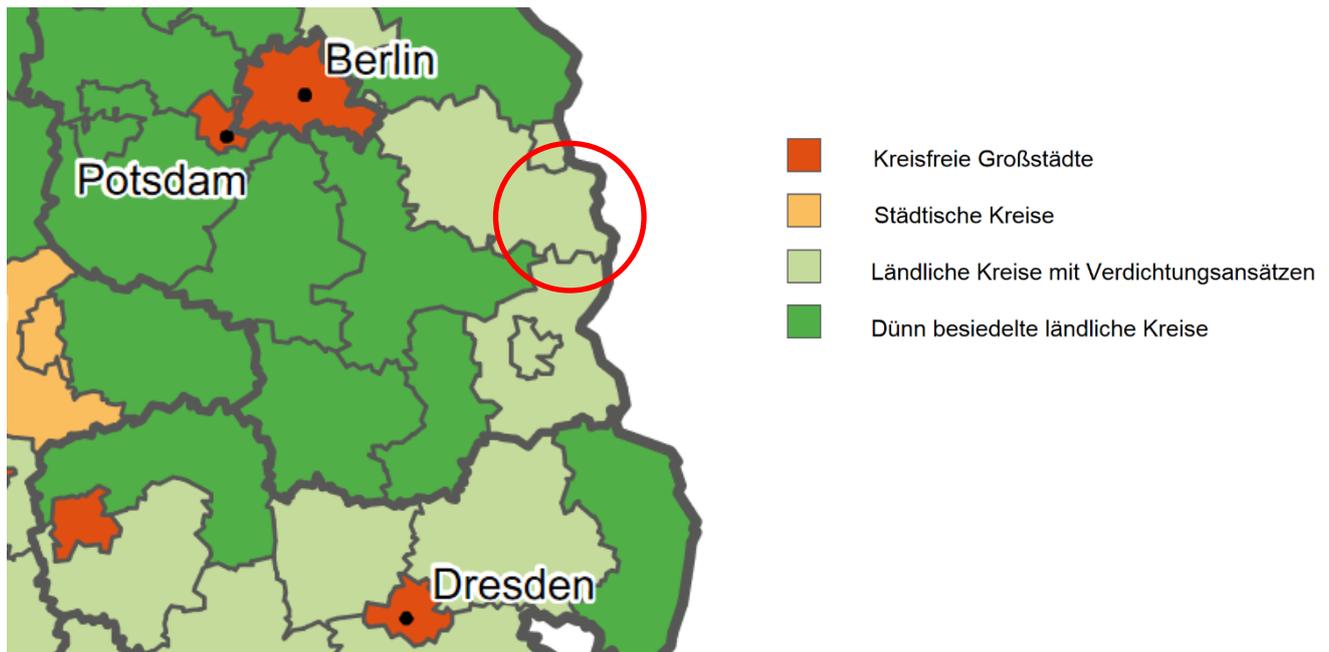
Mit dem massiven Rückgang der Gesamtbevölkerung ging eine deutliche Alterung der Bevölkerung einher. Im Jahr 2017 war Eisenhüttenstadt eine der Gemeinden in Brandenburg mit dem höchsten Durchschnittsalter (51,7 Jahre, das sind fast 5 Jahre mehr als der Landesdurchschnitt von 46,9 Jahren). Damit hat die Stadt eine Entwicklung vorausgenommen, die im restlichen Land noch bevorsteht. Für die Jahre bis 2030 erwartet die Vorausschätzung des Landesamts für Eisenhüttenstadt bei der über 65-jährigen Bevölkerung lediglich eine Zunahme von 3,0%, deutlich weniger als die Steigerung von 19,7% im Landkreis Oder-Spree oder die 13,3% für das gesamte Land Brandenburg. Trotzdem wird das Durchschnittsalter auch in Eisenhüttenstadt weiter steigen, da für die Altersgruppe der 15- bis 65-Jährigen eine Abnahme von 26,3% erwartet wird.

### 2.4.3 Raumstrukturelle Einordnung Eisenhüttenstadts

Im Rahmen der Regionaltypisierung der kreisfreien Städte und Städte des Bundesinstitutes für Bau-, Stadt- und Raumforschung werden die Regionen nach ihrer räumlichen Verdichtung und kommunalen Gebietsorganisation charakterisiert.



Abbildung 11 Siedlungsstruktureller Kreistyp



Quelle: Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung, Raumordnungsbericht 2017, Seite 10, Bonn 2018

Folglich ist Eisenhüttenstadt, Cottbus, Frankfurt (Oder), Beeskow und Guben als ländlicher Raum mit Verdichtungsansätzen charakterisiert. Unmittelbar benachbarte Raumstrukturen sind nach Südosten vergleichbar stark verdichtet, nach Südwesten, Westen und Norden hingegen noch geringer verdichtet. Berlin und Potsdam weisen als Verdichtungskern im Nordwesten eine deutlich höhere Verdichtung auf.

#### 2.4.4 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die Kaufkraftverhältnisse innerhalb einer Region lassen sich am ehesten durch die Kaufkraftkennziffern darstellen. Kaufkraftkennziffern geben Auskunft über die regionale Verteilung der einkommensbedingten, potenziellen Endverbrauchernachfrage. In Verbindung mit den aktuellen Zahlen zur (ortsansässigen) Bevölkerung erlauben sie quantitative Angaben zur Einschätzung der lokalen Nachfrage nach Waren und Gütern, die über Handels- und Dienstleistungsunternehmen distribuiert werden.



**Abbildung 12 Einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex 2020 im regionalen Vergleich (BRD=100)**



Quelle: eigene Darstellung, Michael Bauer Research, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2020

Die ausgewiesenen Kaufkraftindizes messen die jeweiligen regionalen Ergebnisse am Bundeswert. Der deutschlandweite Durchschnittswert wird dabei auf 100 gesetzt. Demnach bedeutet ein Wert über 100 eine überdurchschnittliche Kaufkraft, ein Wert unter 100 eine unterdurchschnittliche Kaufkraft in der Region. Kaufkraftindizes sind grundsätzlich Betrachtungen je Einwohner einer Region und werden somit zum „Durchschnittseinwohner“ in ganz Deutschland in Beziehung gesetzt.

Danach herrschen unterdurchschnittliche Kaufkraftindizes in der Region vor, gemessen am Durchschnitt von Brandenburg (93,0) bewegen sich die Werte aber etwa auf Landesniveau. Dies hat naturgemäß Auswirkungen auf die Einzelhandelsausgaben. Für die Stadt Eisenhüttenstadt wurde ein Kaufkraftindex von 83,2 ermittelt. Damit liegt Eisenhüttenstadt deutlich unter dem Bundesdurchschnitt und auch unter dem Landesdurchschnitt und stellt den letzten Platz unter den ausgewählten Städten der Region dar. Keine Aussage kann allerdings über die tatsächlichen Umsatzchancen des Einzelhandels auf Grundlage dieser Daten gemacht werden. Vielmehr handelt es sich um einen ersten regionalen Benchmark.

### **3 Einzugsbereich und Marktpotenziale**

#### **3.1 Das Einzugsgebiet von Eisenhüttenstadt**

Aus der beschriebenen regionalen Verteilung der Versorgungsstrukturen und Potenziale und der aktuell gemessenen Versorgungsbedeutung des Einzelhandels in der Stadt Eisenhüttenstadt ist davon auszugehen, dass die regionale Ausstrahlung Eisenhüttenstadts als Einzelhandelsstandort als eher mäßig zu bewerten ist. Im Einzelhandelskonzept 2009 wurde, ebenso wie aktuell, eine begrenzte Zentralität für die Stadt ermittelt. Potenziale von der polnischen Seite dürften angesichts der entfernten Lage der Grenzübergänge gering sein.

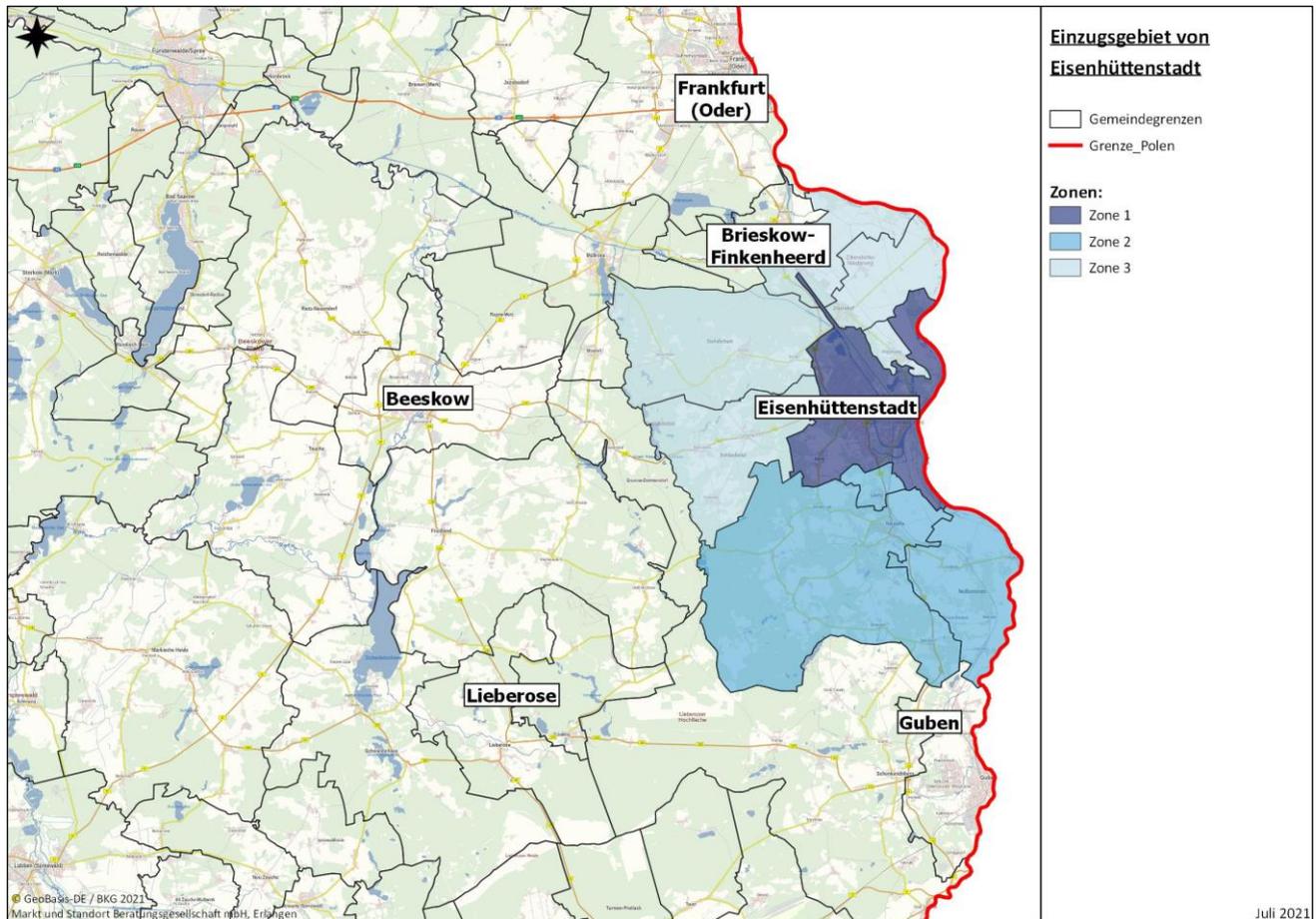
Angesichts der positiven Zentralitätsquoten im periodischen Bedarfssegment, aber mitunter negativen Quoten im aperiodischen Segment (z.B. Elektrowaren) wird die Nachfrage im Stadtgebiet jedoch



nur bedingt gedeckt. Der Einzelhandel in Eisenhüttenstadt besitzt insoweit auch nur eine eingeschränkte regionale Bedeutung, da keine vollständige gesamtstädtische Bedeutung erreicht werden kann.

Dem Mittelzentrum Eisenhüttenstadt wird durch die Landesplanung ein Mittelbereich geringer Ausdehnung vorgegeben. Hierzu gehören die Gemeinden Lawitz, Neißemünde und Neuzelle.

**Abbildung 13 Einzugsbereich der Stadt Eisenhüttenstadt**



Es bleibt zu berücksichtigen, dass einige Anbieter wie beispielsweise Kaufland, Marktkauf oder Toom Baumarkt (hat zwischenzeitlich geschlossen und wird durch Obi ersetzt werden) durchaus in der Lage sind, am Standort Eisenhüttenstadt regionale Einzugsbereiche zu erschließen. In der Summe kann Eisenhüttenstadt so sein Einzugsgebiet über seine Stadtgrenzen hinaus festsetzen.

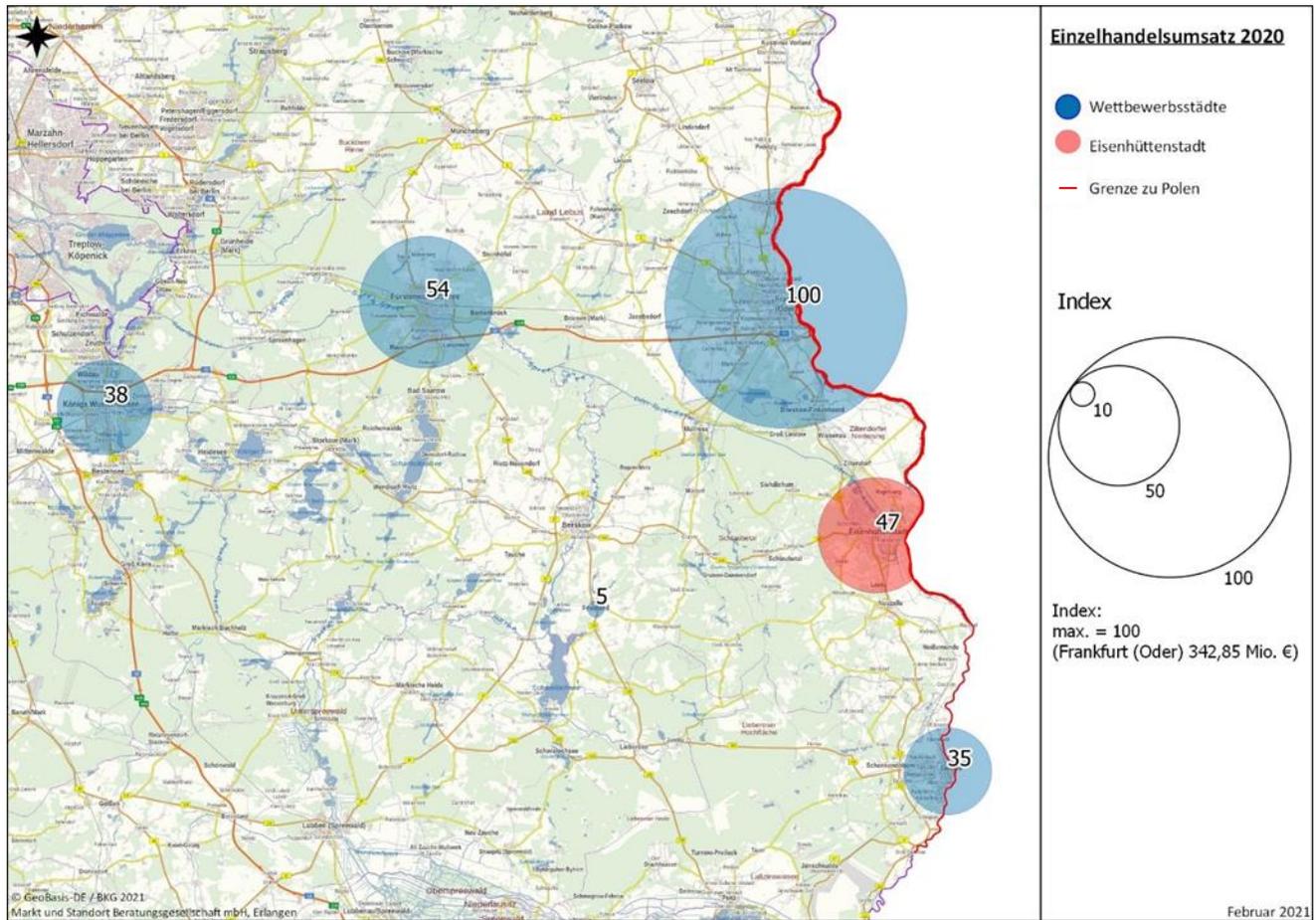
### 3.2 Wettbewerb und Entwicklung der Wettbewerbsposition

Ein Maß für die Einschätzung der Marktposition Eisenhüttenstadts in der Region ist der Einzelhandelsumsatz, der innerhalb eines Jahres in Eisenhüttenstadt erzielt wird. Die Umsatzkennziffer Eisenhüttenstadts erreicht im Vergleich zu den Städten in der Region ein eher durchschnittliches Niveau. Indiziert man die Stadt mit dem höchsten Einzelhandelsumsatz auf 100 (Stadt Frankfurt (Oder) mit 342,84 Mio. €, so erreicht Eisenhüttenstadt 47% davon. Fürstenwalde/Spree erreicht 54% des Umsatzniveaus von Frankfurt (Oder), Königs Wusterhausen 38% und Guben 35%.

Es liegt auf der Hand, dass sich bei einer solchen Konzentration von Wettbewerb im unmittelbaren Umfeld die regionale Versorgungsbedeutung und die damit verbundene mittelzentrale Funktion Eisenhüttenstadts auf das regionale Umfeld beschränken muss.



**Abbildung 14 Versorgungsbedeutung der Städte in der Region und Einordnung Eisenhüttenstadts**



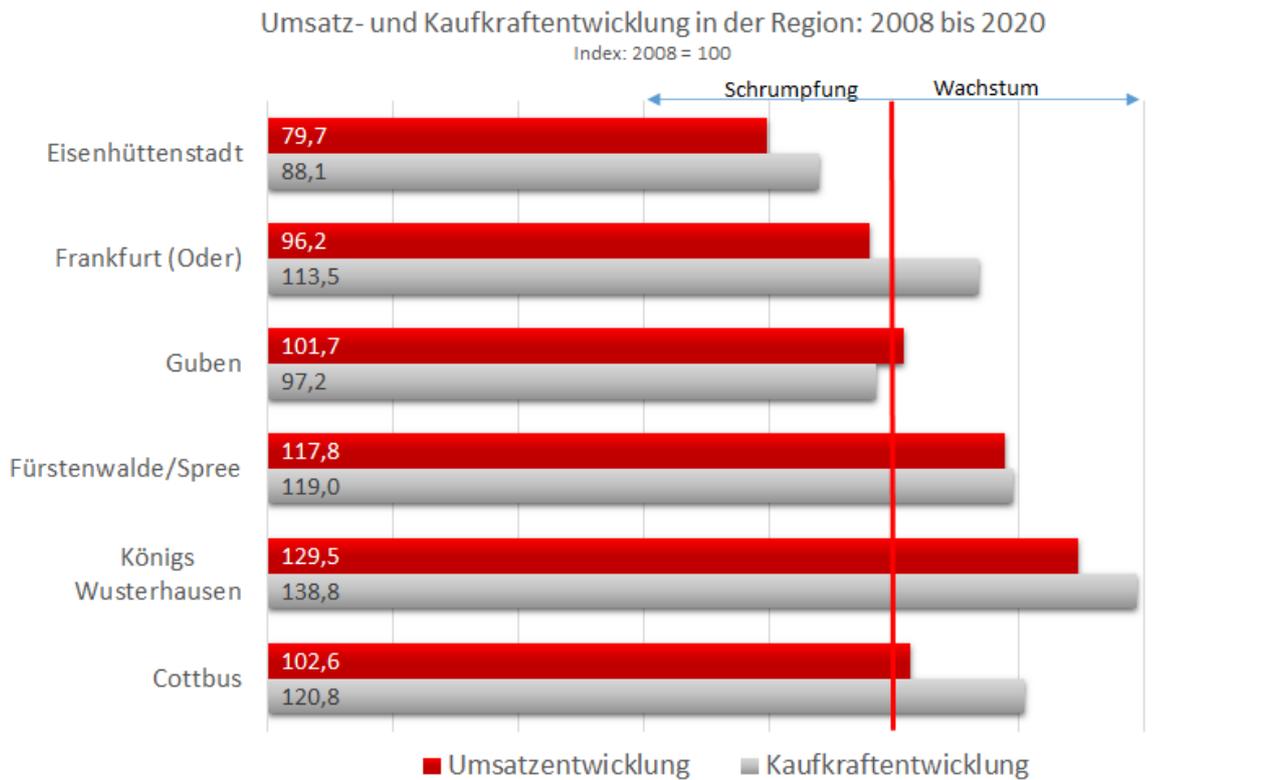
Quelle: eigene Darstellung, Michael Bauer Research, Umsatzkennziffern 2020

Es stellt sich die Frage, inwieweit sich der Einzelhandel von Eisenhüttenstadt in diesem regionalen Wettbewerbsumfeld, insbesondere Frankfurt (Oder) gegenüber, behaupten kann, denn die großen Herausforderungen der demografischen Entwicklung sind hier nicht außer Acht zu lassen.

Der regionale Vergleich von Kaufkraft- und Umsatzentwicklung in den Städten lässt Rückschlüsse zu, inwieweit zuwachsende oder schrumpfende Marktpotenziale genutzt bzw. verkräftet werden konnten. Dazu wurde ein längerfristiger Vergleich der Kaufkraft- und Umsatzentwicklung in den Städten der Region angestellt. Eine Indizierung von absoluter einzelhandelsrelevanter Kaufkraft und dem Einzelhandelsumsatz auf das Jahr 2008 (2008=100) ermöglicht den Vergleich des Zeitverlaufs zwischen den Städten der Region.



**Abbildung 15 Umsatz- und Kaufkraftentwicklung in den Städten der Region**



Quelle: eigene Darstellung, Michael Bauer Research, Umsatz- und Kaufkraftkennziffern 2008 und 2020

Im regionalen Vergleich erlitt der Einzelhandel der Stadt Eisenhüttenstadt den größten prozentualen Rückgang des Einzelhandelsumsatzes seit 2008 in der Region. Es handelt sich um insgesamt 20,3% in 12 Jahren. Dies stellt selbstverständlich einen erheblichen Umsatzverlust dar. Diese Entwicklung betrifft allerdings auch andere Städte der Region, wie etwa Frankfurt (Oder) und Guben, bei Beachtung der Preisbereinigung. Fürstenwalde/Spree und Königs Wusterhausen weisen hingegen eine positive Umsatzentwicklung auf.

Hier sind die absoluten Größenordnungen maßgeblich. Auch wenn beispielsweise Königs Wusterhausen eine dem Index nach recht hohe Umsatzentwicklung verzeichnen konnte, beträgt die absolute Steigerung des Einzelhandelsumsatzes lediglich 30 Mio. €. Frankfurt (Oder) verzeichnet hingegen einen nur eher leichten Rückgang in der Umsatzentwicklung, dennoch macht dieser bereits einen Verlust im Einzelhandelsumsatz von rund 13,6 Mio. € aus. Der hohe Rückgang in der Umsatzentwicklung Eisenhüttenstadts geht dabei mit einem starken absoluten Verlust des Einzelhandelsumsatzes von etwa 40,8 Mio. € einher.

Der Vergleich der Kaufkraftentwicklung zeigt ein ähnliches Bild. Hier liegt Eisenhüttenstadt ebenfalls auf dem letzten Platz der Vergleichsstädte, der Rückgang des Einzelhandelsumsatzes geht also auch mit einem Rückgang der Kaufkraft einher. Hier sind sicherlich die Einflüsse des stark steigenden Online-Handels im Vergleichszeitraum zu berücksichtigen. Der relative Umsatzanteil des Online-Handels hat sich seit 2006 bis ins Jahr 2017 von 6% auf 12% verdoppelt. Das Problem hat der Einzelhandel in den anderen Städten der Region allerdings auch.

Durch regional überdurchschnittlichen Rückgang der Kaufkraft in den letzten 12 Jahren verliert die Stadt Eisenhüttenstadt real an Einzelhandelsumsatz. Es besteht die Gefahr, den Anschluss an die regionale Entwicklung zu verlieren.

Eine vergleichbare Gefahr besteht daneben aber auch für die Städte Frankfurt (Oder) und Guben.



### 3.3 Kaufkraftanalyse Eisenhüttenstadt

Die verfügbaren Marktpotenziale sind quantitativer Ausdruck des Nachfragevolumens im Stadtgebiet. Es handelt sich um die monetären Mittel, die der Bevölkerung Eisenhüttenstadts im Jahr 2020 für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung stehen. Damit ist nichts über die Kaufkraftbindung gesagt. Regelmäßig aufgesuchte Einkaufsziele bestimmen die Kaufkraftbindung und ergeben letztlich die Kaufkraftströme zwischen Wohnorten der Bevölkerung und den Einkaufszielen, die im Falle von Eisenhüttenstadt zu einem großen Ausmaß außerhalb des Stadtgebietes liegen. Eine Ausdehnung des Einzugsbereiches ist angesichts der regionalen Wettbewerbslage für die Stadt Eisenhüttenstadt nicht möglich. Eine Ausdehnung des Einzugsbereiches und damit der verfügbaren Kaufkraft, wäre ausschließlich nach Polen möglich. Dazu wären allerdings eine kurze und direkte Verkehrsanbindung notwendig.

#### 3.3.1 Marktpotenzial

Grundlage der Berechnung der Marktpotenziale sind zum einen die Bevölkerungsgröße und zum anderen die Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel. Während die Einwohnerzahlen von der örtlichen amtlichen Statistik ermittelt werden, basiert die Bestimmung der Pro-Kopf-Werte für die Einzelhandelsausgaben auf bundesweiten Wirtschaftsstatistiken, die zum Teil aus der amtlichen Statistik<sup>5</sup> und darüber hinaus aus Veröffentlichungen diverser Branchenverbände und Institute des Einzelhandels<sup>6</sup> stammen.

Danach betragen die bundesweit durchschnittlichen jährlichen Ausgaben im Einzelhandel 6.819 € pro Kopf der Bevölkerung. Auf den periodischen Bedarf entfallen mit 3.376 € pro Kopf knapp 50% aller Einzelhandelsausgaben. Die Potenziale für die Nahversorgung binden somit die Hälfte des verfügbaren Ausgabenpotenzials für den Einzelhandel.

Im aperiodischen Bedarfsbereich entfällt auf den persönlichen Bedarf, der für die Innenstadt bedeutend ist, mit 938 € pro Kopf der Bevölkerung ein Anteil von rund 14% der Gesamtausgaben im Einzelhandel. Baumarktartikel und Einrichtungsbedarf binden dagegen Ausgaben von 1.203 € pro Kopf, was einem Anteil an den Gesamtausgaben von rund 18% entspricht.

---

5 Umsatzsteuerstatistik, Verbraucherpreisindices, VGR des Bundes, Einkommens- und Verbrauchsstichprobe

6 EHI, BBE, Bundesverband des Deutschen Lebensmittelhandels e.V., Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände, Bundesverband des Deutschen Textileinzelhandels e.V., Bundesverband Parfümerien e.V., Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e.V., Verband Deutscher Drogisten e.V., Bundesverband für den gedeckten Tisch, Hausrat und Wohnkultur e.V., Bundesverband Bürowirtschaft, Bundesverband des Deutschen Schuheinzelhandels e.V., Verband Deutscher Sportfachhandel e.V., Bundesverband der Campingwirtschaft in Deutschland e.V., Zentralverband der Augenoptiker, Börsenverein des Deutschen Buchhandels, Bundesverband Technik des Einzelhandels e.V., Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e.V., Bundesverband Schmuck und Uhren e.V., Bundesverband der Juweliere, Schmuck- und Uhrenfachgeschäfte e.V., Gesamtverband Autoteile e.V., Bundesverband Deutscher Heimwerker-, Bau-, und Gartenmärkte e.V., Zweirad Industrieverband e.V., Bundesverband Farben- und Tapeten e.V., Bundesverband des Deutschen Möbel-, Küchen- und Einrichtungsfachhandel e.V., Industrieverband Heimtierbedarf e.V., Zentralverband Zoologischer Fachbetriebe Deutschlands e.V., Bundesverband des Spielwarenhandels e.V.



**Tabelle 7 Mittlere Ausgaben im Einzelhandel (nach Sortimentsgruppen) in € pro Kopf und Jahr (Bundesdurchschnitt)**

| <b>Bedarfsgruppe</b>               | <b>Pro-Kopf-Ausgaben<br/>in €</b> |
|------------------------------------|-----------------------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel         | 2.786                             |
| Gesundheits- und Körperpflege      | 590                               |
| Bekleidung, Lederwaren             | 667                               |
| Schuhe                             | 159                               |
| Bücher, Schreibwaren               | 214                               |
| Uhren, Schmuck, Optik              | 112                               |
| Haushaltswaren, Glas, Porzellan    | 116                               |
| Elektrowaren                       | 583                               |
| Möbel und Einrichtungsbedarf       | 621                               |
| Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf | 582                               |
| Hobby-, Sport- und Freizeitartikel | 388                               |
| <b>Gesamtsumme</b>                 | <b>6.819</b>                      |

Quelle: eigene Berechnungen, BBE, diverse Verbände, Destatis, MB Research 2020

Die für Eisenhüttenstadt verwendeten Pro-Kopf-Werte liegen proportional zum festgestellten Kaufkraftindex von 83,2 um 16,8% unter dem Bundesniveau, d.h. der durchschnittliche Ausgabenbetrag pro Jahr und Kopf beträgt hier 5.672 €.

Im Vergleich zum Jahr 2008 ist damit der absolute Betrag der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Kopf deutlich gestiegen. Für das Jahr 2008 betrug der Pro-Kopf Ausgabenwert für den Einzelhandel laut Stadt + Handel 4.403 €. Das ergäbe eine Steigerung von mehr als 28%<sup>7</sup> in zwölf Jahren.

### **3.3.2 Kaufkraft im Stadtgebiet**

Die verfügbare Kaufkraft im Stadtgebiet ergibt sich schließlich aus der Verrechnung der mit dem Kaufkraftindex gewichteten Pro-Kopf-Werte mit der aktuellen Einwohnerzahl.

Ausgehend von einer Einwohnerzahl von 24.663 ergibt sich ein Ausgabenpotenzial pro Jahr von insgesamt 140,9 Mio. €.

Wie oben beschrieben erlebt Eisenhüttenstadt seit der Wiedervereinigung einen kontinuierlichen Einwohnerverlust. Im Vergleich zu 2011 (32.800 Einwohner nach Angaben von Stadt + Handel) liegt die Einwohnerzahl aktuell um ca. 8.000 Einwohner niedriger. Die leichte Steigerung des Kaufkraftindex gegenüber 2011 kann diesen Rückgang nicht ausgleichen, so dass das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial in Eisenhüttenstadt in den vergangenen zwölf Jahren um 11,9% gesunken ist. Gleichzeitig sank die Einwohnerzahl um 24%, so dass durch die leichte Steigerung des Kaufkraftindex innerhalb des Beobachtungszeitraumes ein begrenzter Teilausgleich der Verluste stattfinden konnte.

---

<sup>7</sup> Eine Abweichung der Pro-Kopf Werte aufgrund von Unterschieden in der Berechnungsmethodik zwischen Stadt + Handel und Markt und Standort ist hier nicht auszuschließen. Im Jahr 2008 hätte Markt und Standort einen Pro-Kopf-Ausgabenwert von 4.675 € pro Einwohner von Eisenhüttenstadt angesetzt. Die Steigerung hätte danach seitdem nur bei 22% gelegen.



**Tabelle 8 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach Sortimentsgruppen in der Stadt Eisenhüttenstadt**

| Sortimentsgruppe                   | Ausgabenpotenzial 2020<br>in € |
|------------------------------------|--------------------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel         | 57,6                           |
| Gesundheits- und Körperpflege      | 12,2                           |
| Bekleidung, Lederwaren             | 13,8                           |
| Schuhe                             | 3,3                            |
| Bücher, Schreibwaren               | 4,4                            |
| Uhren, Schmuck, Optik              | 2,3                            |
| Haushaltswaren, Glas, Porzellan    | 2,4                            |
| Elektrowaren                       | 12,0                           |
| Möbel und Einrichtungsbedarf       | 12,8                           |
| Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf | 12,0                           |
| Hobby-, Sport- und Freizeitartikel | 8,0                            |
| Gesamtsumme                        | 140,9                          |

Quelle: eigene Berechnungen, BBE, diverse Verbände, Destatis, MB Research 2020

Die Verbraucher der Stadt Eisenhüttenstadt verfügen insgesamt über 140,9 Mio. € einzelhandelsrelevanter Kaufkraft für das Jahr 2020. Das ist im Vergleich zum Jahr 2008 (Stadt + Handel, Gutachten von 2009) mit einem Wert von 145,7 Mio. € eine nur geringe Reduktion von 3,3%. Auf den kurzfristigen Bedarf entfallen mit 69,8 Mio. € fast 50% aller Einzelhandelsausgaben. Beim mittelfristigen Bedarf sind es etwa 15% mit 21,5 Mio. € Ausgaben. Auf den langfristigen Bedarf entfallen mit 49,6 Mio. € rund 35% aller Einzelhandelsausgaben.

Maßgebliche Kaufkraftsteigerungen hängen zum einen von der Bevölkerungsentwicklung und zum anderen von der Einkommensentwicklung ab. In der Vergangenheit war die Einwohnerzahl von Eisenhüttenstadt zwar deutlich rückläufig, trotzdem ist die Kaufkraft bei weitem nicht so stark gesunken, wie die Bevölkerung. Ein Ausgleich des Bevölkerungsverlustes durch Kaufkraftsteigerung ist zumindest zum Teil gelungen. Eine Ausweitung des Einzugsbereiches nach Polen, wäre eine Option, die allerdings erhebliche verkehrsinfrastrukturelle Maßnahmen erfordern würde.



## 4 Analyse des Einzelhandelsbestandes und einzelhandelsrelevanter Aspekte in Eisenhüttenstadt

Im Rahmen der Untersuchung wurden im Dezember 2020 alle Einzelhandelsbetriebe in Eisenhüttenstadt auf Basis ihrer Branche und Verkaufsflächen sortimentsbezogen ermittelt. Nicht in die Erhebung einbezogen wurden die Betriebe des Großhandels, des Kfz-Handels und der Brennstoffe jeglicher Art. Die Verkaufsshops von Tankstellen sowie die Verkaufsräume von Dienstleistern und Handwerksbetrieben (soweit Waren tatsächlich direkt verkauft werden und nicht nur Showroom sind) wurden ebenfalls erfasst. Des Weiteren wurden in den und um die zentralen Versorgungsbereiche die Dienstleister mit Erdgeschossnutzung aufgenommen.

### 4.1 Die lageräumliche Verteilung von Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben

#### 4.1.1 Einzelhandel 2020 in Eisenhüttenstadt

Im Stadtgebiet von Eisenhüttenstadt ergibt sich insgesamt eine Verkaufsflächensumme im Einzelhandel von 56.655 qm. Die Verkaufsflächen konzentrieren sich zum einen auf den kurzfristigen Bedarf mit 17.075 qm (31% der Gesamtverkaufsfläche) und zum anderen auf den Möbel- und Baumarktsektor mit insgesamt 23.305 qm (40% der Gesamtverkaufsfläche). Während der kurzfristige Bedarf zur Bewältigung seiner Versorgungsaufgabe aktuell 48 Betriebe aufweist, sind im gesamten mittel- und langfristigen Bedarfsbereich 89 Betriebe ansässig.

**Tabelle 9 Verkaufsflächen des Einzelhandels 2020 in Eisenhüttenstadt**

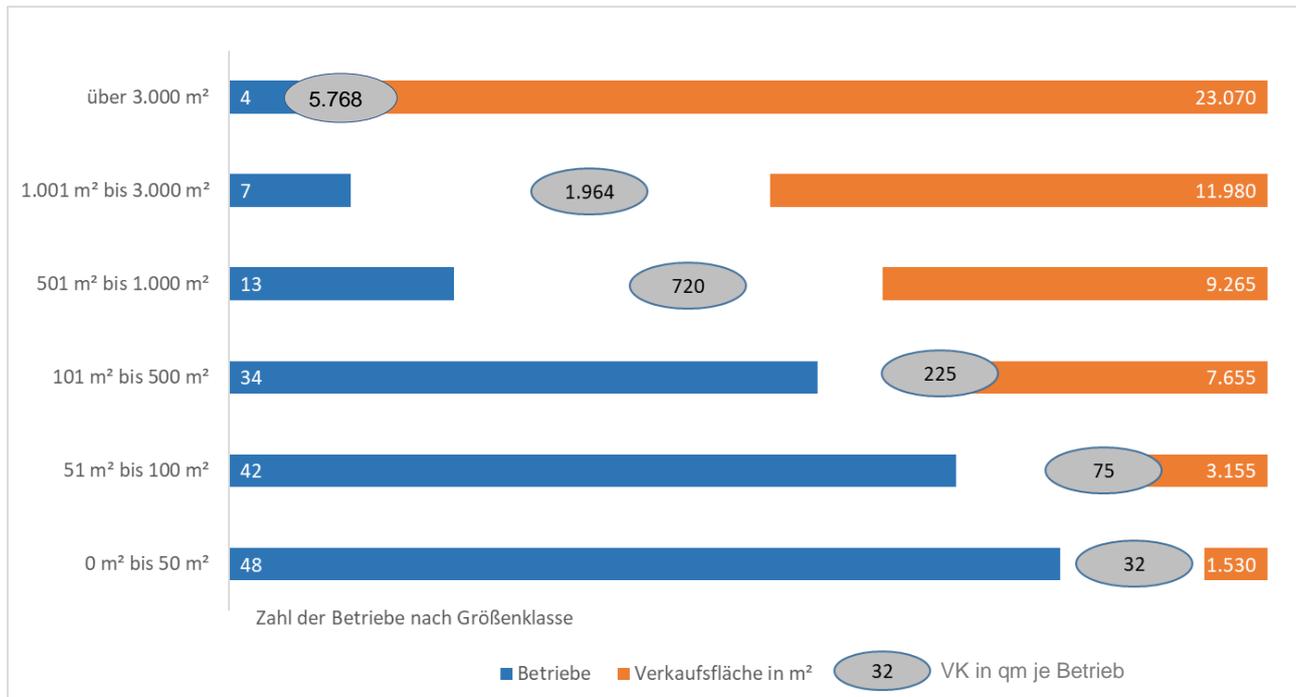
| Einzelhandelsbranchen<br><br>Sortimentsgruppe | Einzelhandelsbestand 2020             |   |
|---|---------------------------------------|---|
|   | Anzahl Betriebe<br>(nach Schwerpunkt) | Verkaufsfläche in qm<br>(sortimentsgenau) |
| Nahrungs- und Genussmittel                    | 35                                    | 14.920                                    |
| Gesundheits- und Körperpflegebedarf           | 13                                    | 2.155                                     |
| Bekleidung                                    | 23                                    | 4.935                                     |
| Schuhe  | 4                                     | 1.260                                     |
| Bücher, Schreibwaren                          | 11                                    | 1.265                                     |
| Uhren, Schmuck, Optik                         | 7                                     | 565                                       |
| Haushaltswaren, GPK                           | 7                                     | 3.945                                     |
| Elektrowaren                                  | 6                                     | 1.885                                     |
| Möbel und Einrichtungsbedarf                  | 11                                    | 11.710                                    |
| Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf            | 19                                    | 11.595                                    |
| Spiel, Sport, Hobby                           | 12                                    | 2.420                                     |
| Einzelhandel                                  | 148                                   | 56.655                                    |

Quelle: eigene Erhebung



Der größte Teil der Betriebe (ca. 60%) belegt bis zu 100 qm. Der Anteil der Kleinstbetriebe von 30 qm oder weniger liegt bei 18%. Damit entfallen auf 8% der Verkaufsfläche (4.685 qm) 90 Betriebe im Stadtgebiet. Dagegen konzentrieren sich auf die 7% der Betriebe mit Verkaufsflächen von mehr als 1.000 qm 62% der gesamten Verkaufsfläche (35.050 qm). Die mittlere Betriebsgröße in Eisenhüttenstadt beträgt über alle Betriebe hinweg 383 qm.

**Abbildung 16 Betriebsgrößenstruktur der Einzelhandelsbetriebe**



Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen, 2021

Bezogen auf die Lebensmittelbetriebe erreicht die mittlere Betriebsgröße einen Wert von 515 qm.

**Tabelle 10 Verkaufsflächenverteilung im Stadtgebiet nach Standortlagen**

| Name                                   | Funktionale Einstufung 2009            | Bestand abs. in qm |
|--|--|--------------------|
| ZVB Innenstadtzentrum Eisenhüttenstadt | Innenstadtzentrum (IZ)                 | 21.630             |
| ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg  | Nebenzentrum (NZ)                      | 965                |
| ZVB Nahversorgungszentrum Fröbelring   | Grund- und Nahversorgungszentrum (NVZ) | 1.585              |
| Streulage                              | Solitärlage                            | 32.475             |
| Eisenhüttenstadt Gesamt                |  | 56.655             |

Quelle: einstuftung Stadt + Handel 2009, eigene Erhebung 2020

Der Schwerpunkt des Einzelhandelsangebotes liegt mit 21.630 qm in der Innenstadt von Eisenhüttenstadt. Die Altstadt von Fürstenberg und das Nahversorgungszentrum Fröbelring weisen im Vergleich zu den Angeboten in Streulage nur wenige Einzelhandelsflächen auf.



**Tabelle 11 Verkaufsf lächen nach Sortimenten in den Solitärlagen Eisenhüttenstadts**

| Einzelhandelsbranchen               | Einzelhandelsbestand 2020 in Streulagen |  |
|-------------------------------------|---|--|
|                                     | Anzahl Betriebe (nach Schwerpunkt)      | Verkaufsfläche in qm (sortimentsgenau) |
| Sortimentsgruppe                    |   |  |
| Nahrungs- und Genussmittel          | 22                                      | 11.120                                 |
| Gesundheits- und Körperpflegebedarf | 6                                       | 905                                    |
| Bekleidung                          | 3                                       | 1.020                                  |
| Schuhe                              | 1                                       | 360                                    |
| Bücher, Schreibwaren                | 4                                       | 300                                    |
| Uhren, Schmuck, Optik               | 1                                       | 75                                     |
| Haushaltswaren, GPK                 | 4                                       | 2.075                                  |
| Elektrowaren                        | 1                                       | 675                                    |
| Möbel und Einrichtungsbedarf        | 5                                       | 3.995                                  |
| Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf  | 12                                      | 10.125                                 |
| Spiel, Sport, Hobby                 | 8                                       | 1.825                                  |
| Einzelhandel                        | 67                                      | 32.475                                 |

Quelle: eigene Erhebung, Betriebe außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

Die solitären Einzelhandelsstandorte in Streulagen verteilt über das Stadtgebiet, die keine städtebaulich funktionale Einstufung erhalten haben, machen in der Summe 32.457 qm Verkaufsfläche aus. Der größte Teil der Verkaufsflächen in Solitärlagen finden sich in den Sortimentsgruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Möbel und Einrichtungsbedarf. Mit insgesamt 12.025 qm liegen rund 70% der Verkaufsflächen mit Nahversorgungssortiment außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Die größten nicht-integrierten Einzelhandelsagglomerationen weisen die Standorte Marktkauf und Kaufland auf. Der Standortbereich Karl-Marx-Straße ist zwar nicht als Nahversorgungszentrum ausgewiesen, eine Wohnlagenintegration ist ihm jedoch nicht abzusprechen.

Der ausgewiesene ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg weist eine Verkaufsfläche von 965 qm auf. Das Nahversorgungszentrums Fröbelring bietet 1.585 qm Verkaufsfläche.

Die geplante Erweiterung des Netto Marktes am Fröbelring (jetzt 665 qm) auf 832 qm Verkaufsfläche wird zur Stabilisierung des Nahversorgungszentrums Fröbelring beitragen.



Abbildung 17 Einzelhandelsbestand im gesamten Stadtgebiet von Eisenhüttenstadt (Übersicht)

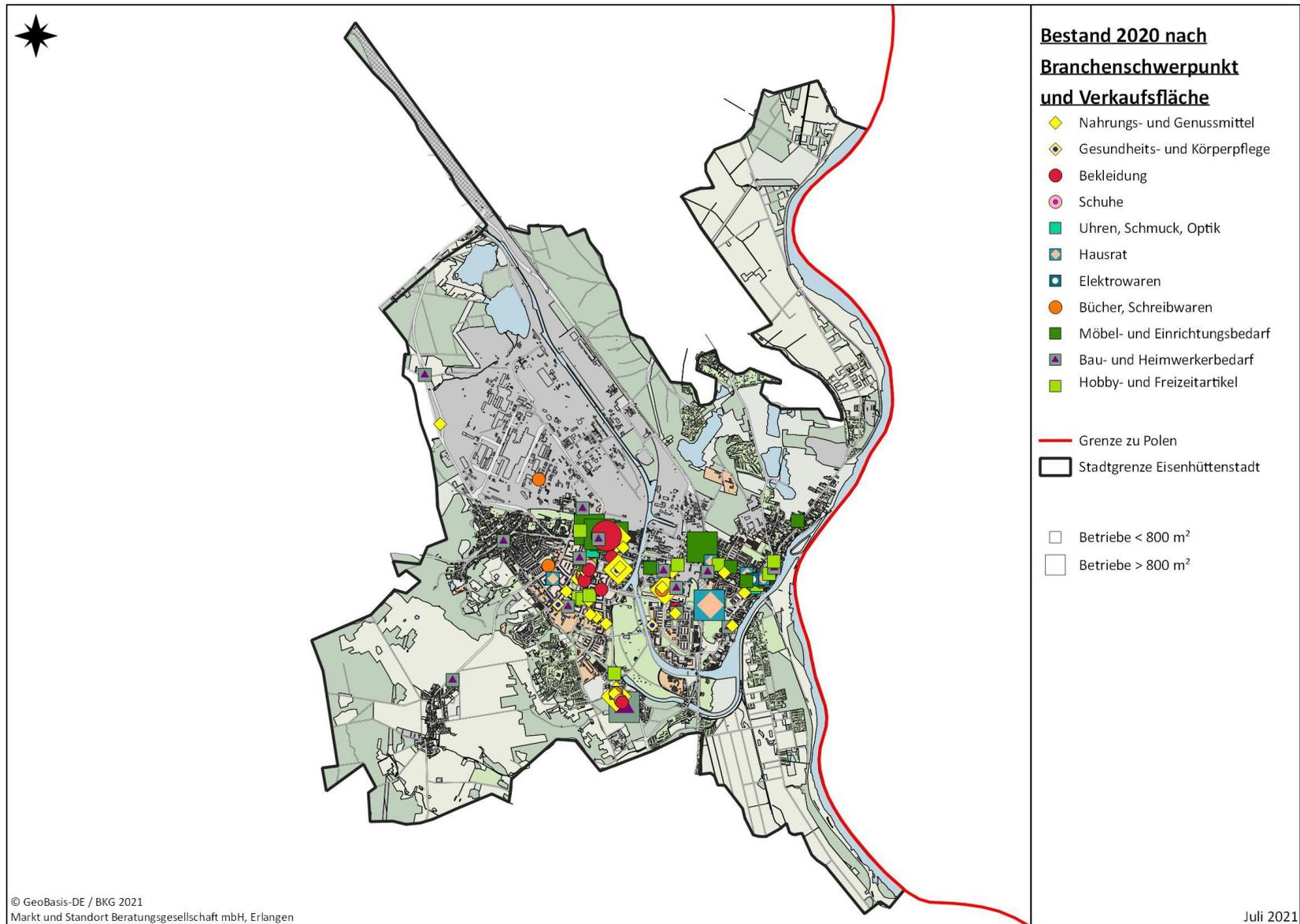




Abbildung 18 Einzelhandelsbestand im zentralen Stadtgebiet von Eisenhüttenstadt (Kernstadt)

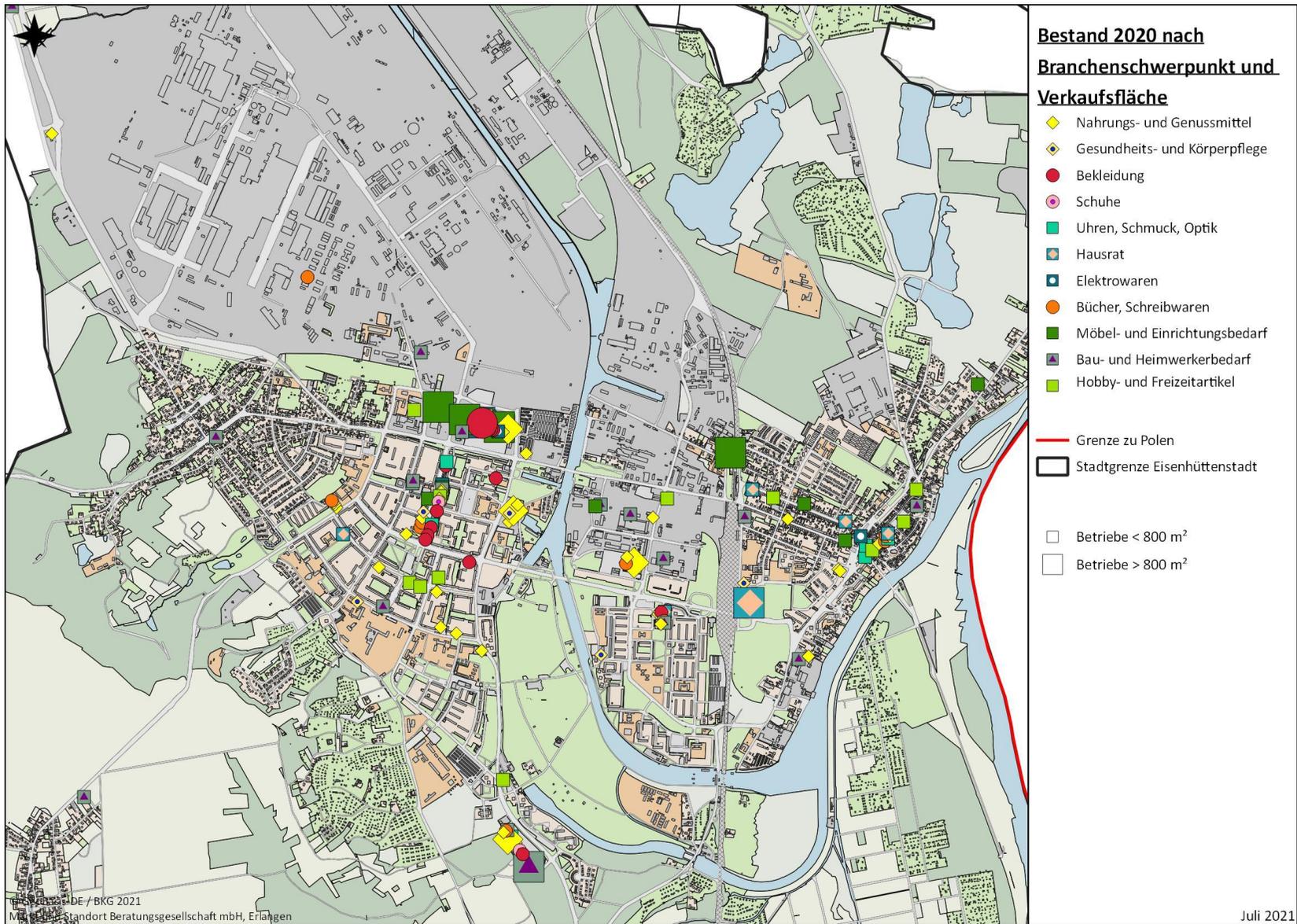
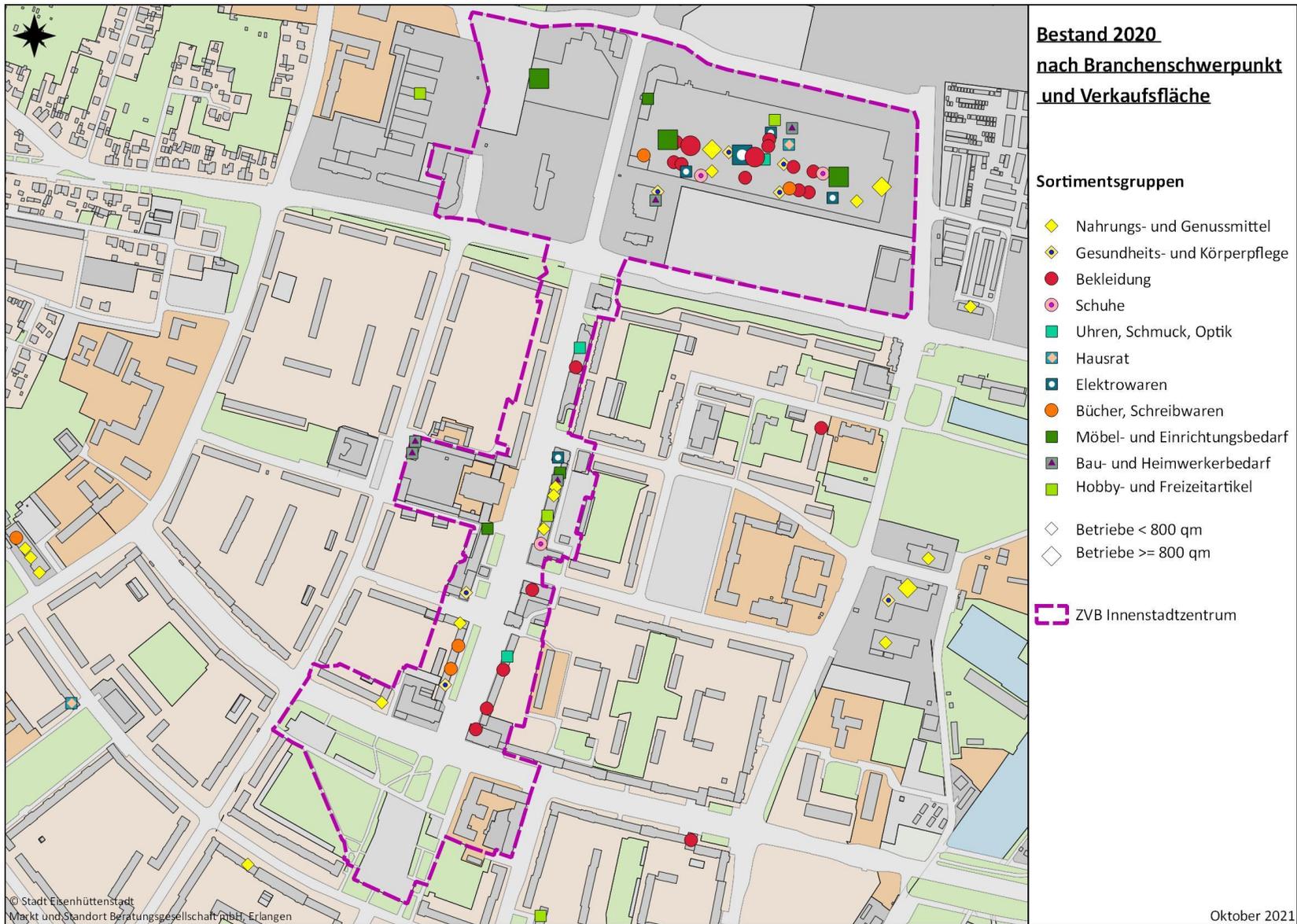


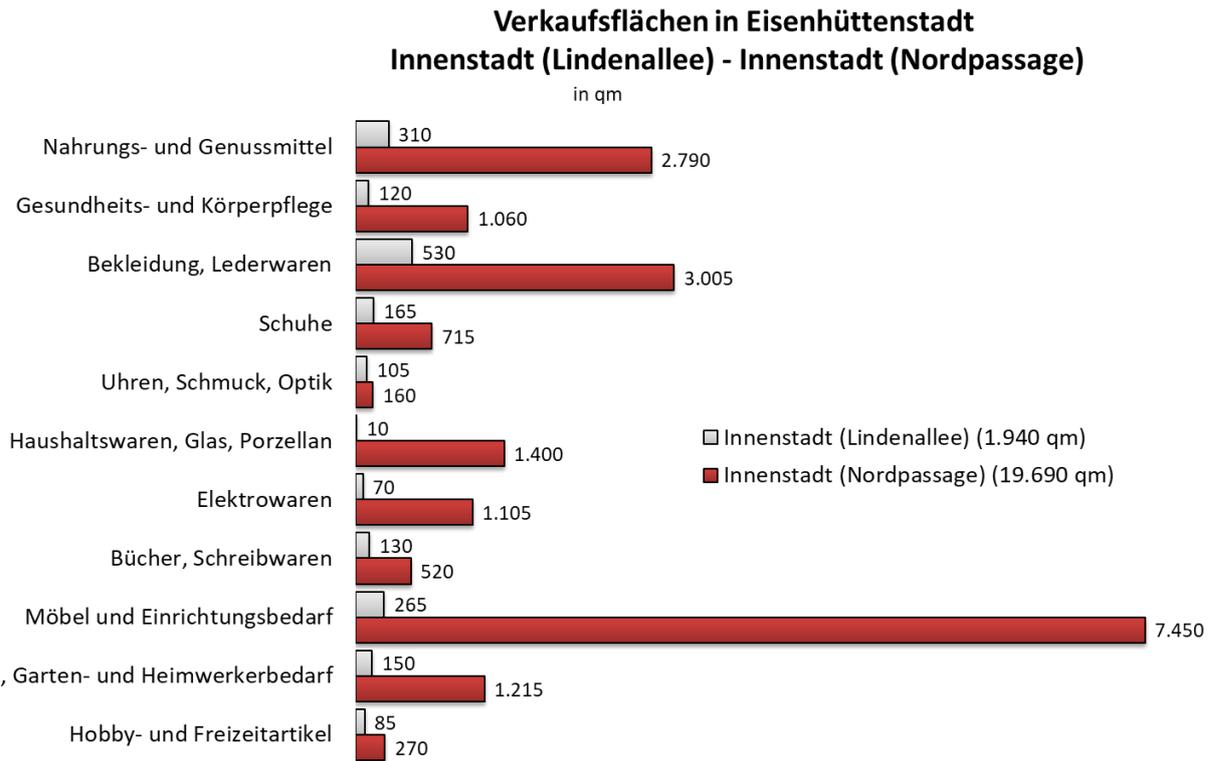


Abbildung 19 Einzelhandelsbestand im Innenstadtzentrum von Eisenhüttenstadt





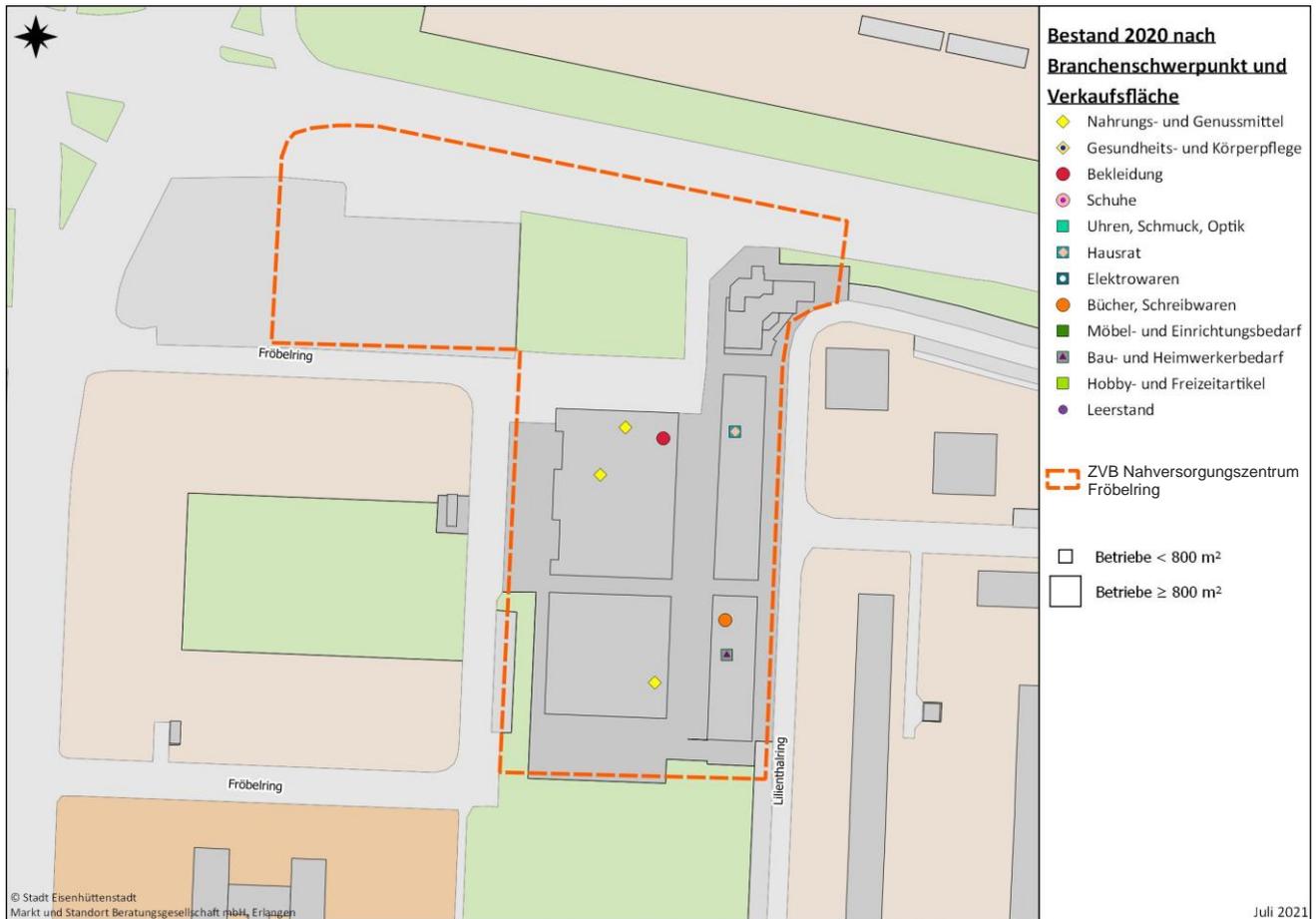
**Abbildung 20 Einzelhandelsbestand in der Innenstadt (Verkaufsflächen)**



Quelle: eigene Erhebung, Betriebe in der Innenstadt

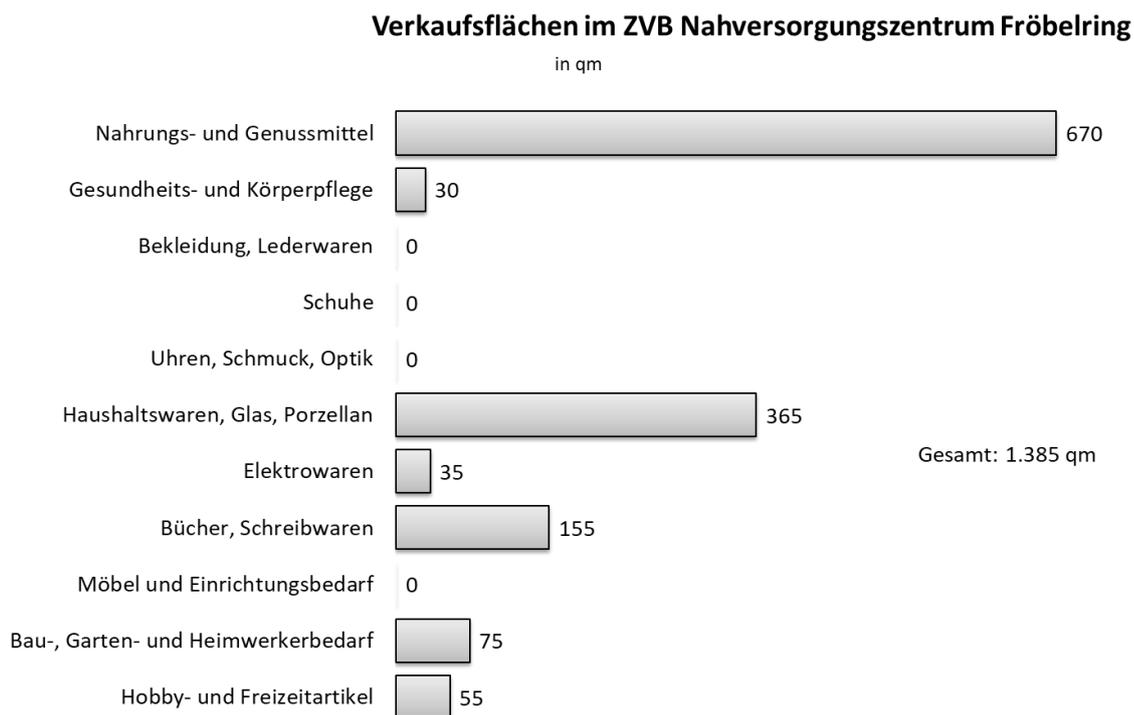


**Abbildung 21 Einzelhandelsbestand im ZVB Nahversorgungszentrum Fröbelring**



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung

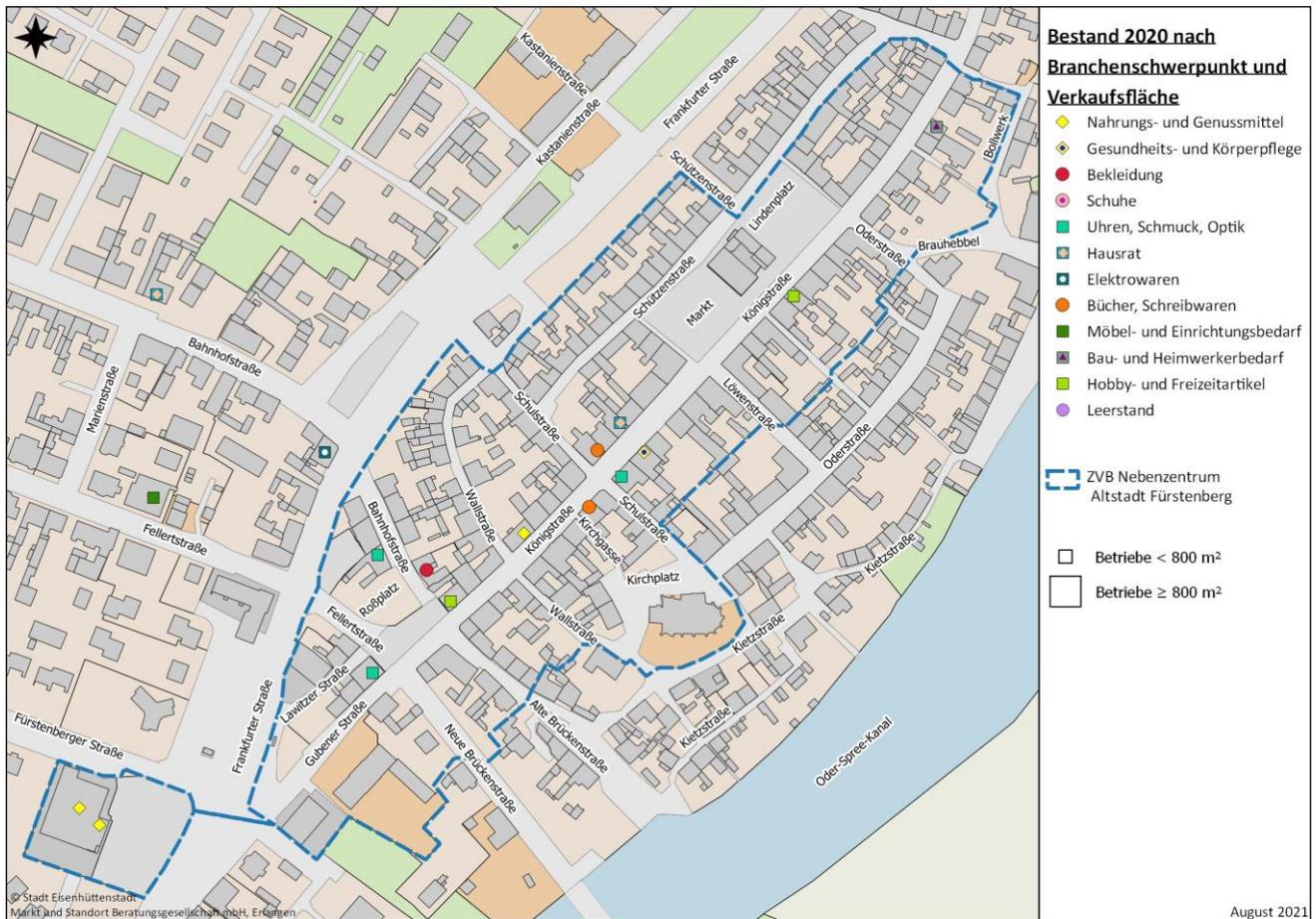
**Abbildung 22 Einzelhandelsbestand im ZVB Nahversorgungszentrum Fröbelring (Verkaufsflächen)**



Quelle: eigene Erhebung, Betriebe im NVZ Fröbelring



**Abbildung 23 Einzelhandelsbestand im ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg**

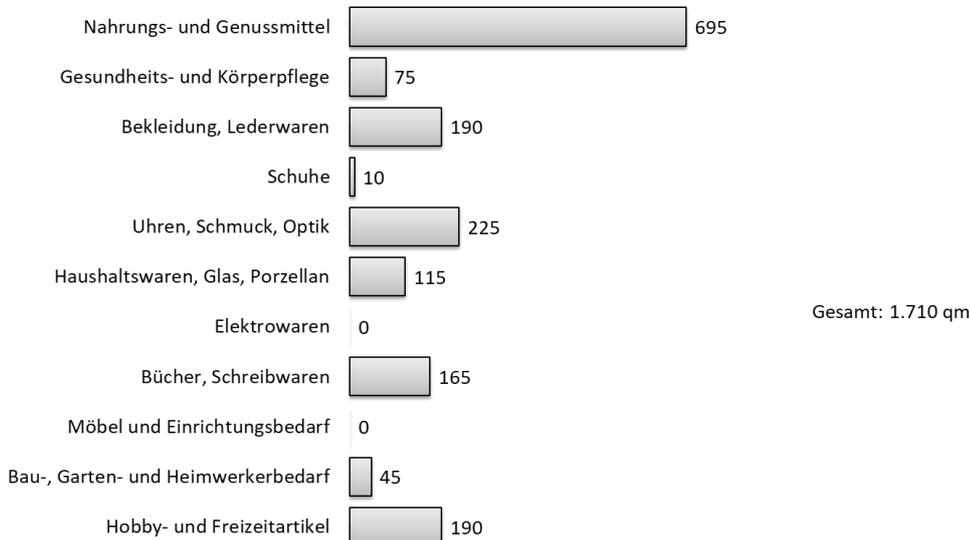


Quelle: eigene Darstellung und Erhebung

**Abbildung 24 Einzelhandelsbestand im ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg (Verkaufsflächen)**

**Verkaufsflächen im ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg**

in qm



Quelle: eigene Erhebung, Betriebe im ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg



## 4.2 Die Entwicklung des Einzelhandels in Eisenhüttenstadt seit 2008

Heute verfügt der Eisenhüttenstädter Einzelhandel über etwa 13.500 qm weniger als bei der Erhebung für das Einzelhandelskonzept 2009 (Stadt + Handel).

**Tabelle 12 Entwicklung des Einzelhandelsbestandes 2008 bis 2020**

| Einzelhandelsbranchen              | Einzelhandelsbestand |                                   |                      |                        |
|------------------------------------|----------------------|-----------------------------------|----------------------|------------------------|
|                                    | 2008                 | 2020                              | Veränderung          |                        |
| Sortimentsgruppe                   | Verkaufsfläche in qm | Verkaufsfläche <sup>8</sup> in qm | Verkaufsfläche in qm | Verkaufsfläche in v.H. |
| Nahrungs- und Genussmittel         | 13.960               | 14.920                            | 960                  | +6,9%                  |
| Gesundheits- und Körperpflege      | 3.640                | 2.490                             | -1.150               | -31,6%                 |
| Bekleidung, Lederwaren             | 6.930                | 4.935                             | -1.995               | -28,8%                 |
| Schuhe                             | 1.540                | 1.260                             | -280                 | -18,2%                 |
| Bücher, Schreibwaren               | 1.730                | 1.265                             | -465                 | -26,9%                 |
| Uhren, Schmuck                     | 770                  | 230                               | -540                 | -70,1%                 |
| Haushaltswaren, Glas, Porzellan    | 3.060                | 3.945                             | 885                  | +28,9%                 |
| Elektrowaren                       | 4.130                | 1.885                             | -2.245               | -54,4%                 |
| Möbel und Einrichtungsbedarf       | 9.920                | 11.710                            | 1.790                | +18,0%                 |
| Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf | 21.500               | 11.595                            | -9.905               | -46,1%                 |
| Hobby- und Freizeitartikel         | 2.220                | 2.420                             | 200                  | +9,0%                  |
| Sonstiges                          | 740                  |                                   | -740                 | -100,0%                |
| <b>Gesamt</b>                      | <b>70.140</b>        | <b>56.655</b>                     | <b>-13.485</b>       | <b>-19,2%</b>          |

Quelle: Stadt + Handel 2009 und eigene Erhebungen 2020

Die Zahl der Einzelhandelsbetriebe ist auf 148 Betriebe gesunken, das sind 71 Betriebe weniger als 2008. Das bedeutet, dass nahezu jeder dritte Einzelhandelsbetrieb in Eisenhüttenstadt seit 2008 geschlossen hat bzw. umgewandelt wurde in andere Nutzungen. Im Schnitt verfügten die verlorenen Betriebe über eine durchschnittliche Verkaufsfläche von 190 qm. Diese Entwicklung der Konzentration von Verkaufsfläche auf weniger Betriebe beschränkt sich nicht nur auf Eisenhüttenstadt, sondern ist ein allgemeines Phänomen in vielen Städten Deutschlands.

Auf die Bedarfsgruppen gesehen, verliert der Einzelhandel in Eisenhüttenstadt im kurzfristigen Bedarf seit 2008 nur wenig Verkaufsfläche. Die Flächen, auf denen Nahrungs- und Genussmittel angeboten werden, haben sich sogar um 6,9% vergrößert, ein Plus von 960 qm. Im Segment Gesundheits- und Körperpflegebedarf (einschließlich Optik) sind jedoch über 30% der Verkaufsfläche (1.150 qm) verloren gegangen. Dies ist insbesondere auf die Insolvenz des Schlecker Konzerns und der damit verbundenen Schließung der in Eisenhüttenstadt ansässigen Filialen zurückzuführen.

Der Einzelhandel im mittelfristigen Bedarfssegment hat 2.740 qm Verkaufsfläche verloren, das ist mehr als ein Viertel der 2008 vorhandenen Flächen. Verkaufsflächenverluste im Bekleidungssegment summieren sich aus einigen Schließungen mittlerer und kleinerer Betriebe vor allem in der Nordpassage (z.B. C&A).

<sup>8</sup> Um den Vergleich mit den Daten von Stadt + Handel herstellen zu können, ist hier abweichend von der Darstellung der aktuellen Erhebung an anderen Stellen in diesem Bericht der Bereich „Optik“ der „Gesundheits- und Körperpflege“ zugeordnet und bildet keine Einheit mit „Uhren, Schmuck“. Eine Kategorie „Sonstiges“ gibt es in der aktuellen Erhebung nicht.



Auch im langfristigen Bedarfssegment hat sich die Verkaufsfläche um fast ein Viertel (-10.220 qm) reduziert. Hier schlägt insbesondere die Schließung des Praktiker-Marktes zu Buche, wodurch sich die Flächen für Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf fast halbiert haben. Dieser Verlust kann durch Zuwächse im Bereich Haushaltswaren, Glas und Porzellan (+28,9%) und Möbel und Einrichtungsbedarf (+18,0%) nicht ausgeglichen werden. Der Verlust der Nonfood-Verkaufsflächen im geschlossenen Real Markt schlägt unter anderem im Elektrosegment zu Buche.

**Tabelle 13 Entwicklung des Einzelhandelsbestandes 2008 bis 2020 (Umsatz)**

| Einzelhandelsbranchen              | 2008              | 2020                           | Veränderung 2008 bis 2020 |                |
|------------------------------------|-------------------|--------------------------------|---------------------------|----------------|
|                                    | Umsätze in Mio. € | Umsätze <sup>9</sup> in Mio. € | Umsatz abs. in Mio. €     | Umsatz in v.H. |
| Nahrungs- und Genussmittel         | 61,3              | 70,6                           | 9,3                       | +15,2%         |
| Gesundheits- und Körperpflege      | 11,4              | 19,6                           | 8,2                       | +72,3%         |
| Bekleidung, Lederwaren             | 15,9              | 14,8                           | -1,1                      | -6,9%          |
| Schuhe                             | 4,1               | 3,7                            | -0,4                      | -10,8%         |
| Bücher, Schreibwaren               | 6,4               | 3,5                            | -2,9                      | -44,7%         |
| Uhren, Schmuck                     | 5,5               | 1,2                            | -4,4                      | -79,1%         |
| Haushaltswaren, Glas, Porzellan    | 3,5               | 7,3                            | 3,8                       | +108,5%        |
| Elektrowaren                       | 16,2              | 7,7                            | -8,5                      | -52,3%         |
| Möbel und Einrichtungsbedarf       | 13,5              | 14,9                           | 1,4                       | +10,3%         |
| Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf | 25,0              | 13,7                           | -11,3                     | -45,0%         |
| Hobby- und Freizeitartikel         | 5,7               | 7,0                            | 1,3                       | +23,1%         |
| Sonstiges                          | 1,9               |                                | -1,9                      | -100,0%        |
| Gesamt                             | 170,4             | 164,1                          | -6,3                      | -3,7%          |

Quelle: Stadt + Handel 2008, eigene Erhebungen und Berechnungen

Bei der Umsatzentwicklung des Einzelhandels in Eisenhüttenstadt korrespondiert nur das Segment mit Waren des langfristigen Bedarfs mit der Verkaufsflächenentwicklung, hier wie dort ist ein Rückgang von etwa einem Viertel zu beobachten. Im Segment des kurzfristigen Bedarfs lässt sich bei den Umsätzen sogar eine Steigerung von 24,1% beobachten, im Bereich des mittelfristigen Bedarfs sind die Umsätze mit -16,7% deutlich weniger gesunken als die Verkaufsflächen (-26,9%).

### 4.3 Kaufkraftbindung

Das Ausmaß der Bindung der vor Ort vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ist ein statistisches Maß für die quantitative Versorgung der Eisenhüttenstädter Bevölkerung mit Einzelhandelswaren.

Durch die Verrechnung von einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzialen und Einzelhandelsumsätzen ergibt sich die Zentralitätsquote. Diese zeigt das Verhältnis von örtlicher Kaufkraft zu Umsatz und

<sup>9</sup> Um den Vergleich mit den Daten von Stadt + Handel herstellen zu können, ist hier abweichend von der Darstellung der aktuellen Erhebung an anderen Stellen in diesem Bericht der Bereich „Optik“ der „Gesundheits- und Körperpflege“ zugeordnet und bildet keine Einheit mit „Uhren, Schmuck“. Eine Kategorie „Sonstiges“ gibt es in der aktuellen Erhebung nicht.



erreicht den Wert von 100, wenn sich im Stadtgebiet Umsatz und Kaufkraft im Gleichgewicht befinden. In diesem Fall wird unterstellt, dass der örtliche Einzelhandel die eigene Bevölkerung vollständig versorgen könnte.

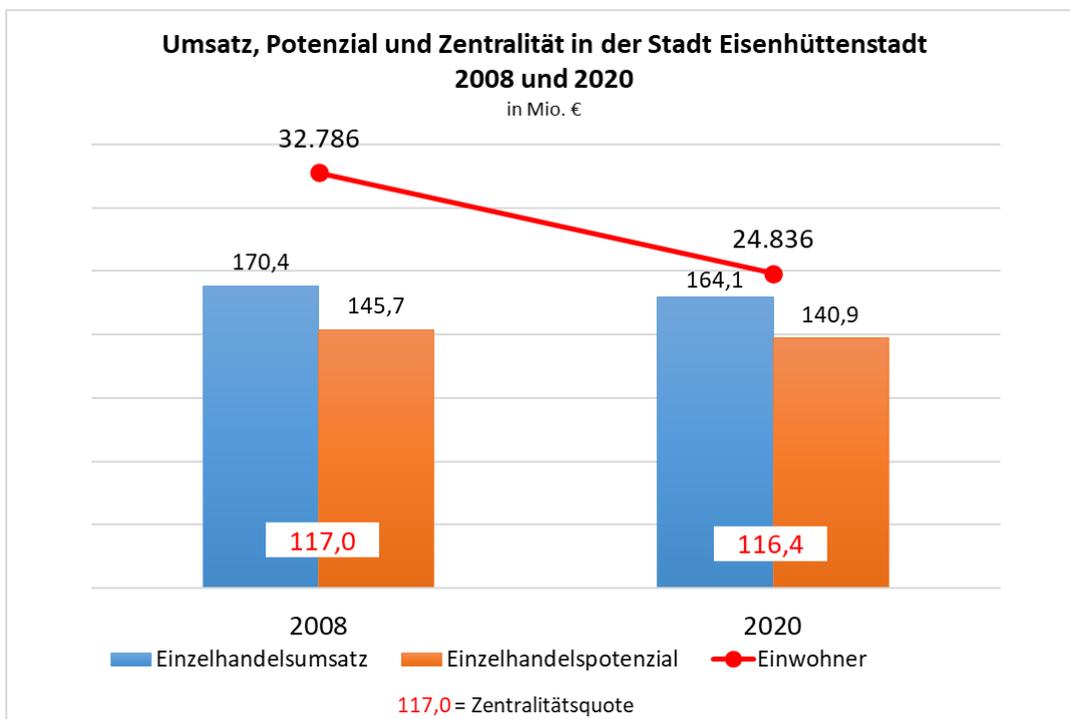
In der Realität ist dies in der Regel nicht der Fall, weil Einkaufsströme an der Stadtgrenze nicht aufgehalten werden, sondern Kaufkraftabflüsse und Kaufkraftzuflüsse stattfinden. Insofern ist die Zentralitätsquote<sup>10</sup> ein bilanzierter Wert, der Zu- und Abflüsse einrechnet. Das führt in Eisenhüttenstadt beispielsweise zu bedeutenden Kaufkraftzuflüssen im Segment der Gesundheits- und Körperpflege und bei Haushaltswaren, Glas und Porzellan, in der Gesamtbetrachtung liegt in den meisten Sortimentsgruppen ein positiver Zentralitätswert vor. Eine Ausnahme stellen Bücher, Zeitungen und Schreibwaren, Elektrowaren und Hobby- und Freizeitartikel dar.

Ein weiterer Einflussfaktor ist der Versand- und Online-Handel, der in den Ausgabenpotenzialen enthalten ist. Die verfügbare einzelhandelsrelevante Kaufkraft wird demnach nicht nur im stationären Einzelhandel ausgegeben. 2020 entfielen laut HDE bundesweit 12,6% der Einzelhandelsausgaben auf den Versand- und Online-Handel mit steigender Tendenz. Diese stehen dem stationären Einzelhandel rechnerisch nicht zur Verfügung, so dass eine Zentralitätsquote von 100 im Grunde nur einem Umsatzanteil von 87,4% des ermittelten Kaufkraftpotenzials entspricht.

### 4.3.1 Zentralitätswerte in der Stadt Eisenhüttenstadt

Für die Stadt Eisenhüttenstadt wurde im Jahr 2008 eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftsumme von 145,7 Mio. € ermittelt. Dem gegenüber steht ein Umsatz in 2008 von 170,4 Mio. €. Das ergibt für das Jahr 2008 eine Zentralitätsquote von 117,0 für die Gesamtstadt und über alle Bedarfsgruppen (Stadt + Handel 2009).

**Abbildung 25 Zentralitätsquote Eisenhüttenstadt 2008 und 2020 (Gesamt)**



Quelle: Stadt + Handel 2009 und eigene Erhebungen und Berechnungen

<sup>10</sup> Im Gegensatz zur hier bezeichneten Zentralitätsquote wird in den einschlägigen Veröffentlichungen von MB-Research oder GfK der Begriff „Zentralitätsindex“ verwendet. Es besteht ein Definitionsunterschied, der sich in der Art der Berechnung widerspiegelt. Die hier verwendete Zentralitätsquote verrechnet die absoluten Werte der Kaufkraft und des Umsatzes vor Ort miteinander. Diese Division ergibt, multipliziert mit 100, die Zentralitätsquote. Der Zentralitätsindex wird durch die Division der Kaufkraftkennziffer mit der Umsatzkennziffer ermittelt. Hier werden keine absoluten, sondern relative Werte miteinander dividiert. Implizit ist hier immer der Pro-Kopf-Wert der jeweiligen Gemeinde für Umsatz und Kaufkraft im Vergleich zum Bundesdurchschnitt berücksichtigt. So ergibt sich für Eisenhüttenstadt, wenn die Werte von MB-Research verwendet werden, im Falle der Zentralitätsquote ein Wert von **116,7** (160,29 Mio. € Umsatz / 137,32 Mio. € Kaufkraft). Für den Zentralitätsindex wird die Umsatzkennziffer von 112,1 durch die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 83,2 dividiert, was einen Zentralitätsindex von **134,8** ergibt. Gemessen wird eigentlich nicht die Zentralität, sondern das Verhältnis zwischen Kaufkraft und Umsatz auf Bundesebene im Vergleich zum Verhältnis des örtlichen Umsatzes zur örtlichen Kaufkraft.

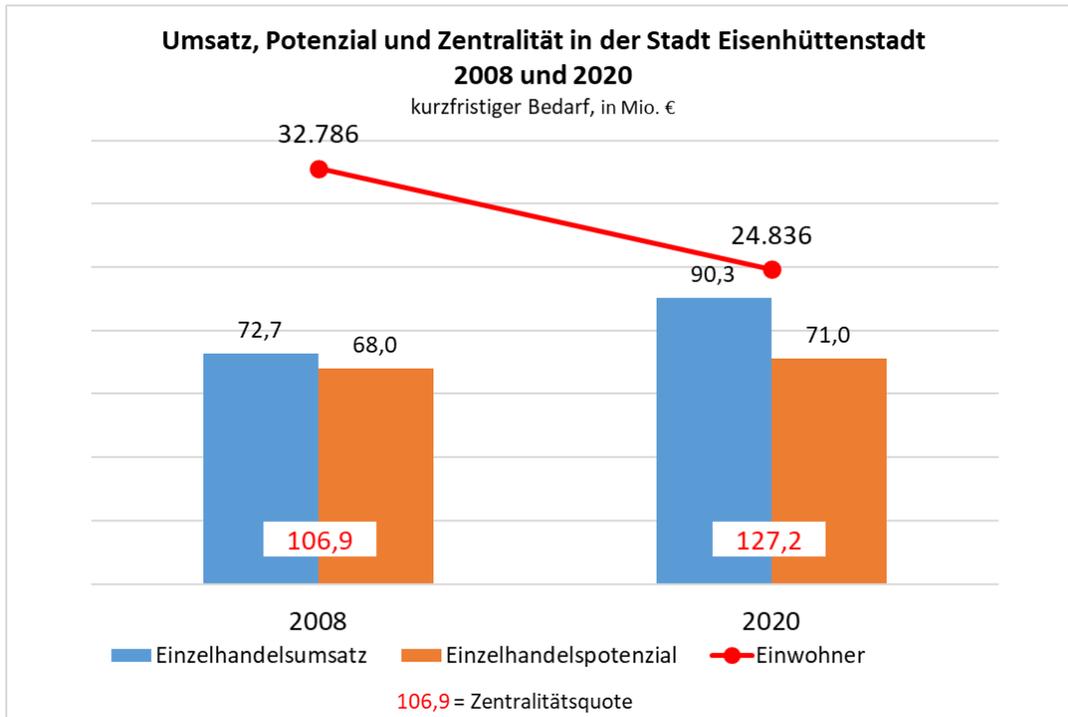


2020 liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Eisenhüttenstadt mit 140,9 Mio. € um knapp 3,3% niedriger als 2008. Gleichzeitig ist der Einzelhandelsumsatz von 170,4 auf 162,8 Mio. € um etwa 4,5% zurückgegangen.

Die Zentralitätsquote ist dabei fast gleichgeblieben: im Jahr 2020 beträgt sie 116,4 gegenüber 117,0 im Jahr 2008. Die Fähigkeit des Eisenhüttenstädter Einzelhandels, die örtliche Kaufkraft in der Stadt zu halten, hat also trotz des Flächenrückgangs nicht gelitten.

Die Zentralitätsquoten schwanken in den einzelnen Sortimentsgruppen stark und zeigen so die Angebotsstärke in den einzelnen Branchen.

**Abbildung 26 Zentralitätsquote Eisenhüttenstadt 2008 und 2020 (kurzfristiger Bedarf)**



Quelle: Stadt + Handel 2009 und eigene Erhebungen und Berechnungen

Bezogen auf die Situation bei Nahrungs- und Genussmitteln sowie Waren der Gesundheits- und Körperpflege ist die Zentralitätsquote in den zwölf Jahren zwischen 2008 und 2020 sogar deutlich gestiegen. Betrug der Wert 2008 noch 106,9 liegt er 2020 bei 127,2 und damit auch deutlich über dem Wert für den gesamten Einzelhandel.

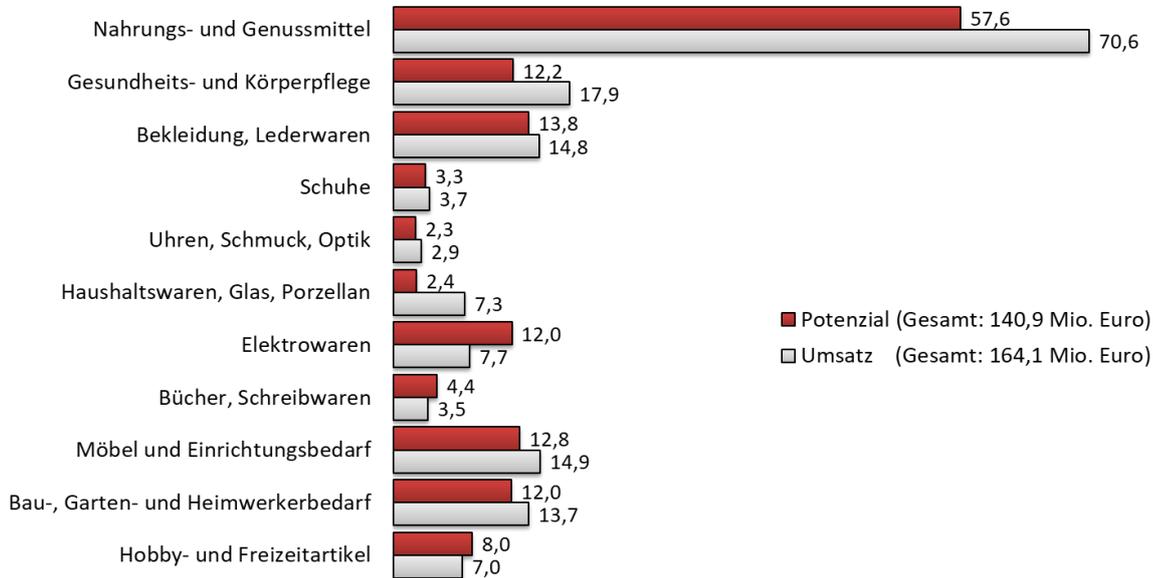
Die Gegenüberstellung von einzelhandelsrelevantem Umsatz und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft in den Sortimentsgruppen auf der folgenden Seite zeigt das jeweilige Ausmaß der Kaufkraftbindung. Auch der Beitrag einzelner Sortimentsgruppen zur Zentralität der Stadt Eisenhüttenstadt wird deutlich. Kleine Sortimentsgruppen wie Schuhe oder Uhren, Schmuck und Optik, sind allerdings für die Angebotsstruktur einer Innenstadt unverzichtbar. Die größten Sortimentsgruppen tragen prinzipiell am meisten zur Zentralität einer Stadt bei. Es handelt sich in erster Linie um Nahrungs- und Genussmittel und dann mit Abstand um Gesundheits- und Körperpflege, Bekleidung, Elektrowaren sowie die Möbel- und Baumarktbranche.



**Abbildung 27 Kaufkraft und Umsatz in den Sortimentsgruppen**

**Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial und Einzelhandelsumsätze in der Stadt Eisenhüttenstadt**

in Mio. Euro

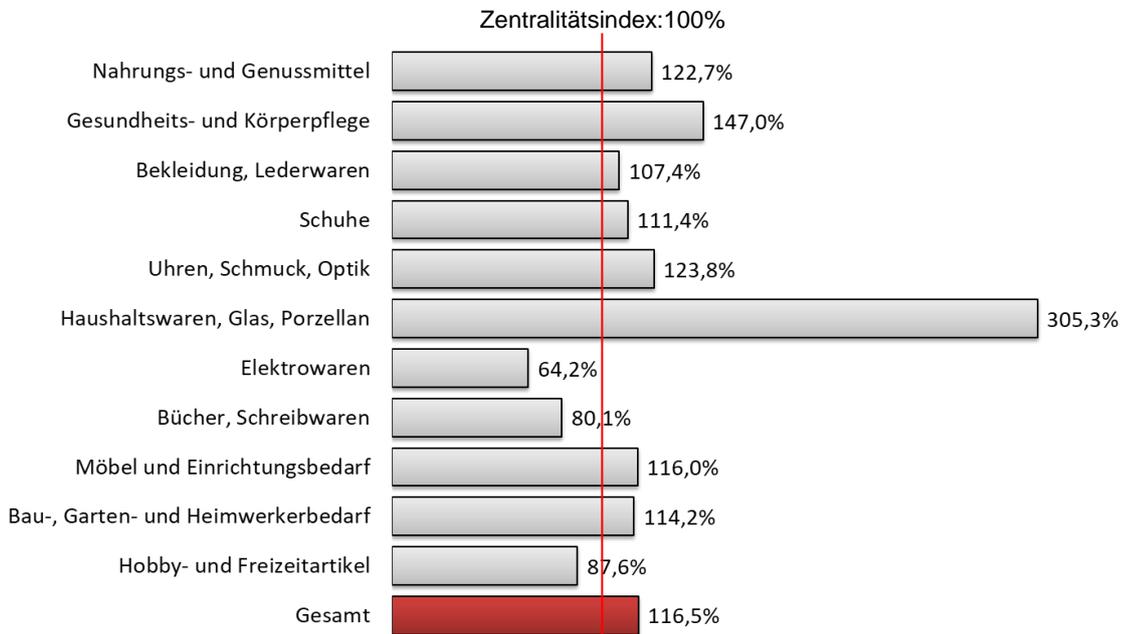


Quelle: eigene Darstellung, eigene Erhebungen und Berechnungen

**Abbildung 28 Zentralitätsquoten in den Sortimentsgruppen**

**Zentralität nach Sortimentsgruppen in der Stadt Eisenhüttenstadt**

Einzelhandelsumsatz in Prozent vom Potenzial



Quelle: eigene Darstellung, eigene Erhebungen und Berechnungen

Die sortimentspezifischen Zentralitätsquoten zeigen eine große Streuung. Kleine Werte, wie 64,4% bei Elektrowaren, die darauf hindeuten, dass Kaufkraft abfließt oder andererseits Quoten, die Kaufkraftzuflüsse signalisieren (wie 305,3 bei Haushaltswaren, Glas, Porzellan oder 147,0 bei Gesundheits- und Körperpflege) müssen in Bezug auf den daraus abzuleitenden Handlungsbedarf gewertet werden.



#### 4.4 Raum und Flächenbedarf

Durch die zunehmende Überalterung, aber auch durch den erwarteten Rückgang der Bevölkerung, müssen sich Planung und Politik auf veränderte Rahmenbedingungen hinsichtlich der Einzelhandelsentwicklung einstellen. Dies bedeutet eine bipolare Entwicklung auch für die Stadt Eisenhüttenstadt.

**Tabelle 14** Bipolare Entwicklung der Verbraucheransprüche

| Junge Bevölkerung und Familien                      | Senioren  |
|---|---|
| gute Qualität                                       | mehr Qualität   |
| Discountangebote                                    | mehr Beratung   |
| angepasste Sortimente (z.B. Baby- und Kinderbedarf) | angepasste Sortimentsstrukturen (z.B. Sanitätsfachgeschäfte)    |
| attraktive Flächen                                  | Übersichtlichkeit im Laden (verbunden mit bspw. breiten Gängen) |
| gutes Parkplatzangebot                              | Lieferservice   |
| gute Erreichbarkeit                                 | gut erreichbare Standorte                                       |

Quelle: eigene Darstellung

Die Ansprüche an die Versorgung sind in Abhängigkeit von der Lebensphase, den Lebensumständen oder auch nur dem Lebensalter differenziert zu sehen. Die folgenden Fakten beeinflussen dabei das Konsumentenverhalten sowie das Innovations- und Investitionsverhalten des Handels erheblich:

- Angebotsstrukturen (Entfaltung)
- Veränderung der Konsumentenbedürfnisse
- Polarisierung der Nachfragepräferenzen
- weiteres Aufklaffen der Schere zwischen Verkaufsfläche und Flächenproduktivität
- starke Betriebsformendynamik
- Fortsetzen des Flächenwachstums, wenn auch gedämpft

Speziell die Einzelhandelsunternehmen arbeiten ständig daran, sich durch innovative und zukunftsgerichtete Konzepte auf veränderte Rahmenbedingungen einzustellen und den Spagat zwischen den unterschiedlichen Verbraucherbedürfnissen in ihrem Angebot abzubilden.

Modernes Ambiente und maßgeschneiderte Sortimentskonzepte benötigen deutlich mehr Raum als oft in unflexiblen planerischen Konzepten und Programmen vorgesehen wird. Durch vorsorgliche Bauleitplanung kann dieser Aspekt aktiv unterstützt werden.

Die Prognose eines Flächenbedarfes für die nächsten Jahre, im Sinne einer begrenzenden Entwicklung für den Einzelhandel in Eisenhüttenstadt nicht zielführend. Es ist kaum abzuschätzen, welche Entscheidungen in den Zentralen der Einzelhandelsunternehmen Eisenhüttenstadt betreffend gefällt werden. Zudem ist der künftige Flächenbedarf von neuen Betriebskonzepten, die sich aus den sich ändernden Ansprüchen der Verbraucher ergeben oder die aus den veränderten Bedingungen durch den wachsenden Online-Handel entstehen, kaum seriös berechenbar.

Flächenwachstum wird ohnehin eingeschränkt durch die begrenzende Wirkung endlicher und räumlich zugeordneter Einzelhandelspotenziale. Die regionale Wettbewerbssituation und deren Entwicklung sind hier ebenso wirksam wie die Entwicklung und Verwendungsmöglichkeiten örtlicher Flächenpotenziale. Nicht zu vergessen ist der zuwachsende Einfluss des Online Handels auf die Expansionsmöglichkeiten im stationären Einzelhandel.

Trotz der Einschränkungen bezüglich der Prognosefähigkeit zukünftiger Ansiedlungen und Entwicklungen sind aus der Beurteilung der Versorgungsqualität und auch der räumlichen Verteilung des Einzelhandelsangebotes konzeptionelle Vorgaben zu entwickeln. Dies betrifft in erster Linie die Frage



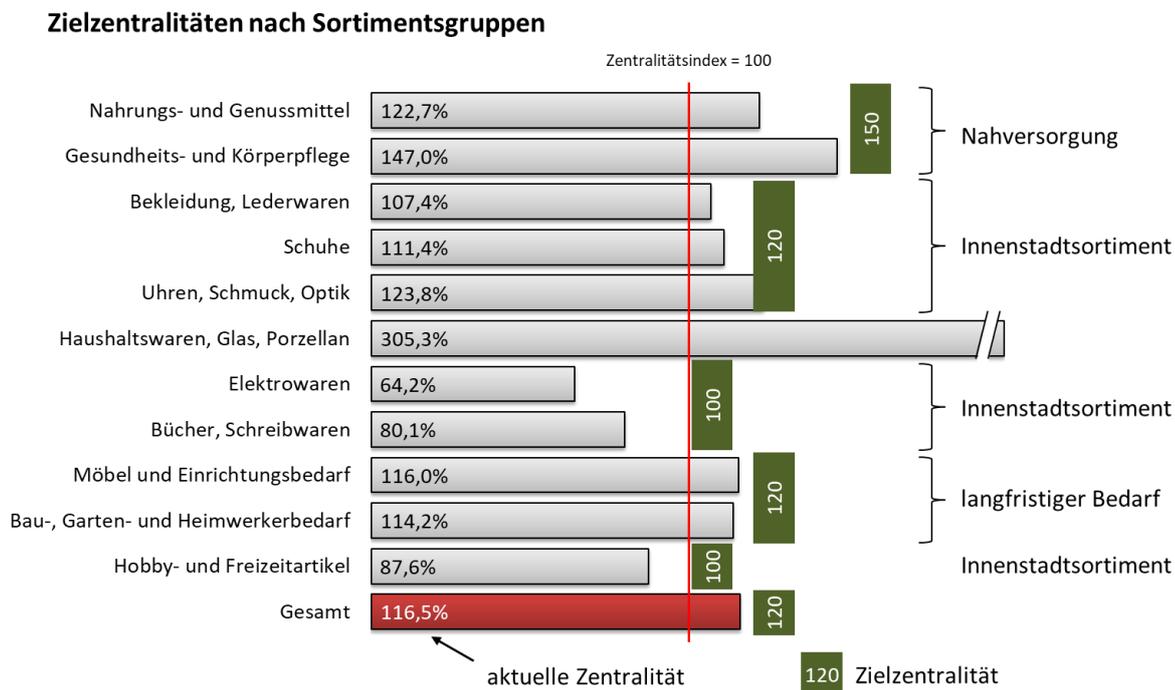
der Nahversorgung und deren Qualität und räumliche Verteilung. Vieles lässt sich aus den sortiments-spezifischen Zentralitätsquoten ableiten, weiteres aus der Beurteilung des Modernisierungsbedarfs und zusätzliches aus räumlichen Versorgungslücken. Aus dem formulierten Ziel, ein wohnungsnahes und qualitativ hochwertiges Nahversorgungssystem schaffen und sichern zu wollen, ergibt sich auch die Notwendigkeit, die Zentralitätsquote im Nahversorgungssegment mindestens auf dem aktuellen Zentralitätsniveau zu halten. Darüber hinaus ist die Sicherung der Versorgungsqualität in Form von Betriebstypen-, Preis- und Sortimentsvielfalt zu gewährleisten.

Für die innerstädtischen Entwicklungen sind entsprechende Spielräume bei der aperiodischen Kaufkraftbindung zwingend zu nutzen.

Aufgrund der geringen Kaufkraftbindung ist auch ein Bedarf an Verkaufsflächen im Elektrosegment in Eisenhüttenstadt nicht von der Hand zu weisen. Allerdings wäre die Etablierung von zusätzlichen Verkaufsflächen im Elektrosegment auf die Innenstadt zu konzentrieren, so dass entweder hoch spezialisierte kleinflächige Angebote oder eine Erweiterung des bestehenden Euronics Marktes sinnvoll sein könnten. Eine Neuansiedlung im City Center dürfte aufgrund von Wettbewerbsklauseln nicht möglich sein. Weitere offensichtliche Spielräume aufgrund der Analyse der Zielzentralitäten sind im großflächigen Einzelhandelssegment nicht zu erkennen.

Die mittelzentrale Funktion Eisenhüttenstadts weiterzuentwickeln wird als Kernziel formuliert. Das bedeutet angesichts des regionalen Wettbewerbs auch, dass die positive Kaufkraftbilanz aus dem Umland beibehalten werden sollte. Die Stärkung der mittelzentralen Funktion muss also nicht notwendig einhergehen mit einer weiteren Erhöhung der Zentralitätsquote. Die Innenstadt und die vorhandenen anziehungskräftigen Standorte im Stadtgebiet (z.B. die Innenstadt oder die Sonderstandorte) entfalten bereits eine Strahlkraft über das Stadtgebiet hinaus, die erhalten werden sollte.

**Abbildung 29 Zielzentralitäten in den Sortimentsgruppen in Eisenhüttenstadt**



Quelle: eigene Darstellung und Berechnungen

Aufgrund der ausgeführten Überlegungen ist eine Zentralitätsquote für die gesamte Stadt für die Zukunft etwas über dem vorhandenen Niveau realistisch. Sie kommt schon zustande, wenn derzeit anstehende Erweiterungsabsichten und Leerstands-beseitigungen (im City Center) erfolgreich abgeschlossen werden können.



Deswegen ist, trotz der erreichbaren Steigerung der Zentralitätsquote von 116,5 auf 120 für die Gesamtstadt, keine Abkehr von den im Einzelhandelskonzept 2009 formulierten Zielen des mäßigen Wachstums<sup>11</sup> zu sehen.

## 5 Ergebnisse der Verbraucherbefragung in Stadt und Umland

### 5.1 Methode und Vorgehensweisen

#### 5.1.1 Zielsetzung der Befragung

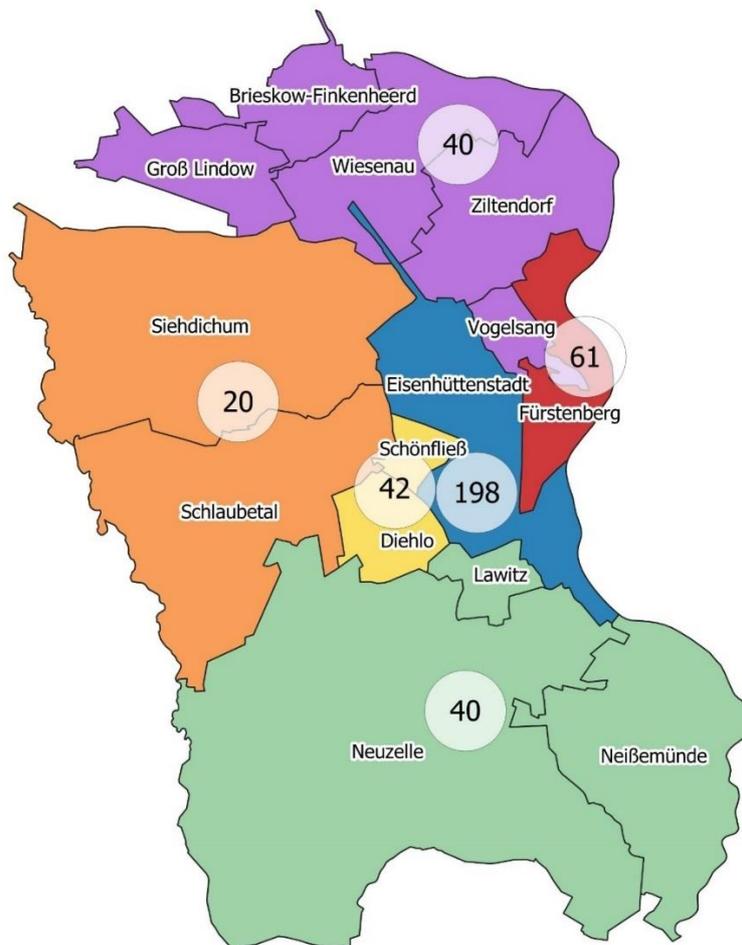
Die repräsentative telefonische Haushaltsbefragung verfolgt das Ziel, belastbare Aussagen über das Einkaufsverhalten der ansässigen Bürger zu erlangen. Auch soll mit der Befragung eine Wertung der derzeitigen Versorgungssituation durch die Bürger der Stadt Eisenhüttenstadt und der näheren Umgebung erfolgen. Durch die Befragung wird die Beurteilung der aktuellen Wettbewerbssituation ermöglicht.

Durch die gewonnenen Erkenntnisse sollen entsprechende Handlungsempfehlungen für die Entwicklung der Nahversorgung und anderer Einzelhandelsstandorte abgeleitet werden.

#### 5.1.2 Stichprobe

Grundlage für die räumliche Verteilung der Stichprobe sind die Stadt Eisenhüttenstadt und die umliegenden Gemeinden.

**Abbildung 30 Verteilung der tatsächlichen Stichprobe (Interviews)**



Quelle: eigene Darstellung

<sup>11</sup> Im Einzelhandelskonzept 2009 wurde ein Zielkorridor für die Zentralität von 120 bis 140 als adäquat eingeschätzt.



Dabei liegt der Schwerpunkt auf der Stadt Eisenhüttenstadt. Von den 400 Stimmen fallen 300 Stimmen auf die Stadt Eisenhüttenstadt, angenähert bevölkerungsproportional etwa 200 Stimmen für Eisenhüttenstadt selbst, etwa 60 Stimmen für Fürstenberg und die verbleibenden Stimmen für Schönfließ und Diehlo. Im Umland wurden 100 Haushalte befragt, dabei entfallen auf die Gemeinden im Amt Neuzelle und auf die Gemeinden im Amt Brieskow-Finkenheerd jeweils 40 Stimmen und auf die Gemeinden Schlaubetal und Siehdichum in der Summe 20 Stimmen.

Eine leichte Verzerrung der Stichprobenauswahl könnte sich durch die geringe Anzahl von Haushalten, die keinen Telefonanschluss besitzen, ergeben. Bei einer aktuellen Telefondichte von 98,5% sind systematische Verzerrungen der Stichprobe aufgrund von undercoverage jedoch auszuschließen.

Durchgeführt wurden 401 Interviews, in Eisenhüttenstadt wurden zwei Haushalte weniger als geplant befragt, in Fürstenberg wurde die Quote um einen und in Schönfließ und Diehlo um zwei Haushalte übertroffen.

### 5.1.3 Inhalte der Befragung

Der Fragebogen umfasst, neben der Abfrage statistischer Merkmale sechs Fragenblöcke. Dabei wurden folgende Themen behandelt:

- Wohnort
- Einkaufsverhalten für neun Sortimentsgruppen (Nahrungs- und Genussmittel; Drogeriewaren; Bekleidung und Schuhe; Haushaltswaren; Elektrowaren; Schreibwaren, Zeitschriften und Bücher; Möbel und Einrichtungsbedarf; Baumarkt- und Gartenartikel sowie Tierbedarf; Artikel für Hobby und Freizeit)
- Verkehrsmittelnutzung zum Einkaufen
- Fehlende Einzelhandelssortimente, -branchen und -betriebe
- Beurteilung verschiedener Angebote und Waren in Eisenhüttenstadt insgesamt
- Beurteilung verschiedener Aspekte im Stadtzentrum Eisenhüttenstadt und im Nebenzentrum Fürstenberg

Der vollständige Fragebogen befindet sich im Anhang.

### 5.1.4 Methode der Befragung

Die Befragung wandte sich an Privathaushalte und zwar immer an diejenige Person, die nach eigenen Angaben hauptsächlich für den Einkauf im Haushalt verantwortlich ist. Die Interviews wurden telefonisch durchgeführt und mit Hilfe des CATI-Systems erfasst und gesteuert. Die Befragung wurde von der Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH selbst durchgeführt.

Jeder ausgewählte Haushalt wurde, falls er nicht unmittelbar erreichbar war, mindestens dreimal kontaktiert, bevor eine Ersatztelefonnummer verwendet wurde. Insgesamt waren 1.437 telefonische Kontakte erforderlich, um die 400 Interviews zu erhalten. Rund 45% der kontaktierten Haushalte (646) verweigerten die Teilnahme am Interview. Gleichzeitig waren 27% (389 Kontakte) neutrale Ausfälle, d.h. diese Haushalte wurden trotz dreimaliger Anwahl nicht erreicht. Es wurden fünf Interviewer eingesetzt. Die Feldzeit begann am 04.01.2021 und endete am 31.01.2021. Das durchschnittliche Interview dauerte ungefähr 15 Minuten.



### F.1.5 Online-Befragung zum Selbstauffüllen

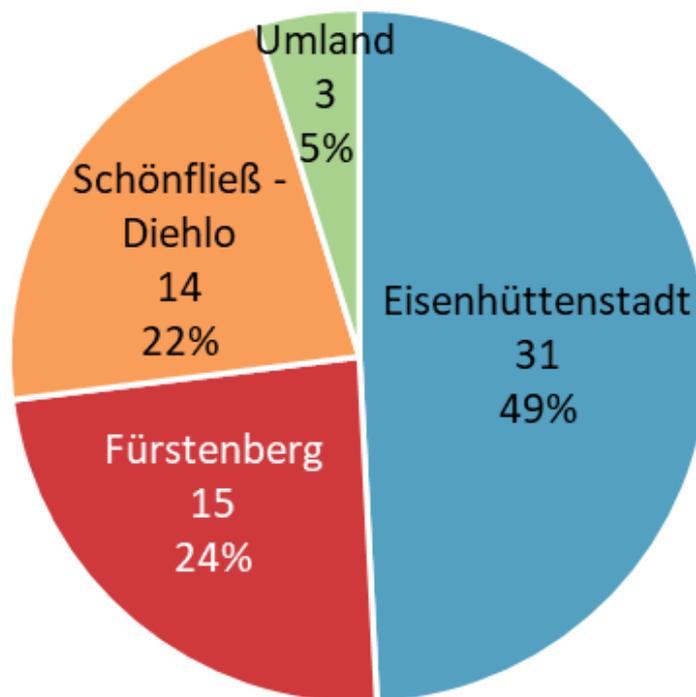
Zusätzlich zu den Telefoninterviews wurde zeitgleich der Fragebogen auch online zum Selbstauffüllen zur Verfügung gestellt. So konnten interessierte Bürger ihrer Sicht auf die Einzelhandelssituation in Eisenhüttenstadt Ausdruck verleihen, auch wenn sie nicht in der Stichprobe für die telefonische Befragung enthalten waren. Durch diese Variante kamen weitere 63 ausgefüllte Fragebögen zusammen.

Diese Stimmen sind nicht repräsentativ. Deshalb wurden sie unabhängig von den über das Telefon erhobenen Antworten ausgewertet. Der überwiegende Teil der online Antwortenden wohnt in der Stadt Eisenhüttenstadt (60 von 63), etwa die Hälfte in Eisenhüttenstadt selbst, ein Viertel in Fürstenberg und die verbleibenden in Schönfließ oder Diehlo. Das Umland ist in der Online-Befragung praktisch gar nicht repräsentiert (3 Antworten).

Das Antwortmuster in der Online-Befragung entspricht bei den meisten Fragen dem der telefonischen Befragung. Im Folgenden werden Ergebnisse der Online-Befragung deshalb nur an den Stellen erwähnt, wo es deutliche Abweichungen zu den Antworten in der Telefonbefragung gibt.

**Abbildung 31 Wohnort der Teilnehmer der Online-Befragung**

#### Frage 1: In welchem Ort wohnen Sie? (Online-Befragung)



Quelle: eigene Haushaltsbefragung

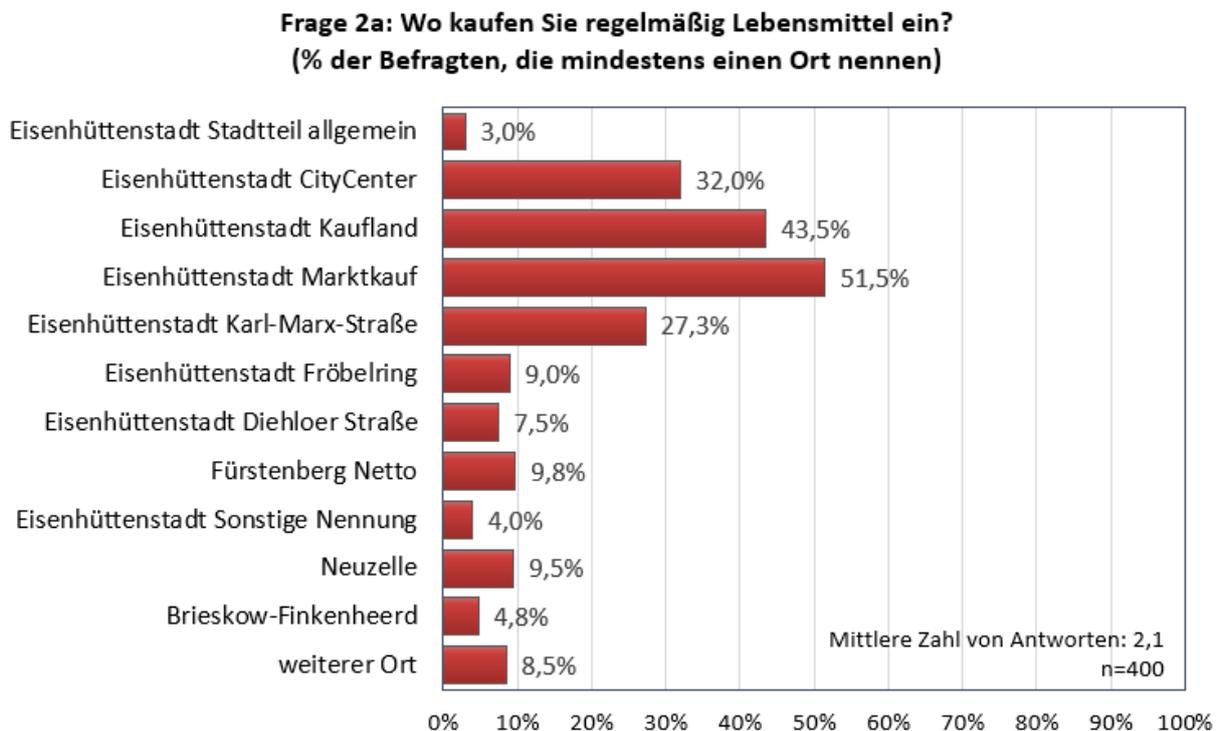


## 5.2 Befragungsergebnisse Einkaufsverhalten

### 5.2.1 Lebensmittel

51,5% aller Befragten kaufen regelmäßig im Marktkauf in Eisenhüttenstadt ein. Auch Kaufland (43,5%), City Center (32,0%) sowie die Karl-Marx-Straße (27,3%) – jeweils in Eisenhüttenstadt - werden von einem hohen Anteil der Befragten als regelmäßiger Einkaufsort für Lebensmittel genannt. Keine der Gemeinden in der Umgebung kann einen Wert von 10% erreichen, die „weiteren Orte“ erreichen ebenfalls lediglich 8,5%. Die Konkurrenz in der Umgebung Eisenhüttenstadts kann insofern als nur mäßig ausgeprägt betrachtet werden.

**Abbildung 32 Einkaufsort Lebensmittel (Telefoninterview)**

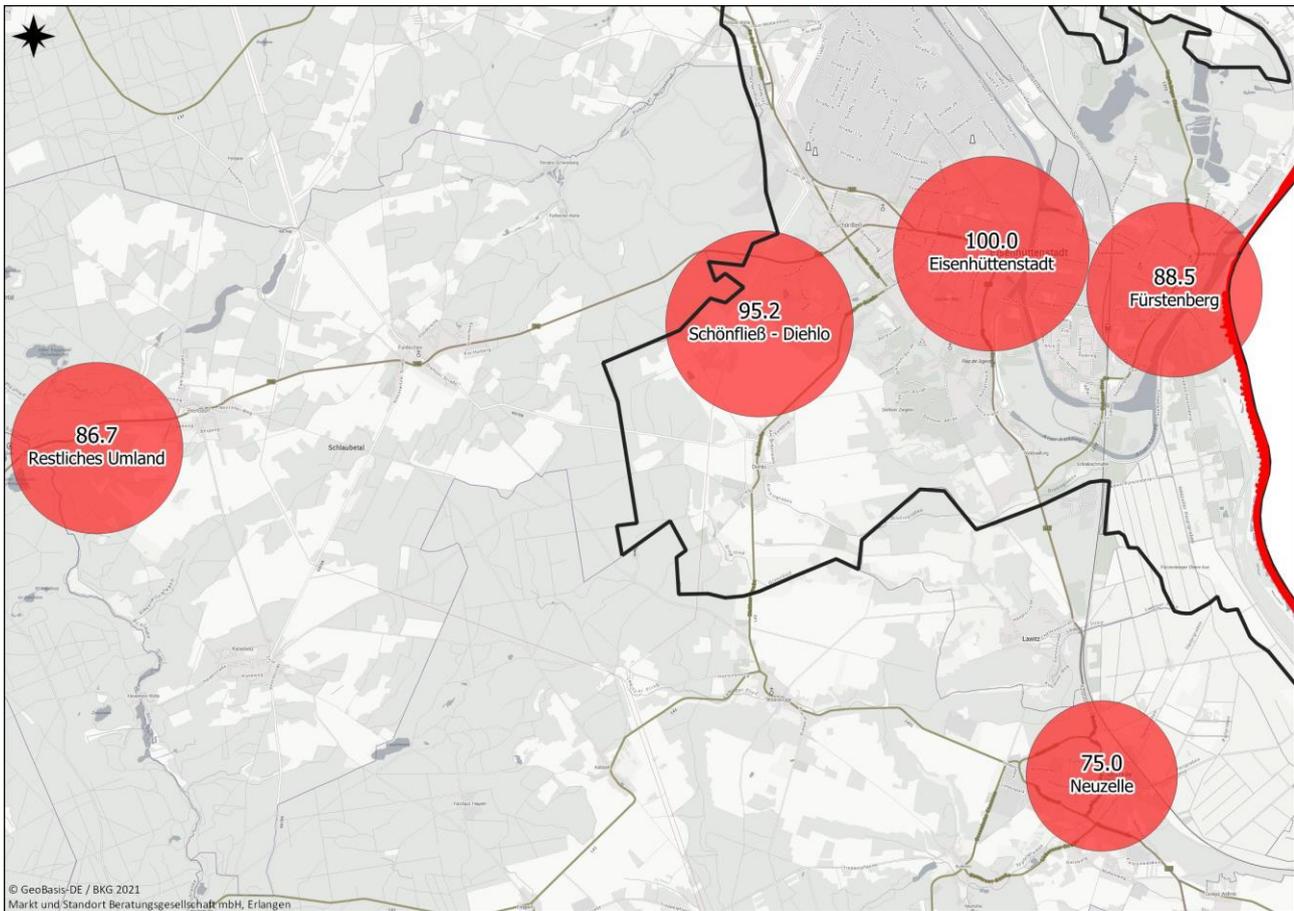


Quelle: eigene Haushaltsbefragung

Differenziert man den Einkaufsort nach dem Wohnort der Befragten, ist eine klare Konzentration auf das Stadtgebiet von Eisenhüttenstadt zu sehen. Dies wurde in der folgenden kartographischen Darstellung ausgearbeitet



**Abbildung 33 Anteil der Befragten in % nach Wohnort (Stichprobengebiet), die in Eisenhüttenstadt Lebensmittel einkaufen**



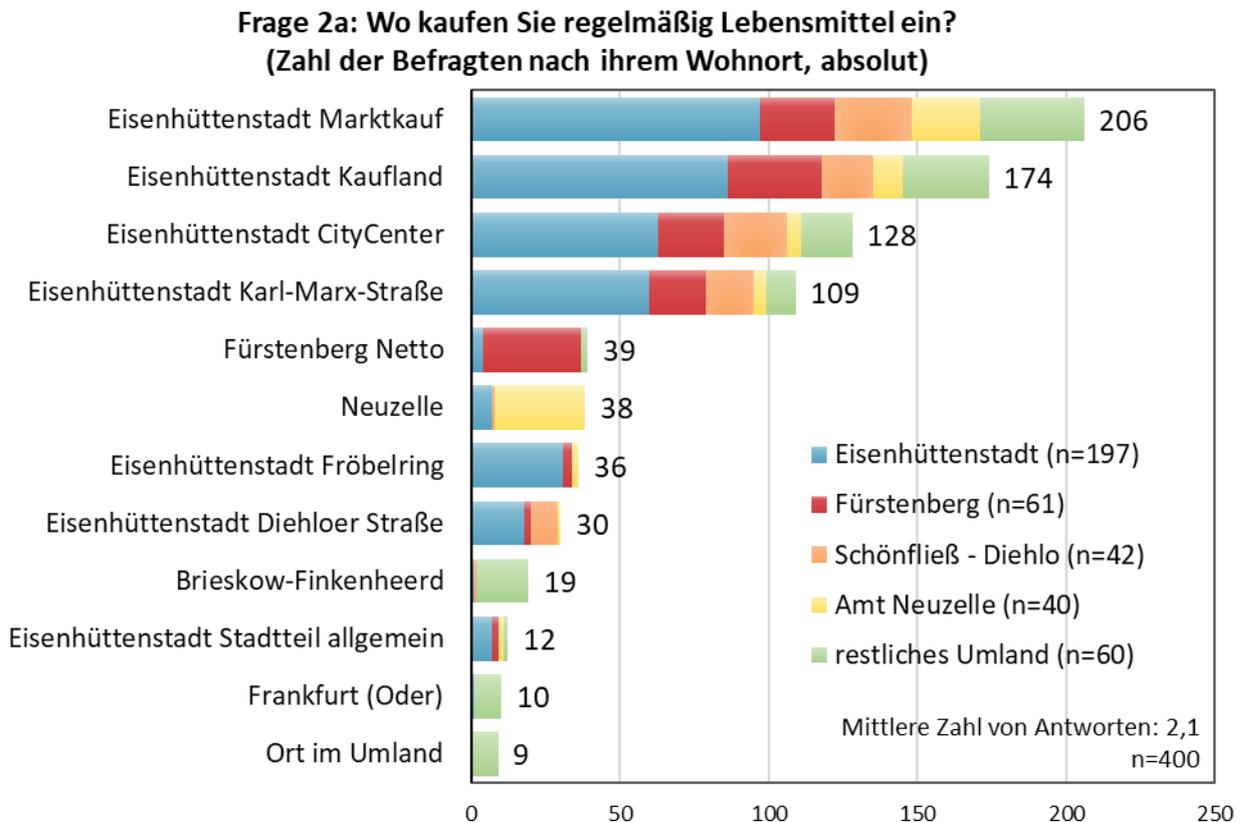
Quelle: eigene Haushaltsbefragung und Darstellung

Zu lesen ist die Darstellung folgendermaßen: Die Befragten in Eisenhüttenstadt geben zu 100% an, Lebensmittel regelmäßig in Eisenhüttenstadt zu kaufen. In Schönfließ-Diehlo sind es 95,2%, die sich in Eisenhüttenstadt mit Lebensmitteln versorgen und auch in Fürstenberg liegt die Quote derjenigen die in Eisenhüttenstadt einkaufen bei 88,5%.

Auch außerhalb des Gemeindegebietes von Eisenhüttenstadt, im Amt Neuzelle (75%) sowie im restlichen Umland (86,7%) gab der überwiegende Teil der Befragten an, regelmäßig in Eisenhüttenstadt Lebensmittel einzukaufen.



Abbildung 34 Wohnort und Einkaufsziele der befragten beim Lebensmitteleinkauf



Quelle: eigene Haushaltsbefragung und Darstellung

Analysiert man die Nennungen, derjenigen, die regelmäßig in Fürstenberg Lebensmittel einkaufen, findet sich hier eine eindeutige Fixierung auf die Einwohner Fürstenbergs. In den anderen Bereichen gab kaum (bis gar kein) Befragter an, in Fürstenberg regelmäßig Lebensmittel zu kaufen. Die Ausrichtung auf wohnungsnaher Angebote ist offenbar sehr ausgeprägt.

Die Betrachtung der Einkäufe in Schönfließ oder Diehlo zeigt, dass sich dort nur dort ansässige Einwohner mit Lebensmitteln versorgen, wobei deren Anteil ebenfalls äußerst gering ist (7,1%). Kein Befragter, der nicht in Schönfließ oder Diehlo wohnt, gab an, sich dort regelmäßig mit Lebensmitteln zu versorgen.

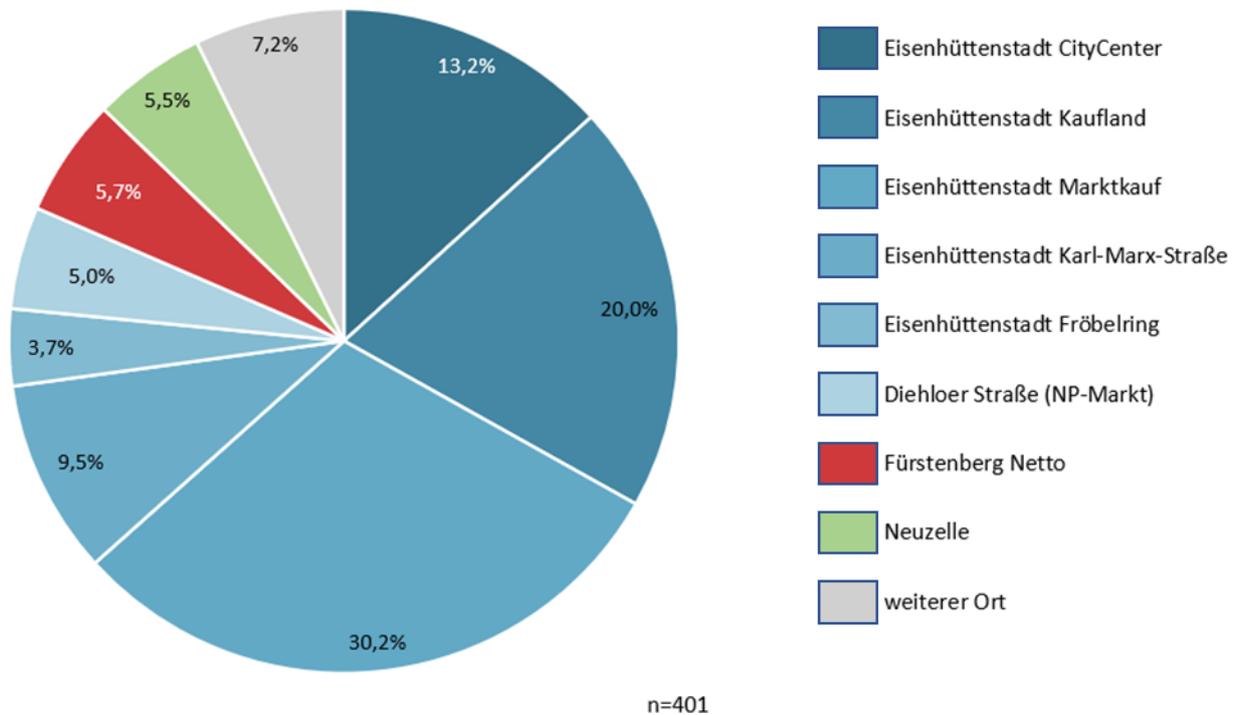
Bei der Betrachtung von Neuzelle zeigt sich, dass Neuzelle kein Ziel für Einkäufer von Lebensmitteln aus Eisenhüttenstadt ist. Zwar versorgt sich ein überwiegender Anteil der Befragten, die in Gemeinden des Amtes Neuzelle wohnen (75%), dort regelmäßig mit Lebensmitteln. Hingegen gab kaum ein Befragter aus der Stichprobe, der nicht im Amt Neuzelle wohnt, an, dort regelmäßig Lebensmittel zu kaufen.

Eisenhüttenstadt kann insofern als einziger Einkaufsort in der näheren Umgebung einen hohen Anteil an Befragten aus allen Gebieten aufweisen, die angaben, sich dort regelmäßig mit Lebensmitteln zu versorgen.



### Abbildung 35 Wichtigster Einkaufsort für Lebensmittel (Telefoninterview)

Frage 2a: Welcher der genannten Orte oder Standorte ist für Sie der wichtigste?  
(Lebensmitteleinkauf)



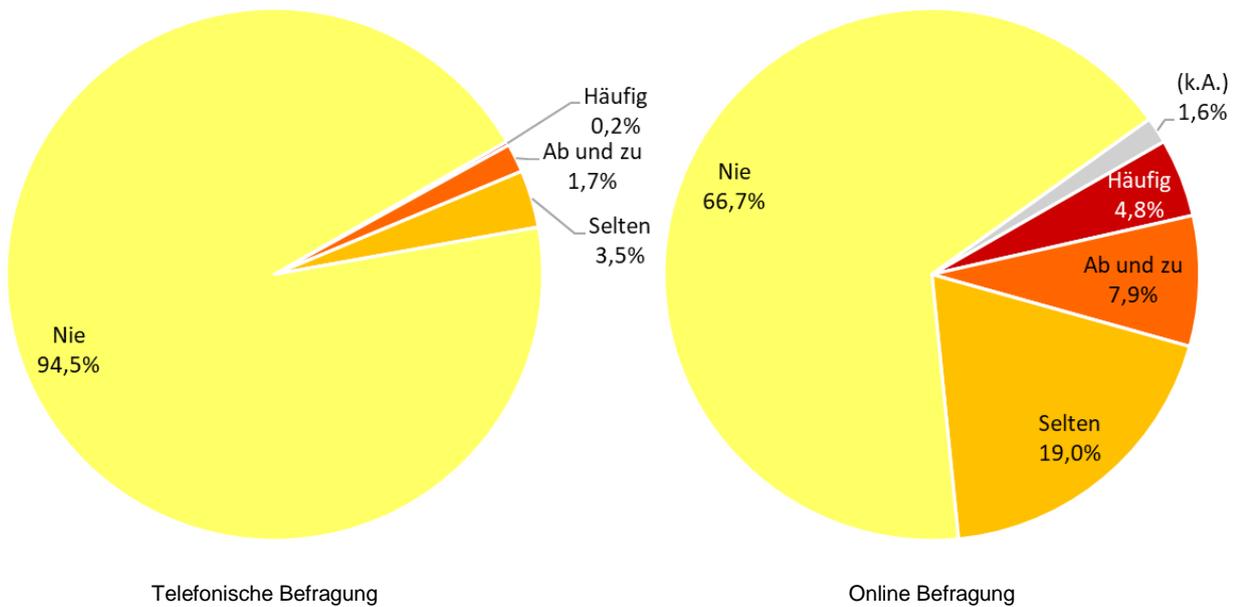
Quelle: eigene Haushaltsbefragung

Entscheidend für die Beurteilung der Einkaufsorientierung ist nicht die Auflistung aller aufgesuchten Einkaufsorte, die die Befragten nennen, sondern das von ihnen als wichtigster Einkaufsort eingestufte Ziel. Dabei nannten 87,3% der Befragten Eisenhüttenstadt auch als den für sie wichtigsten Einkaufsort für Lebensmittel. Fürstenberg zieht 5,7% der Nennungen auf sich. Auch die auswärtigen Gebiete können jeweils keine 10% erreichen. Eisenhüttenstadt ist insoweit für die Befragten der am häufigsten genutzte und deutlich wichtigste Einkaufsort für Lebensmittel.

Innerhalb der Stadt Eisenhüttenstadt stellt sich die Attraktivität der verschiedenen Nahversorgungsstandorte differenziert dar. Spitzenreiter der Lebensmittelstandort im Stadtgebiet von Eisenhüttenstadt ist mit 30,2% der Nennungen der Standort Marktkauf, gefolgt von Kaufland und dem City Center in der Innenstadt von Eisenhüttenstadt. Der eigens als Nahversorgungszentrum ausgewiesene Standort am Fröbelring erreicht mit 3,7% nur äußerst geringe Anteile und weist damit eine geringe Reichweite auf.



**Abbildung 36: Einkauf von Lebensmitteln über das Internet oder den Versandhandel**



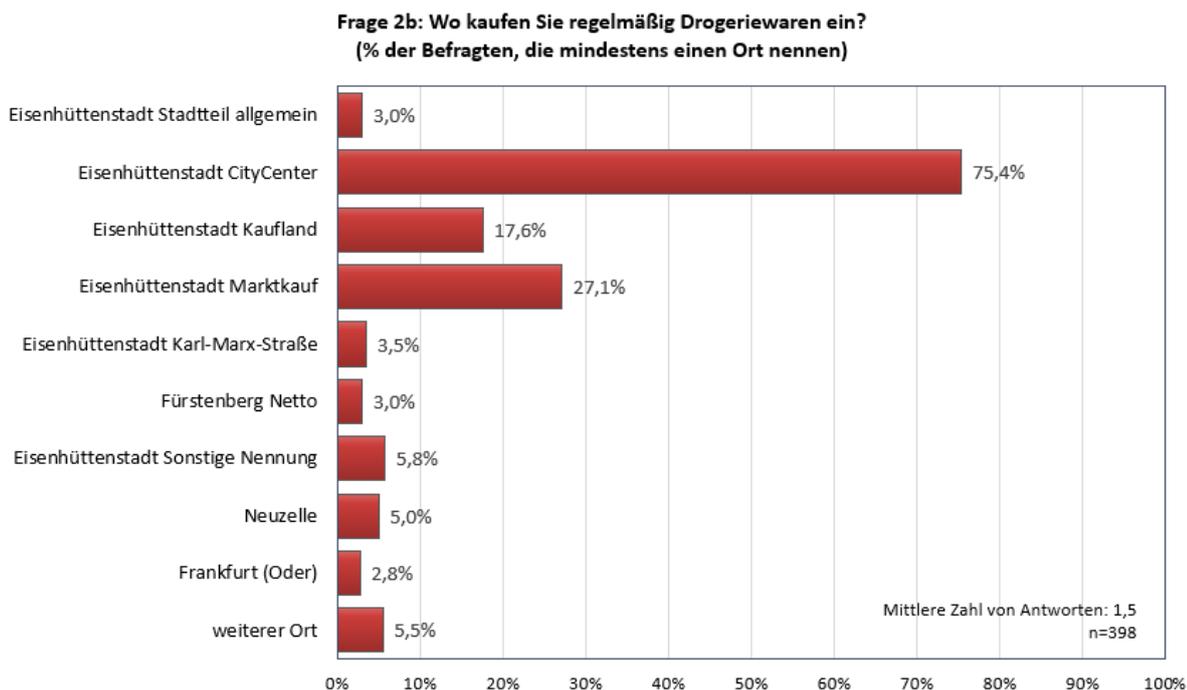
Quelle: eigene Haushaltsbefragung

Bei der Frage, ob sie Lebensmittel auch über das Internet oder den Versandhandel einkaufen, antwortet die ganz überwiegende Mehrheit der telefonisch Befragten, dass sie das nie tun (94,5%). In der Online-Befragung sagen dies nur zwei Drittel der Antwortenden, ein Zeichen für die größere Internet-Affinität dieser Gruppe. 4,8% der Selbstausfüller geben sogar an, dass sie Lebensmittel häufig über Internet oder Versandhandel bestellen.

### 5.2.2 Drogeriewaren

Auf die Frage nach dem Einkaufsort für Drogeriewaren nennen 75,4% der Probanden das City Center in der Innenstadt von Eisenhüttenstadt. Dort ist der einzige Drogeriemarkt in Eisenhüttenstadt ansässig. Die Drogerieabteilung im Marktkauf ist zwar auch anziehungskräftig, hat aber bei weitem nicht die Zugkraft eines vollwertigen Drogeriemarktes.

**Abbildung 37 Einkaufsort Drogeriewaren (Telefoninterview)**



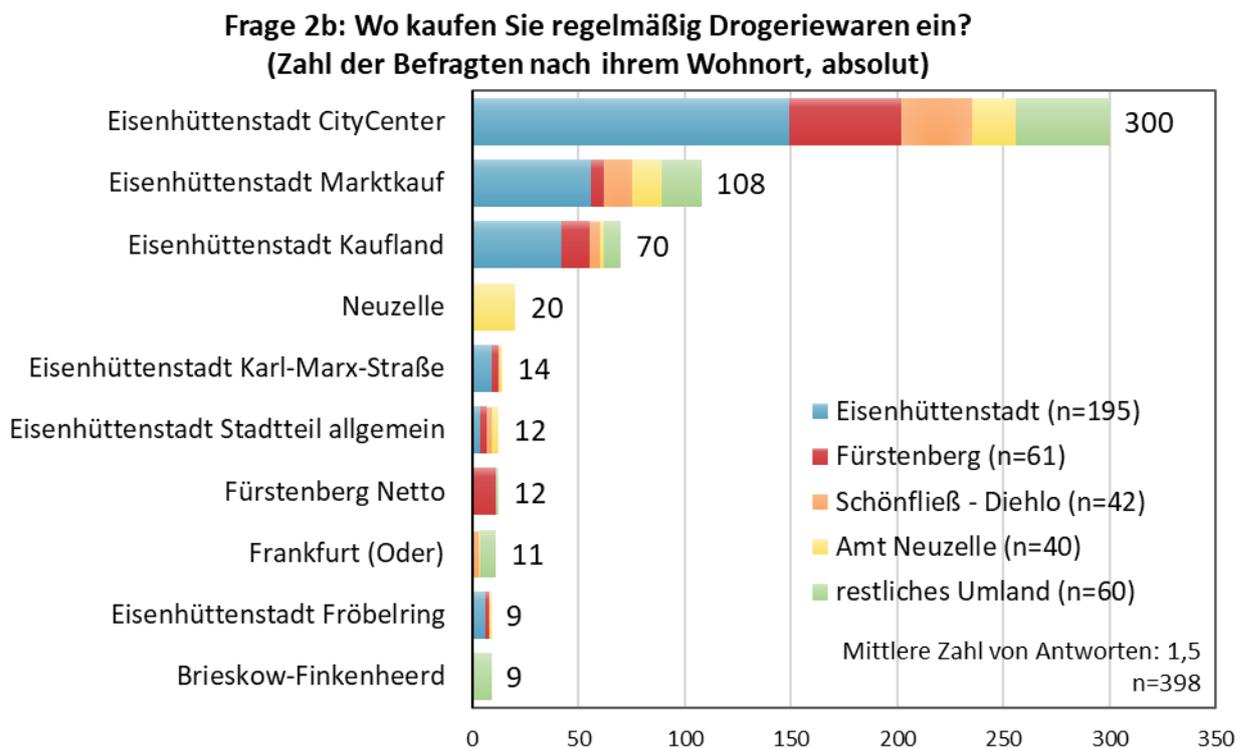
Quelle: eigene Haushaltsbefragung



Grundsätzlich fällt auf, dass eine dominierende Mehrheit der Verbraucher einen Ort in Eisenhüttenstadt nennt und insoweit Eisenhüttenstadt als regelmäßigen Einkaufsort für Drogeriewaren wählt. Mit dem Drogeriemarkt im City Center und den Angeboten bei Marktkauf und Kaufland weist Eisenhüttenstadt ein gut ausgebautes Angebot an Drogeriewaren auf.

Unterscheidet man die Antworten wieder nach dem jeweiligen Wohnort der befragten Person, so ist, wie auch schon bei Lebensmitteln, eine klare Tendenz hin zu einem regelmäßigen Einkauf in Eisenhüttenstadt zu sehen. Basis sind die Ergebnisse der Telefonbefragung, die auf einer bevölkerungsproportionalen Repräsentativität beruhen.

**Abbildung 38 Wohnort und Einkaufsziel der Befragten beim Kauf von Drogeriewaren**



Quelle: eigene Haushaltsbefragung

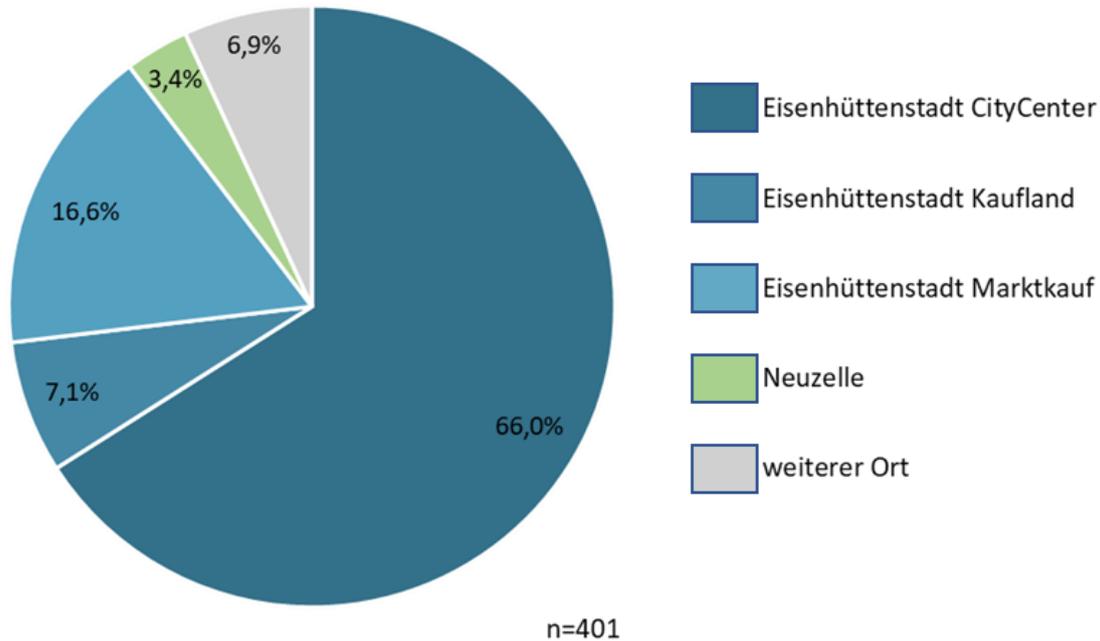
Beim Einkauf von Drogeriewaren zeigt sich ein noch stärker fokussiertes Verbraucherverhalten wie bei den Lebensmitteln. Eisenhüttenstadt bindet den ganz überwiegenden Teil der Befragten aus allen Gebieten an sich. Dies zeigt sich auch bei der Frage nach dem wichtigsten Einkaufsort für Drogeriewaren. Hier nennen fast 90% der Befragten ein Ziel in Eisenhüttenstadt als wichtigsten Einkaufsort.

Es wird insoweit auch deutlich, dass die Verbraucher für Drogeriewaren als auch für Lebensmittel eine gewisse Entfernung auf sich nehmen, um diese Einkäufe in Eisenhüttenstadt zu tätigen.



**Abbildung 39 Wichtigster Einkaufsort Drogeriewaren (Telefoninterview)**

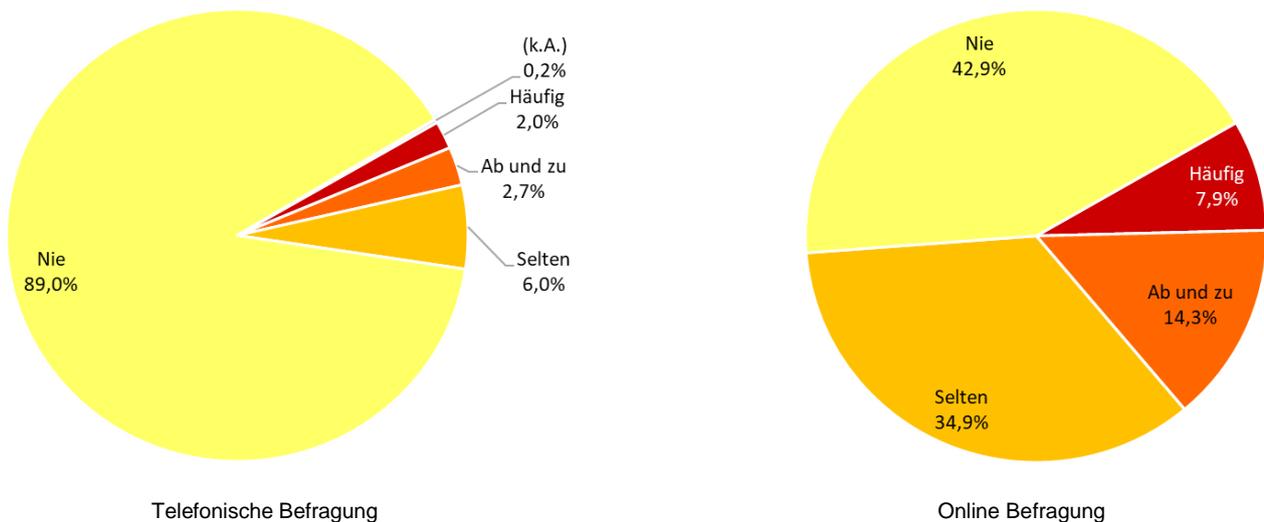
Frage 2b: Welcher der genannten Orte oder Standorte ist für Sie der wichtigste?  
(Drogeriewareneinkauf)



Quelle: eigene Haushaltsbefragung

Analog zu der Aufzählung der aufgesuchten Einkaufsorte für Drogeriewaren wird der Drogeriemarkt im City Center in der Innenstadt von Eisenhüttenstadt als häufigstes Ziel genannt. Auch bei der Nennung des wichtigsten Zieles erreicht die Drogerieabteilung des Marktkauf Standortes den zweiten Platz in der Gunst der befragten Verbraucher.

**Abbildung 40 Einkauf von Drogeriewaren über das Internet oder den Versandhandel**



Quelle: eigene Haushaltsbefragung

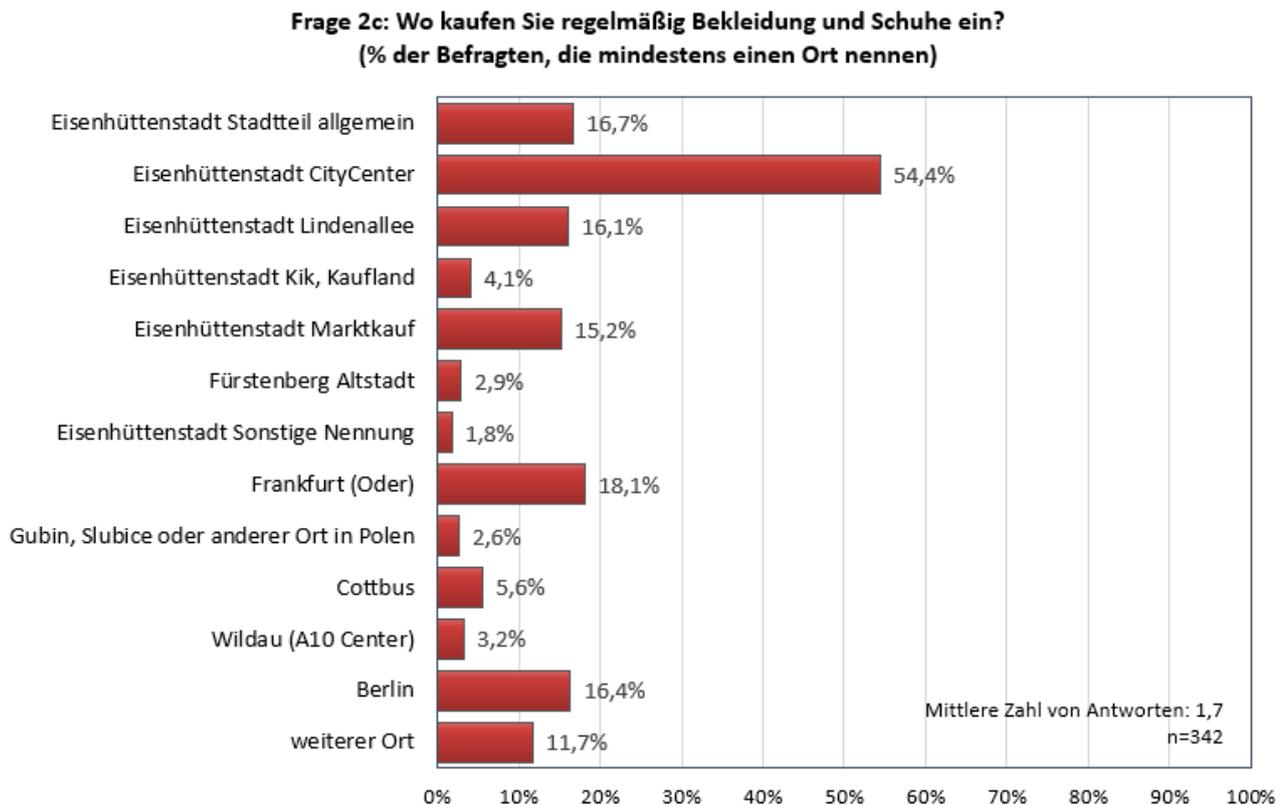
Drogeriewaren werden häufiger als Lebensmittel über das Internet oder den Versandhandel bezogen, der Anteil ist bei den telefonisch befragten Haushalten aber immer noch sehr gering. 89,9% der Befragten sagen hier, dass sie Drogeriewaren „nie“ über das Internet oder den Versandhandel kaufen. Bei der Onlinebefragung ist das Bild deutlich zugunsten einer Bestellung verschoben: 7,9% geben an „häufig“ und 14,3% „ab und zu“ Drogeriewaren über Internet oder Versandhandel zu beziehen. Auch hier wird die deutlich höhere Internet-Affinität der online Befragten wieder sichtbar.



### 5.2.3 Bekleidung und Schuhe

Die Analyse der Sortimentsgruppe Bekleidung und Schuhe zeigt, dass Eisenhüttenstadt von einem großen Teil der Befragten als regelmäßiger Einkaufsort genannt wird. Etwa ein Drittel der insgesamt 577 Nennungen entfällt auf das City Center. Die nächst häufigste Einzelnennung ist aber schon Frankfurt (Oder) mit 18,1% der Stimmen und auch Berlin wird von 16,4% der Befragten genannt. Daraus ist zu schließen, dass Eisenhüttenstadt zwar den Grundbedarf an Bekleidung und Schuhen decken kann, die Befragten aber in die Oberzentren fahren, um weiteren Bedarf zu decken.

**Abbildung 41 Einkaufsort Bekleidung und Schuhe (Telefoninterview)**



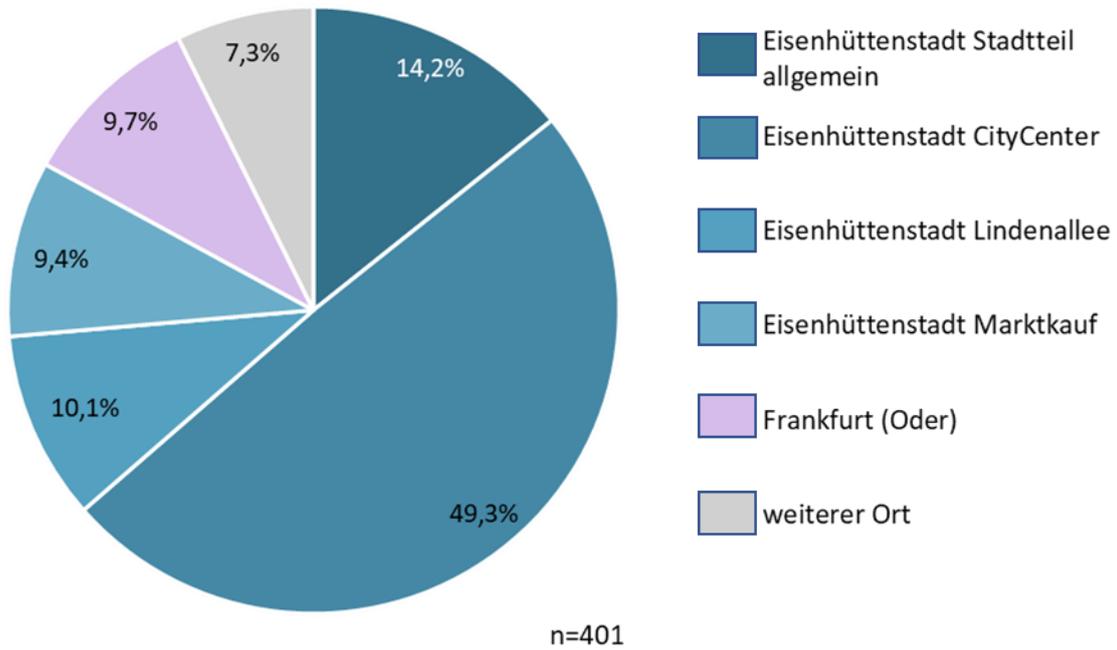
Quelle: eigene Haushaltsbefragung

Bei der Frage nach dem wichtigsten Ort für den Einkauf von Bekleidung oder Schuhen nennen fünf Sechstel der Befragten ein Einkaufsziel in Eisenhüttenstadt. Für 9,7% ist Frankfurt (Oder) der wichtigste Ort in diesem Bereich.



**Abbildung 42 Wichtigster Einkaufsort für Bekleidung und Schuhe**

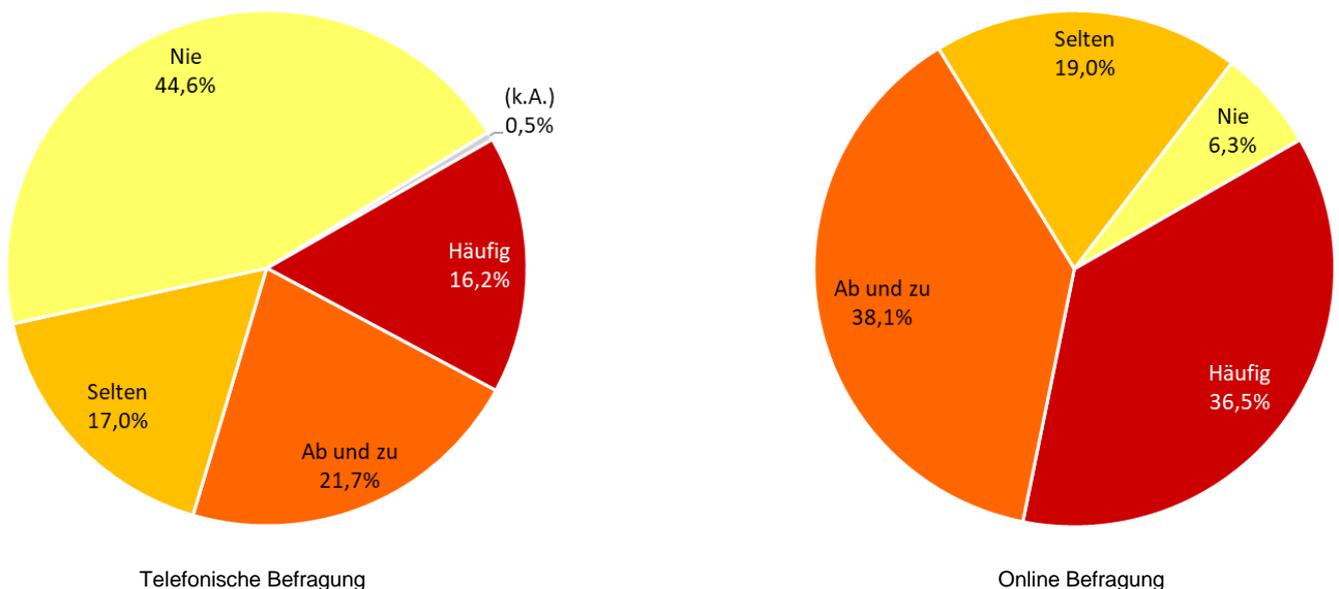
Frage 2c: Welcher der genannten Orte oder Standorte ist für Sie der wichtigste?  
(Kauf von Bekleidung und Schuhen)



Quelle: eigene Haushaltsbefragung

Bei der Frage nach der Nutzung von Internet oder Versandhandel für den Einkauf von Bekleidung oder Schuhen zeigt sich wieder die deutlich höhere Bereitschaft der online Befragten dieses Medium auch für den Einkauf zu nutzen, hier sagen nur noch 6,3%, dass sie das „nie“ tun. Aber auch in der Telefonstichprobe sinkt der Anteil der Befragten, die angeben „nie“ Bekleidung oder Schuhe über das Internet einzukaufen auf einen Wert von 44,6%.

**Abbildung 43 Einkauf von Bekleidung und Schuhen über das Internet oder den Versandhandel**



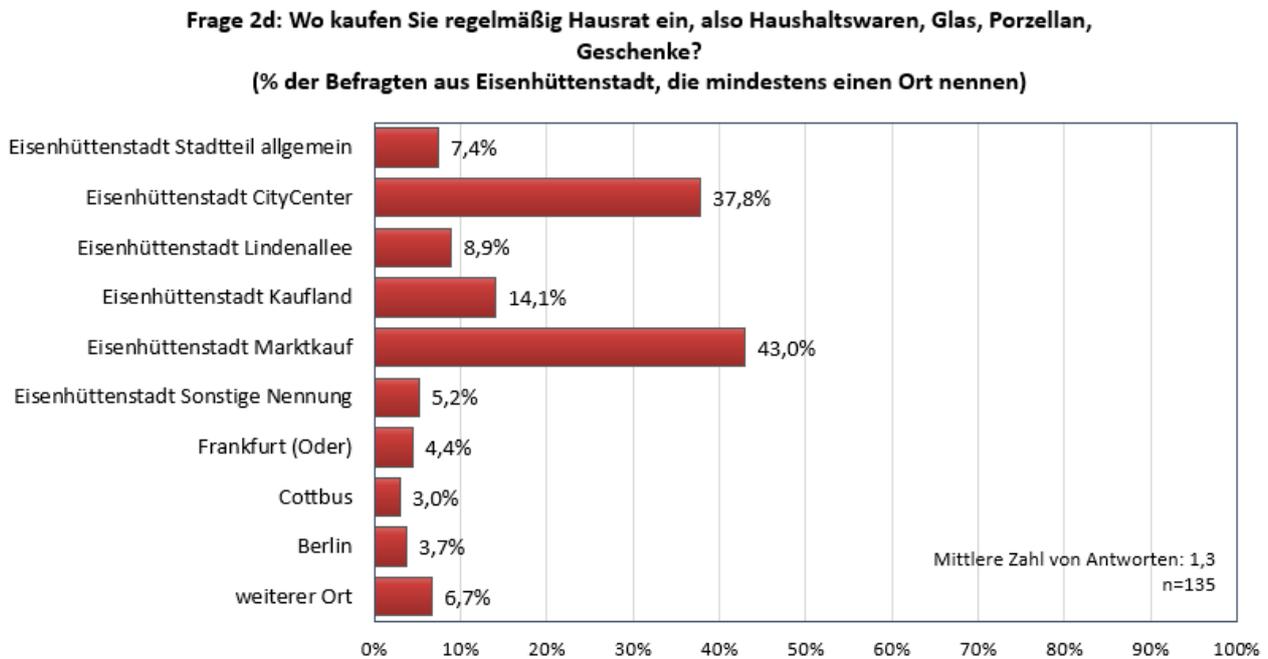
Quelle: eigene Haushaltsbefragung



## 5.2.4 Haushaltswaren

Auch bei den Haushaltswaren bestätigt sich die Tendenz, zu regelmäßigem Einkauf in Eisenhüttenstadt. Hier geben 246 von 282 Befragten (87,2%) Eisenhüttenstadt als regelmäßigen Einkaufsort an. Jedes der anderen Gebiete wird nur von lediglich weniger als 10% der Befragten genannt.

**Abbildung 44 Einkaufsort Haushaltswaren (Telefoninterview)**

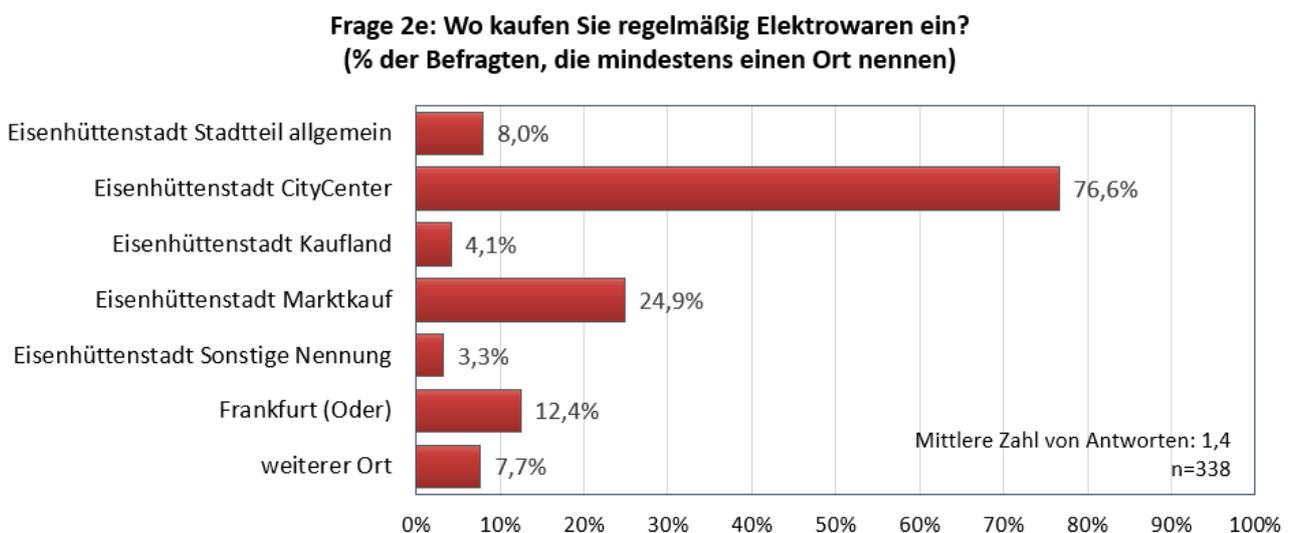


Quelle: eigene Haushaltsbefragung

Ebenjene Tendenz ist auch bei den folgenden Warengruppen ersichtlich.

## 5.2.5 Elektrowaren

**Abbildung 45 Einkaufsort Elektrowaren (Telefoninterview)**



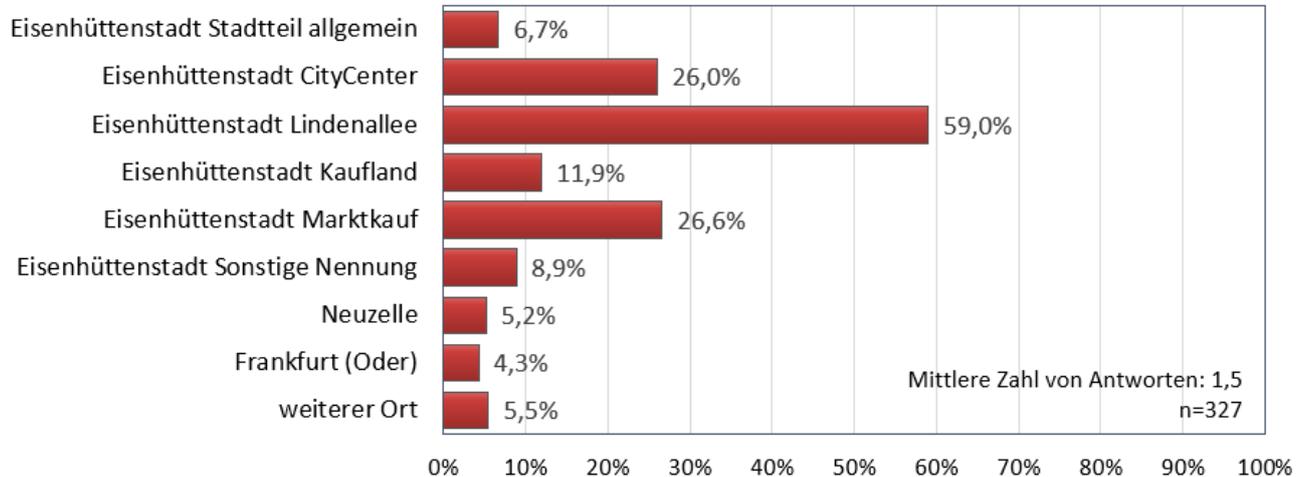
Quelle: eigene Haushaltsbefragung



## 5.2.6 Bücher, Schreibwaren

Abbildung 46 Einkaufsort Bücher/Schreibwaren (Telefoninterview)

Frage 2f: Wo kaufen Sie regelmäßig Bücher, Zeitschriften, Schreibwaren ein?  
(% der Befragten, die mindestens einen Ort nennen)

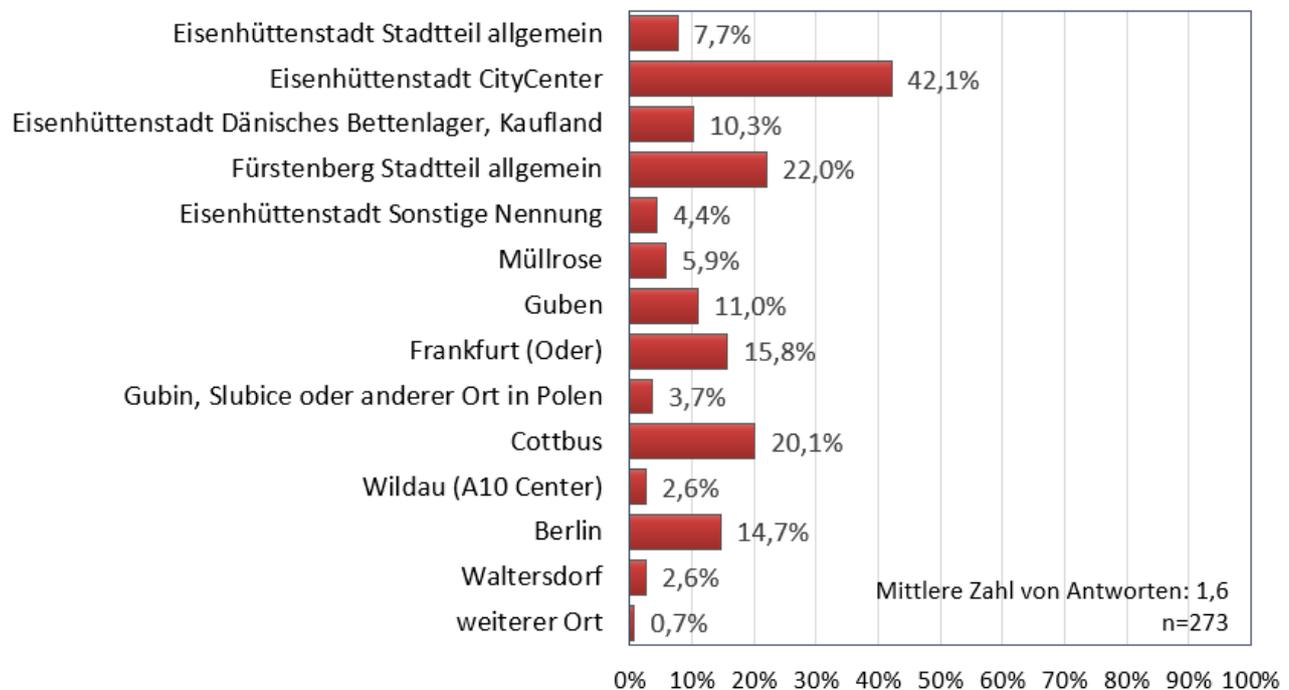


Quelle: eigene Haushaltsbefragung

## 5.2.7 Möbel- und Einrichtungsbedarf

Abbildung 47 Einkaufsort Möbel- und Einrichtungsbedarf (Telefoninterview)

Frage 2g: Wo kaufen Sie regelmäßig Möbel und Einrichtungsbedarf ein?  
(% der Befragten, die mindestens einen Ort nennen)



Quelle: eigene Haushaltsbefragung

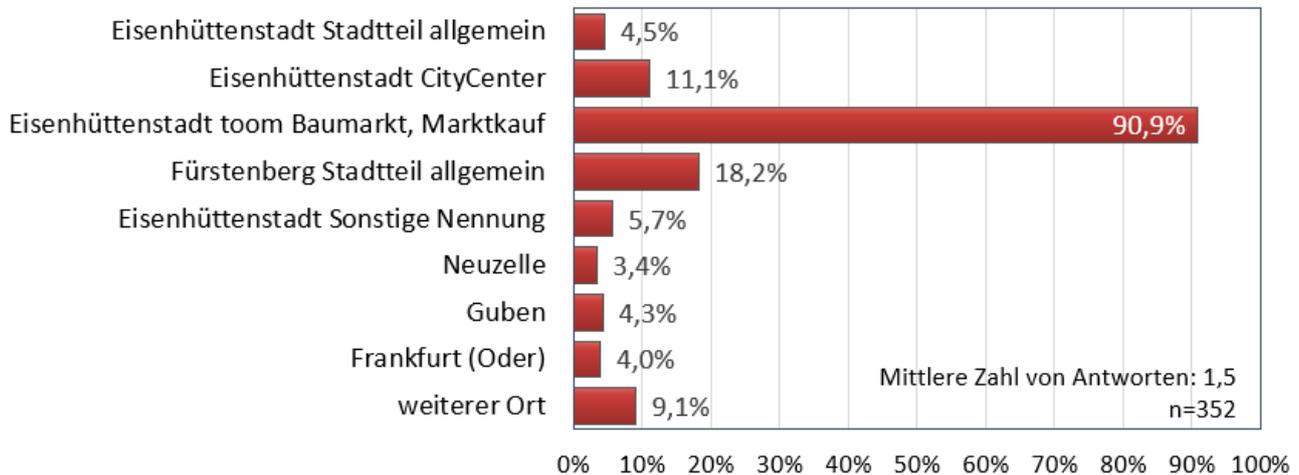


## 5.2.8 Bau- und Heimwerkerbedarf

Abbildung 48 Einkaufsort Bau- und Heimwerkerbedarf (Telefoninterview)

Frage 2h: Wo kaufen Sie regelmäßig Baumarkt- und Gartenartikel oder Tierbedarf ein?

(% der Befragten, die mindestens einen Ort nennen)



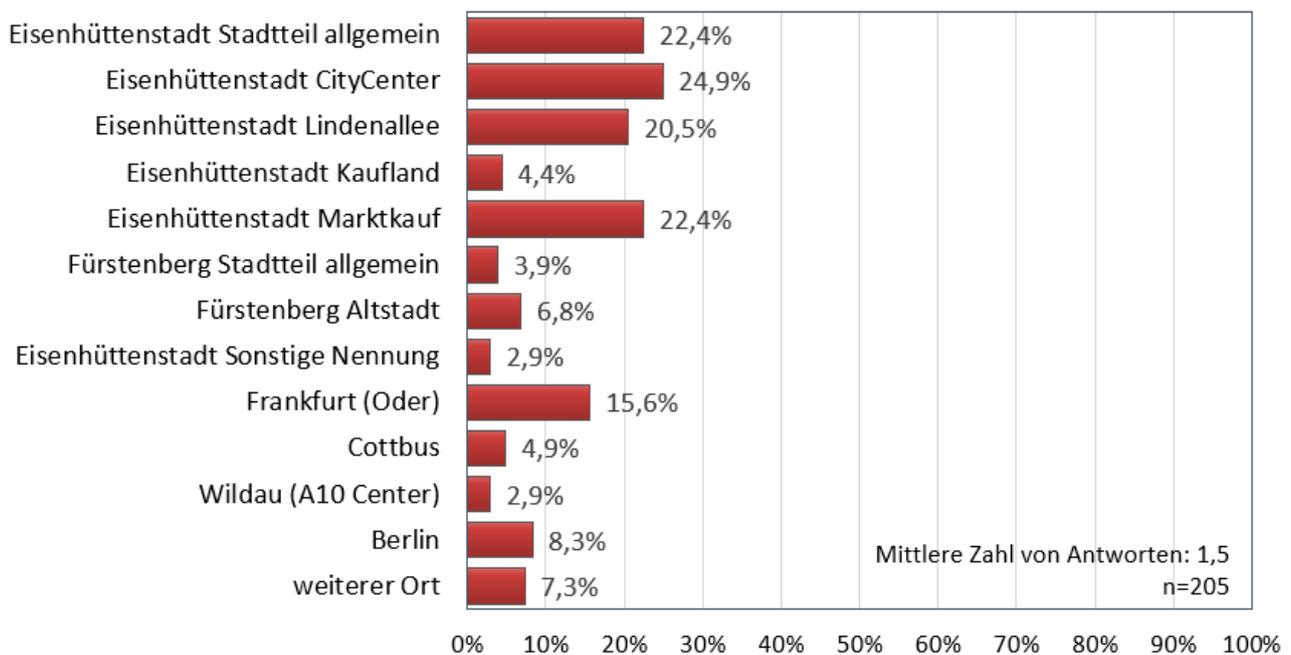
Quelle: eigene Haushaltsbefragung, Toom hat nach dem Erhebungsstichtag geschlossen, Obi wird voraussichtlich nachfolgen

## 5.2.9 Hobby- und Freizeitbedarf

Abbildung 49 Einkaufsort Bau- und Heimwerkerbedarf (Telefoninterview)

Frage 2i: Wo kaufen Sie regelmäßig Artikel für Hobby und Freizeit (z.B. Sportartikel, Spielwaren) ein?

(% der Befragten, die mindestens einen Ort nennen)



Quelle: eigene Haushaltsbefragung



Eine Ausnahme in der oben genannten Tendenz ergibt sich insoweit nur beim Einkaufsort für Möbel- und Einrichtungsbedarf sowie bei Bau- und Heimwerkerbedarf. Hier erreicht Fürstenberg jeweils deutlich höhere Werte (22% und 18,2%) als in den anderen Kategorien, auch Guben kann bei Möbel- und Einrichtungsbedarf einen Wert von 11% erreichen. Dominierend sind jedoch bei Bau- und Gartenartikel der Marktkaufstandort mit dem Toom Baumarkt (mittlerweile geschlossen, Obi folgt nach) sowie bei Möbel und Einrichtungsbedarf das City Center mit dem Möbelhaus Roller.

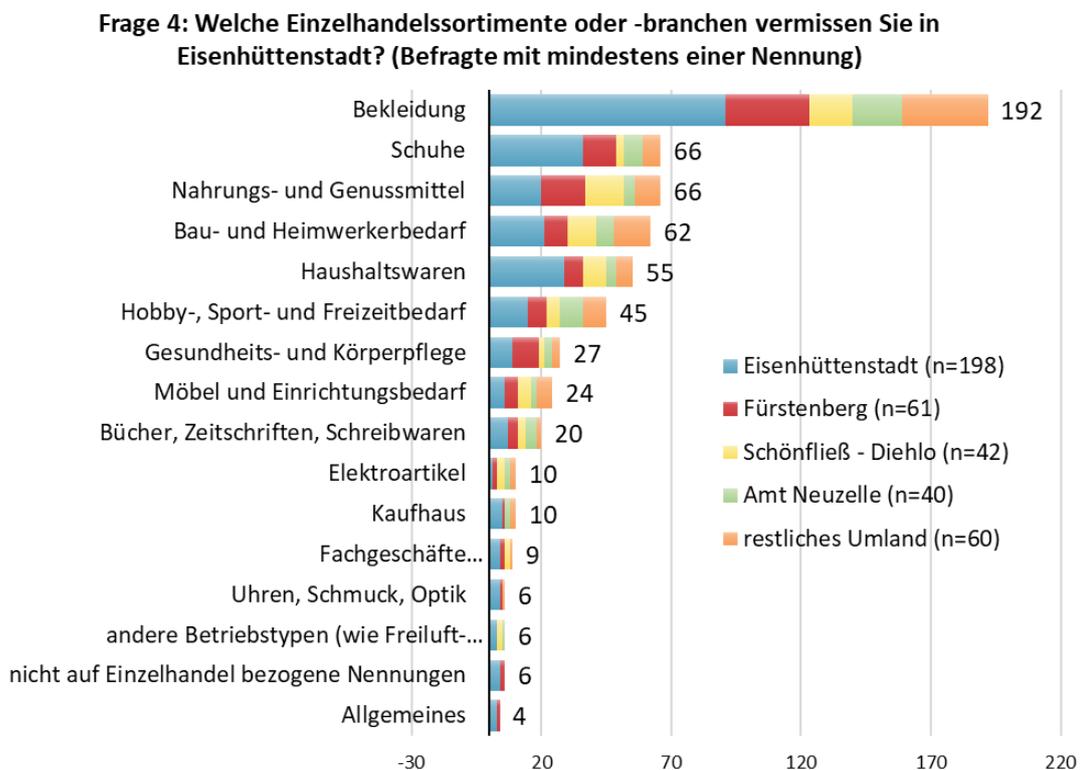
Insgesamt zeichnet die Abfrage des Einkaufsverhaltens im Rahmen der Ergebnisse der repräsentativen Haushaltsbefragung so dennoch ein Bild der Versorgungsfunktion sowie der Reichweite des Mittelzentrums Eisenhüttenstadt. Eine ausgeprägte polyzentrische Angebotsstruktur liegt insoweit nicht vor, im Gegenteil, Eisenhüttenstadt prägt als dominierendes Zentrum die Nahversorgung in der näheren Umgebung.

Die auffallende Orientierung der Verbraucher im Gebiet auf das Mittelzentrum Eisenhüttenstadt entspricht, soweit es den aperiodischen Bedarf betrifft, den Zielen der Regional- und Landesplanung. Die darüber hinaus ermittelte starke Orientierung der Verbraucher auch im periodischen Bedarfssegment auf Eisenhüttenstadt führt zu einer hohen Zentralität in diesem Segment. Aufgrund der deutlichen Discountorientierung im Bekleidungs- und Schuhsortiment sind allerdings starke Kaufkraftströme in die umliegenden Zentren bis nach Berlin festzustellen.

### 5.2.10 Fehlende Einzelhandelssortimente, -branchen und -betriebe

Auf die Frage, welche Einzelhandelsangebote in Eisenhüttenstadt fehlen, sind sich sowohl die am Telefon befragten als auch die Selbstausfüller einig. Mit 47,9% bzw. 47,6% fehlen den Befragten vor allem Angebote an Bekleidung. Deutlich seltener werden Schuhe, Nahrungs- und Genussmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf, Haushaltswaren und Hobby-, Sport- und Freizeitwaren genannt.

**Abbildung 50 Fehlende Einzelhandelssortimente oder -branchen (Telefoninterview)**



Quelle: eigene Haushaltsbefragung

Diese Ergebnis zeigt die Ursache für den hohen Anteil an Auswärtseinkäufen von Bekleidung in den umliegende Zentren



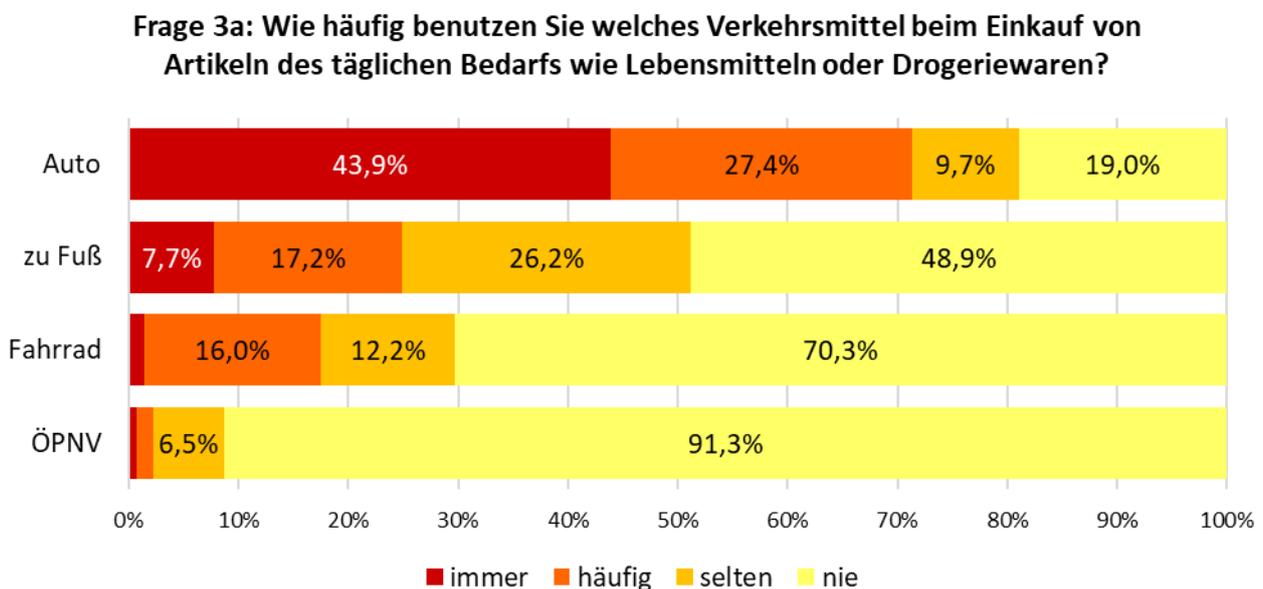
## 5.3 Verkehrsmittelnutzung bei Einkäufen

### 5.3.1 Artikel des täglichen Bedarfs

Das am meisten genutzte Verkehrsmittel zum Einkauf von Artikeln des täglichen Bedarfs stellt bei den Befragten eindeutig das Auto dar. Mit 43,9% nutzt nahezu die Hälfte der Befragten dieses immer, nur 19% nutzen es nie. Die Werte für „zu Fuß“ und Fahrrad fallen deutlich geringer aus, der ÖPNV wird lediglich von wenigen Befragten zumindest selten genutzt.

Die Ursache für diese geringe „Fußgängerquote“ ist in der Angebots- und Standortstruktur der Nahversorgung in der Stadt Eisenhüttenstadt zu finden. Die größten und aus Verbrauchersicht attraktivsten Standorte sind mit Kaufland und vor allem Marktkauf als nicht integrierte Lagen eingestuft und tragen wenig bis nichts zur wohnungsnahen, fußläufig-orientierten Nahversorgung bei.

**Abbildung 51 Verkehrsmittelnutzung beim Einkauf von Artikeln des täglichen Bedarfs (Telefoninterview)**



Quelle: eigene Haushaltsbefragung

### 5.3.2 Artikel aperiodischen Bedarfs

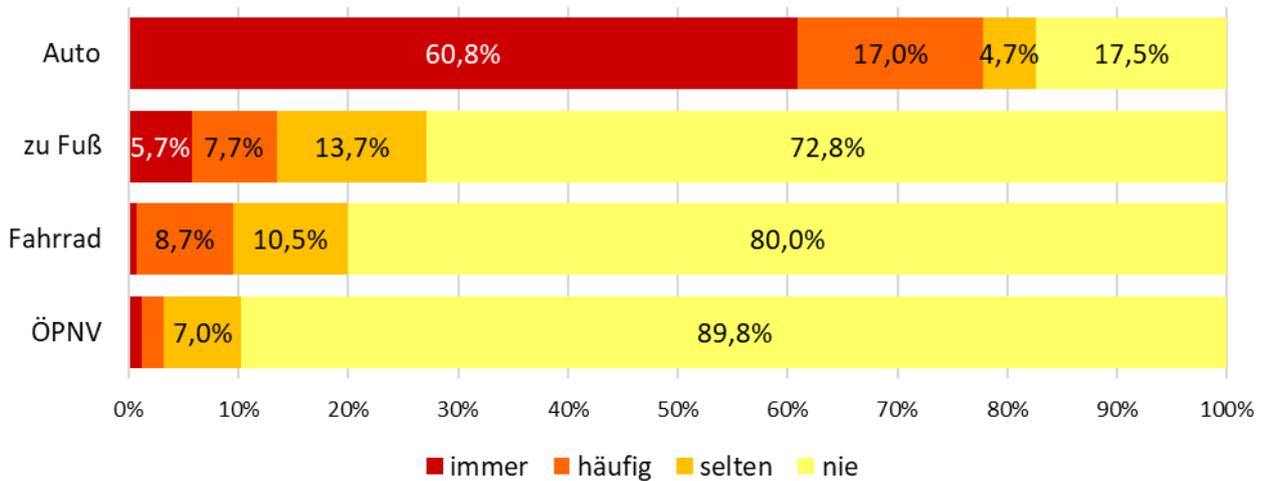
Ein ähnliches Ergebnis zeigt die Verkehrsmittelnutzung beim Einkauf von anderen Artikeln. Allerdings ist hier der Anteil der Befragten, die immer das Auto benutzen mit 60,8% noch einmal deutlich höher als beim Einkauf von Artikeln des täglichen Bedarfs. Auf der anderen Seite findet ein Einkauf zu Fuß oder per Fahrrad noch seltener statt, die Werte für die Nutzung des ÖPNV sind etwa gleich gering.

Ein solches Ergebnis ist bei der Versorgung mit aperiodischen Bedarfsgütern erwartbar und nachvollziehbar, zumal hier auch der Anteil der Auswärtseinkäufe deutlich höher ist als beim Einkauf von Gütern des Täglichen Bedarfs.



Abbildung 52 Verkehrsmittelnutzung beim Einkauf von anderen Artikeln (Telefoninterview)

Frage 3b: Wie häufig benutzen Sie welches Verkehrsmittel beim Einkauf von anderen Artikeln, die man seltener einkauft?



Quelle: eigene Haushaltsbefragung

Insgesamt stellt das Auto für die Befragten also das mit Abstand wichtigste Verkehrsmittel zum Einkufen dar. Dies liegt mit Sicherheit auch daran, dass wie bereits gezeigt, ein großer Anteil der Befragten, die im näheren Umfeld von Eisenhüttenstadt wohnen, dort ihren Einkauf tätigt.

Für diese kommt allerdings aufgrund der Entfernung ein Einkauf zu Fuß mitunter nicht, ein Einkauf per Fahrrad nur unter Umständen in Frage. Da ein Einkauf per ÖPNV meist auch nur eingeschränkt möglich ist, greifen diese überwiegend auf das Auto als Verkehrsmittel zurück.

Der Anteil der Befragten aus Gemeinden des Amts Neuzelle, die immer das Auto zum Einkufen von Artikeln des täglichen Bedarfs verwenden, liegt so bspw. bei 60%, also deutlich über dem Durchschnittswert aller Befragten.

#### 5.4 Beurteilung verschiedener Angebote und Waren in Eisenhüttenstadt

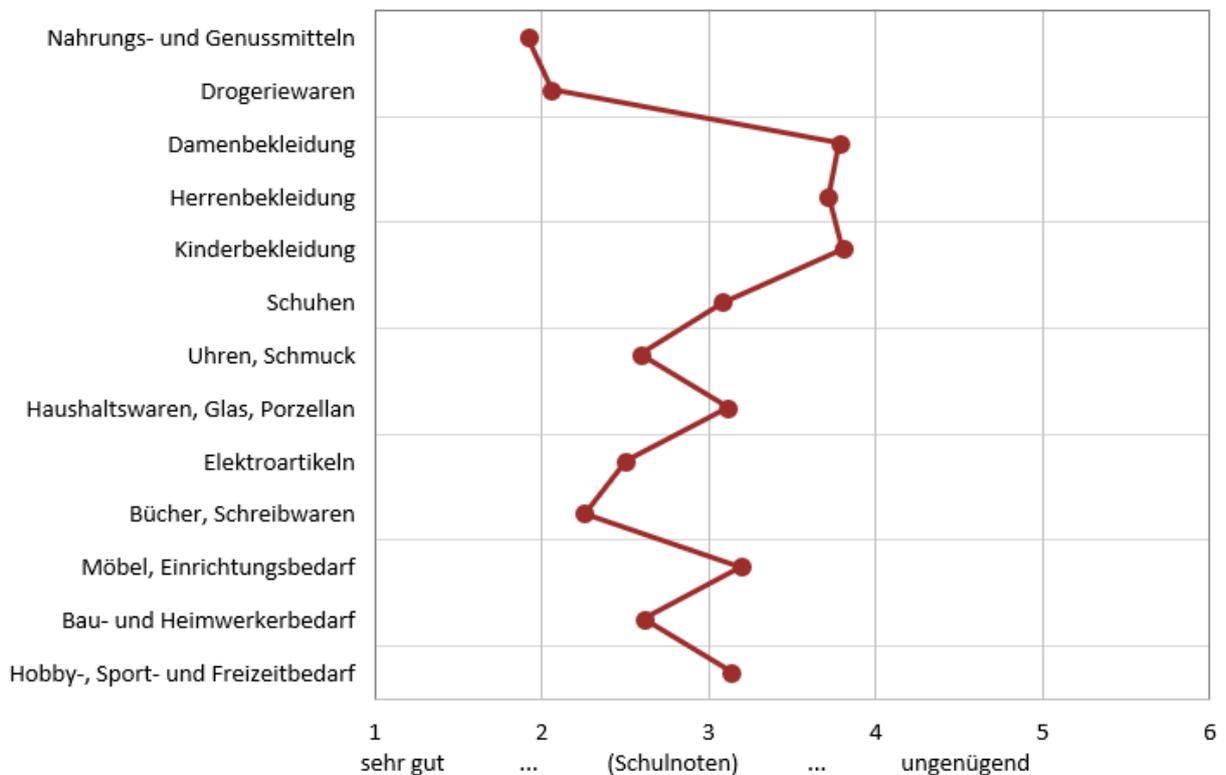
Das Angebot verschiedener Waren in Eisenhüttenstadt sollte nach dem Schulnotensystem beurteilt werden.

Alles in allem entspricht die Verteilung der kritischen Bewertungen auf die Sortimentsgruppen in Eisenhüttenstadt den vorher als fehlend benannten Sortimentsgruppen. Eine Ausnahme stellen z.B. die Nahrungs- und Genussmittel dar.



### Abbildung 53 Beurteilung Warenangebot Eisenhüttenstadt (Telefoninterview)

Frage 5: Wie beurteilen Sie das Angebot an folgenden Waren in Eisenhüttenstadt?  
Befragte Gesamt



Quelle: eigene Haushaltsbefragung

Die Bewertung für die Sortimentsgruppen der Bekleidungsbranche fällt für Eisenhüttenstadt tendenziell negativ aus. Diese Bewertung korrespondiert mit dem geäußerten Mangel in dieser Sortimentsgruppe und dem hohen Anteil an Auswärtseinkäufen. Auch das Angebot an Möbel und Einrichtungsbedarf sowie Schuhen wird nur mit Befriedigend bewertet. Die Nennungen aus Frage 4 der fehlenden Einzelhandelsbranchen spiegeln sich hier wider.

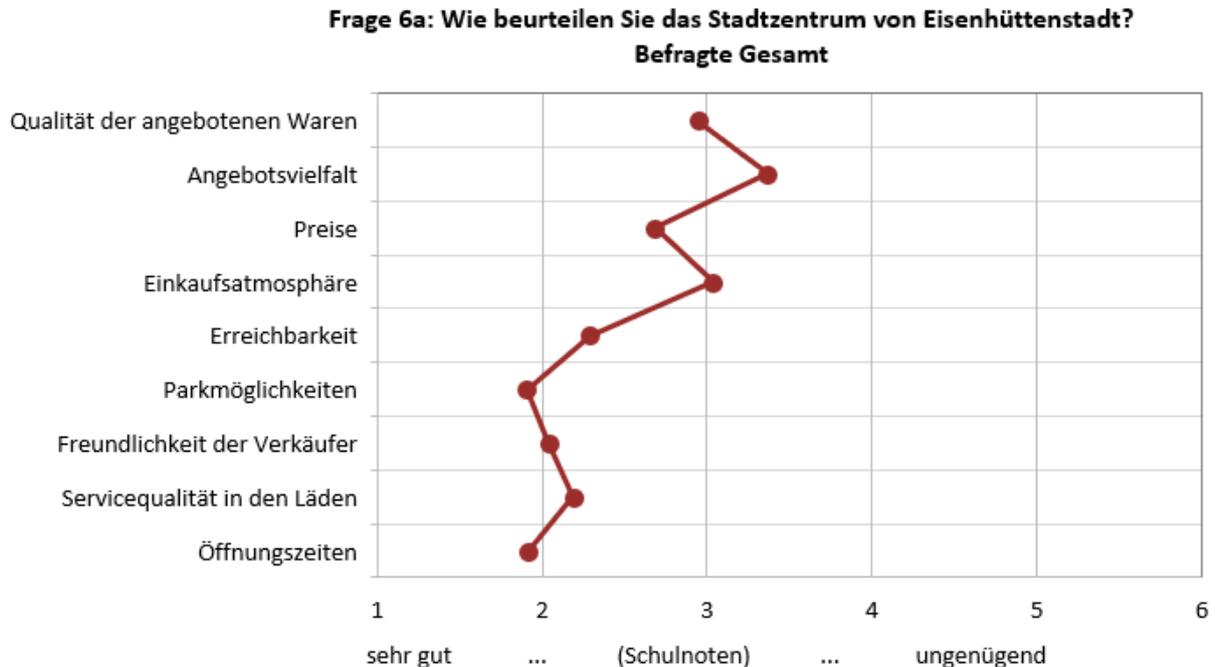
Positiv bewertete Sortimentsgruppen sind insbesondere Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren, auch Bücher/Schreibwaren und Elektroartikel erhalten eine gute Bewertung.



## 5.5 Beurteilung der Zentren von Eisenhüttenstadt und Fürstenberg

Bei der Beurteilung der wichtigsten Merkmale für den ZVB Innenstadtzentrum Eisenhüttenstadt ergibt sich folgendes Bild.

**Abbildung 54 Beurteilung des ZVB Innenstadtzentrum Eisenhüttenstadt (Telefoninterview)**



Quelle: eigene Haushaltsbefragung

Von den am Telefon Interviewten wurden insbesondere die Angebotsvielfalt (Note 3,4), die Einkaufsatmosphäre (Note 3,0) und die Qualität der angebotenen Waren (Note 2,9) im Stadtzentrums Eisenhüttenstadt eher schlecht bewertet. Positiv werden hingegen die Öffnungszeiten (Note 1,9), die Parkmöglichkeiten (Note 1,9) und die Freundlichkeit der Verkäufer (Note 2,0) beurteilt.

Die Bewertungskategorien, die die Leistungsfähigkeit der Einzelhandelsgeschäfte beschreiben (Freundlichkeit der Verkäufer, Servicequalität in den Läden und Öffnungszeiten) werden durchweg positiv bewertet.

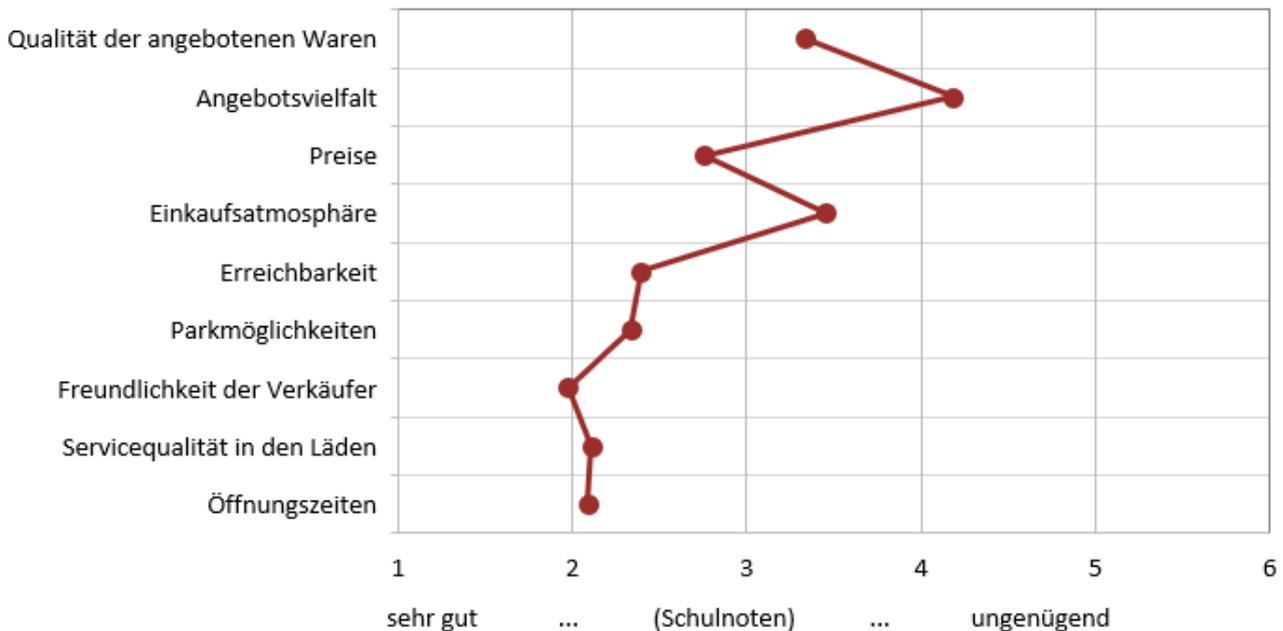
Die Kernprobleme der Eisenhüttenstädter Innenstadt liegen aus Verbrauchersicht in der mangelnden Vielfalt des Warenangebotes. Zusätzliche Angebote, die insbesondere neue Attraktivitätsaspekte in das Zentrum bringen, werden gewünscht. Das passt mit der ebenfalls negativen Bewertung der Warenqualität in der Innenstadt zusammen. Die überwiegende Discountorientierung im innerstädtischen Angebot führt zu dieser negativen Bewertung.

Die negative Bewertung der Einkaufsatmosphäre dürfte sowohl die Aufenthaltsqualität Lindenallee als auch die Einkaufsatmosphäre im City Center betreffen. In der Lindenallee fehlen gastronomische Angebote zum Ausruhen und Entspannen während des Einkaufsbummels. Für den Einkaufsbummel wäre darüber hinaus mehr Vielfalt in den Schaufenstern des Straßenverlaufs erforderlich. Das City Center bedarf einer optischen und architektonischen Aufwertung. Allerdings ist der Branchenbesatz des City Centers eine Mischung zwischen innerstädtischem Shopping-Center mit attraktiven Fachgeschäften und einem Fachmarktzentrum mit eher zentrenuntypischen Waren (Hammer, Fressnapf, Dänisches Bettenlager, etc.).



**Abbildung 55 Beurteilung des Nebenzentrums Fürstenberg (Telefoninterview)**

**Frage 6b: Wie beurteilen Sie das Stadtteilzentrum von Fürstenberg? Befragte Gesamt**



Quelle: eigene Haushaltsbefragung

Bei der Beurteilung des Ortszentrums Fürstenberg zeigt sich ein ähnliches Grundmuster wie bei der Beurteilung des Stadtzentrums von Eisenhüttenstadt, nur dass die Bewertung insgesamt noch schlechter ausfällt. So wird die Angebotsvielfalt mit Note 4,2 bewertet, die Einkaufsatmosphäre (Note 3,5) und die Qualität der angebotenen Waren (Note 3,3) liegen ebenfalls fast eine halbe Notenstufe unter der Bewertung für Eisenhüttenstadt. Selbst die auch hier am besten bewerteten Punkte Freundlichkeit der Verkäufer (Note 2,0) sowie Öffnungszeiten (Note 2,1) kommen nicht auf eine 1 vor dem Komma.

Bemerkenswert ist der Umstand, dass es sehr vielen Befragten nicht möglich war, eine Bewertung für das Ortszentrum Fürstenberg abzugeben (45,6% aller Befragten und sogar 52,2% der Befragten, die nicht in Fürstenberg wohnen), weil sie dort nicht einkaufen. Beim Stadtzentrum von Eisenhüttenstadt sahen sich nur 9,6% der Befragten außerstande eine Bewertung abzugeben, unabhängig von ihrem Wohnort. Das zeigt den Unterschied zwischen der Funktion eines Nebenzentrums und eines Innenstadtzentrums deutlich.

## 5.6 Zusammengefasste Ergebnisse der Haushaltsbefragung

Die Stadt Eisenhüttenstadt stellt aus absatzwirtschaftlicher Sicht das Zentrum für die gesamte Stadt und das nähere regionale Umfeld dar.

Die Einwohner Eisenhüttenstadts beklagen Angebotsmängel bei Bekleidung, Schuhen und Freizeit- und Sportartikeln.

Die Stadtzentren von Eisenhüttenstadt und Fürstenberg sind in ihrer Angebotsstruktur als labil zu bezeichnen. Für die Innenstadt Eisenhüttenstadts sind die beiden Lagen in der Lindenallee und dem City Center zu unterscheiden. Die Labilität des Angebotes betrifft insbesondere die Angebotsstrukturen in der Lindenallee. Das City Center hat die Möglichkeit, auch großflächige Magnetangebote zu etablieren und stellt damit in einigen Branchen den wesentlichen Anziehungspunkt für die gesamte Innenstadt Eisenhüttenstadt dar.

Insbesondere die Nachfolgeproblematik in den kleineren Betrieben führt zu einem ständigen Verlust von Fachangeboten, die kaum noch ersetzt werden können. Trotzdem verfügen die Zentren noch über einen Anteil guter Fachgeschäfte.



## 6 Nahversorgung in Eisenhüttenstadt

### 6.1 Bewertung der aktuellen Nahversorgungssituation

Wesentliche Grundlage für die Bewertung der Nahversorgung in Bezug auf Quantität und Qualität des Angebotes sind für den ersten Aspekt die Bestandserhebung und Potenzialberechnungen im Zusammenhang mit der räumlichen Verteilung der Nahversorgungsangebote. Für die Bewertung der Qualitätsaspekte ist die Kenntnis der Verbraucherbedürfnisse und des Verbraucherverhaltens entscheidend. Eine Trennung städtebaulicher Aspekte und absatzwirtschaftlicher Aspekte ergibt sich zwar zwangsläufig im Rahmen der Anwendung des Einzelhandelskonzeptes in der Bauleitplanung. Sie sollte jedoch in Analyse und in der Konzeptionsentwicklung vermieden werden.<sup>12</sup>

Eine ausschließliche Beschränkung der Analyse auf die pure räumliche Abdeckung der Nahversorgungsangebote ist nicht ausreichend für eine vollständige Bewertung der Nahversorgungsqualität in Eisenhüttenstadt. Die Sicherung einer fußläufigen Erreichbarkeit von Nahversorgungsangeboten für einen möglichst großen Teil der Bevölkerung ist ein zentrales Ziel dieses Einzelhandelskonzeptes. Allerdings muss diese räumliche Analyse verbunden werden mit einer qualitativen Bewertung. Die Nahversorgungssituation für einen Verbraucher ist erst dann als gut zu bewerten, wenn in annehmbarer Entfernung eine zumindest begrenzte Vielfalt des Nahversorgungsangebotes erreichbar ist. Vor diesem Hintergrund sichert die Ausweisung von Neben- und Nahversorgungszentren eine Angebotsvielfalt, die mit solitären Standorten nicht zu erzielen ist. Zentrale Standorte können Vielfalt bieten und sind in der Regel gut erreichbar. Deshalb ist zur Sicherung des Nahversorgungszieles die Ausstattung der zentralen Versorgungsbereiche mit einem möglichst vollständigen Nahversorgungsangebot, in Abhängigkeit von den örtlichen Potenzialen, anzustreben. Solitäre Nahversorgungsstandorte können dieses zentrale Versorgungsnetz unterstützen, sollen aber die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche nicht beeinträchtigen.

Die folgende Bewertung der örtlichen Nahversorgungssituation kombiniert die räumliche Abdeckung der unterschiedlichen Betriebstypen der Nahversorgung miteinander.

Zunächst werden über eine Nearest-Neighbour-Analyse die Distanzen von den Wohnorten zu den Nahversorgungsangeboten gemessen<sup>13</sup>. Diese Nahversorgungsangebote werden differenziert nach Betrieben des Lebensmittelhandwerks (Bäcker, Metzger), Lebensmitteldiscountern sowie Lebensmittelvollsortimentern (Supermärkte, Biomärkte). **Die Distanzmessung erfolgt von jedem Wohnhaus in Eisenhüttenstadt zum nächstgelegenen Nahversorgungstypus.**

Für diese unterschiedlichen Angebotsformen werden jeweils die Distanzen zwischen Wohnstandorten und Angebotsstandorten gemessen und kartographisch dargestellt. Mit Hilfe dieser Karten wird die Versorgungssituation für alle Wohnstandorte in Eisenhüttenstadt bildlich sichtbar.

Für die Bewertung der Qualität der Nahversorgung ist letztlich eine Kombination dieser betriebstypenspezifischen Analysen notwendig. Gut versorgt sind die Verbraucher, die in kurzer Distanz alle betrachteten Betriebsformen erreichen können.

In der zusammenfassenden Karte zur Nahversorgungsqualität werden somit qualitative Mängel nicht nur aufgrund der quantitativen Existenz, sondern auch in ihrer räumlichen Zuordnung deutlich.

Abzuleiten ist aus dieser Analyse der Bedarf an zusätzlicher Ausstattung für die zentralen Versorgungsbereiche sowie an weiteren solitären Versorgungsstandorten für die Versorgung von peripheren Wohnlagen im Stadtgebiet.

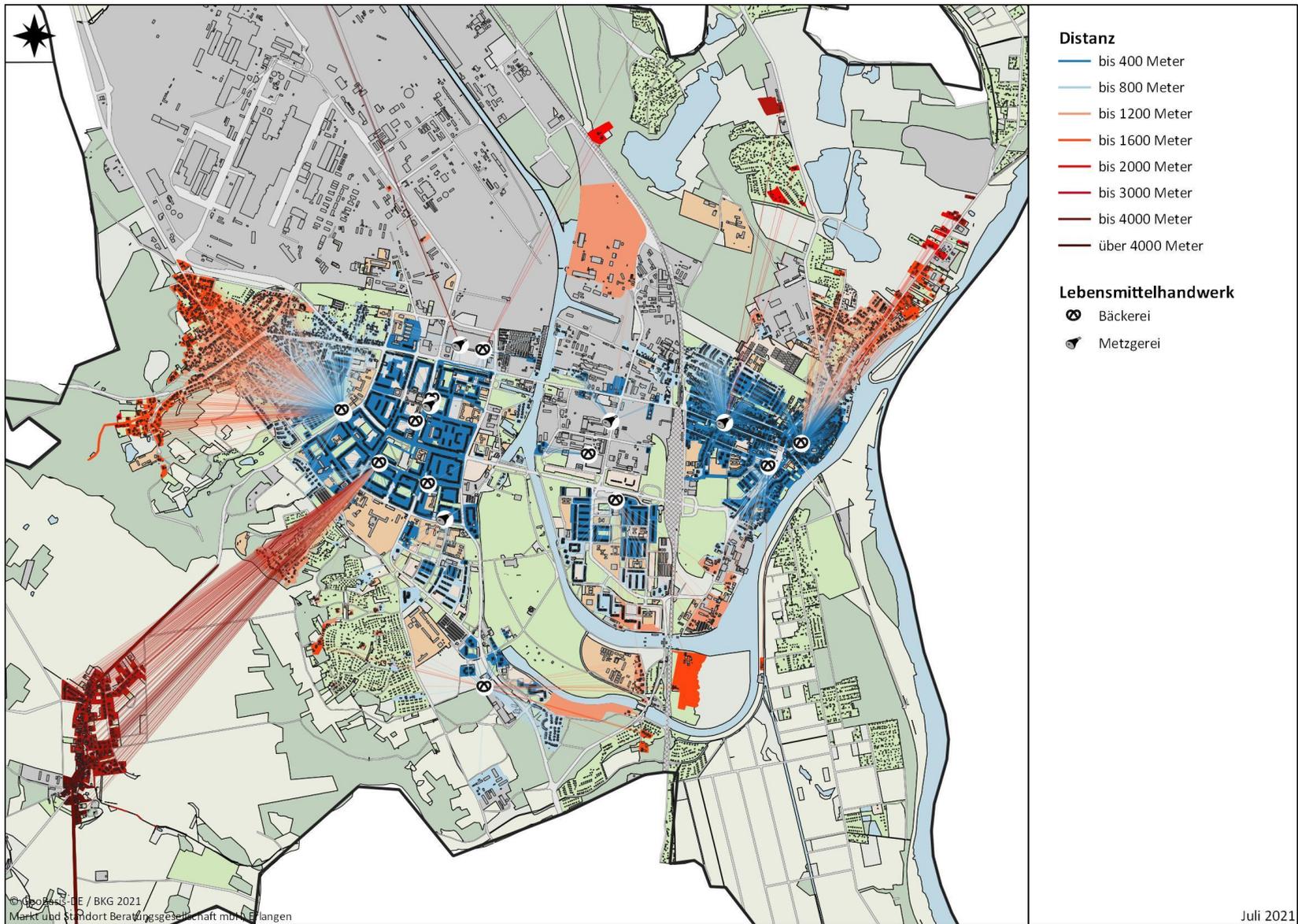
---

<sup>12</sup> Potenziale und Bestandsdaten sowie die Grundlagen des Verbraucherverhaltens wurden in den vorangegangenen Kapiteln beschrieben. Sie sind die Grundlage für die folgenden Analysen und Bewertungen der Nahversorgungssituation.

<sup>13</sup> Die Distanzmessung erfolgt über Luftliniendistanzen, die in der Regel geringere Entfernungen ergibt, als dies bei der Verwendung der tatsächlichen Distanzen im Verkehrsnetz der Fall ist. Im Einzelfall könnten extreme Abweichungen zwischen Luftlinie und echter Distanz auftreten. Dies ist allerdings nur in sehr ausgedünnten Verkehrsnetzen oder bei topographischen Barrieren, wie Flussläufen, Bergen und Schluchten oder anderen Hindernissen der Fall. Topographische Hindernisse im genannten Sinne sind in Eisenhüttenstadt kaum maßgeblich. Im Verdichtungsraum ist das Verkehrsnetz extrem dicht. Eine Ausnahme wurde für den Stadtteil Diehlo im äußersten Südwesten des Stadtgebiets festgestellt. Hier würde die Orientierung an der Luftliniendistanz die kürzeste Distanz zum Sonderstandort Marktkauf ergeben. Tatsächlich ist allerdings der Weg zum NP-Markt in Schönfließ aufgrund des existierenden Verkehrsnetzes kürzer.



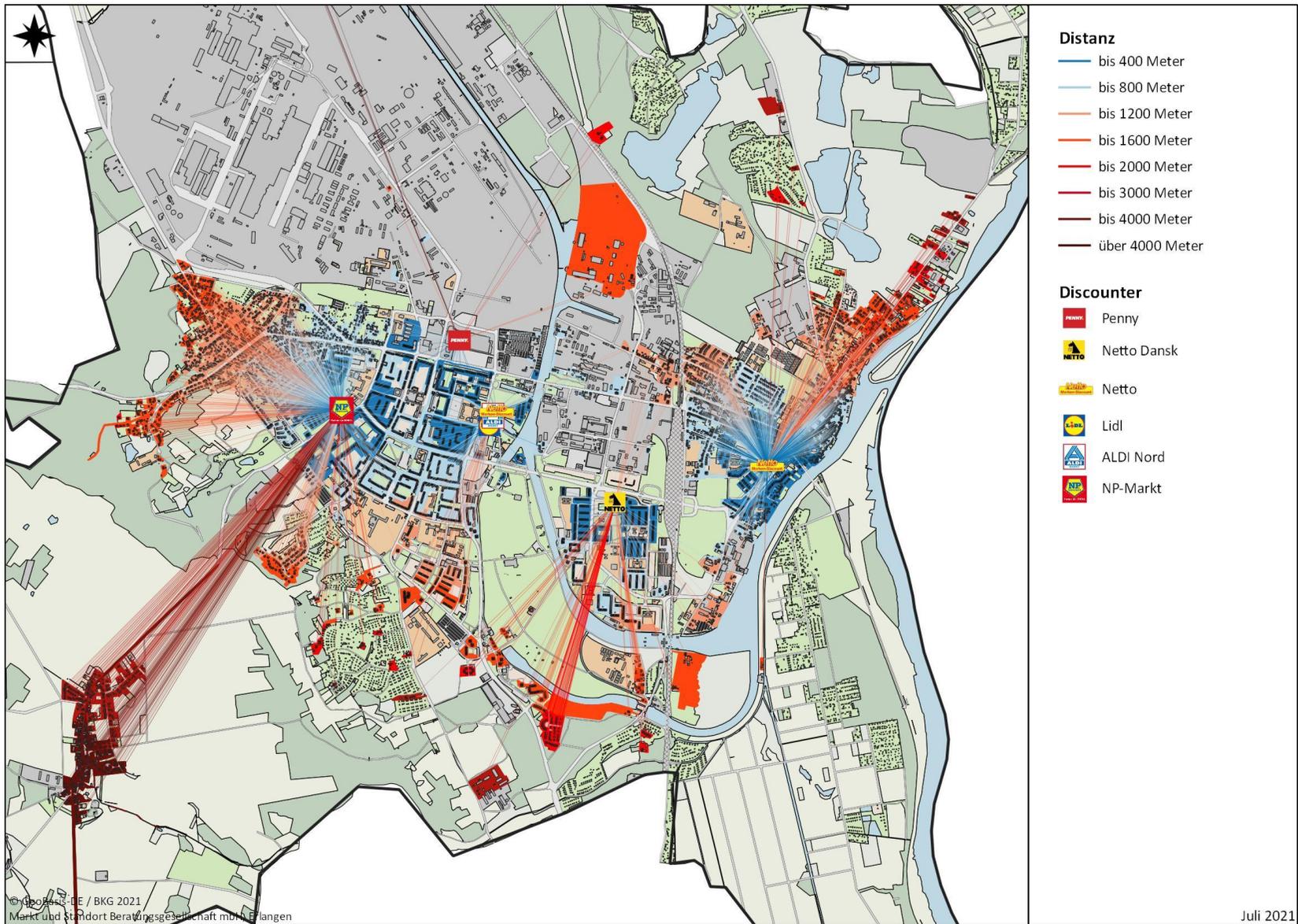
Abbildung 56 Analyse Nahversorgungsqualität (Distanz Wohngebäude zu Angebotsstandorten), Lebensmittelhandwerk Eisenhüttenstadt



Quelle: eigene Darstellung, Erhebungen und Berechnungen



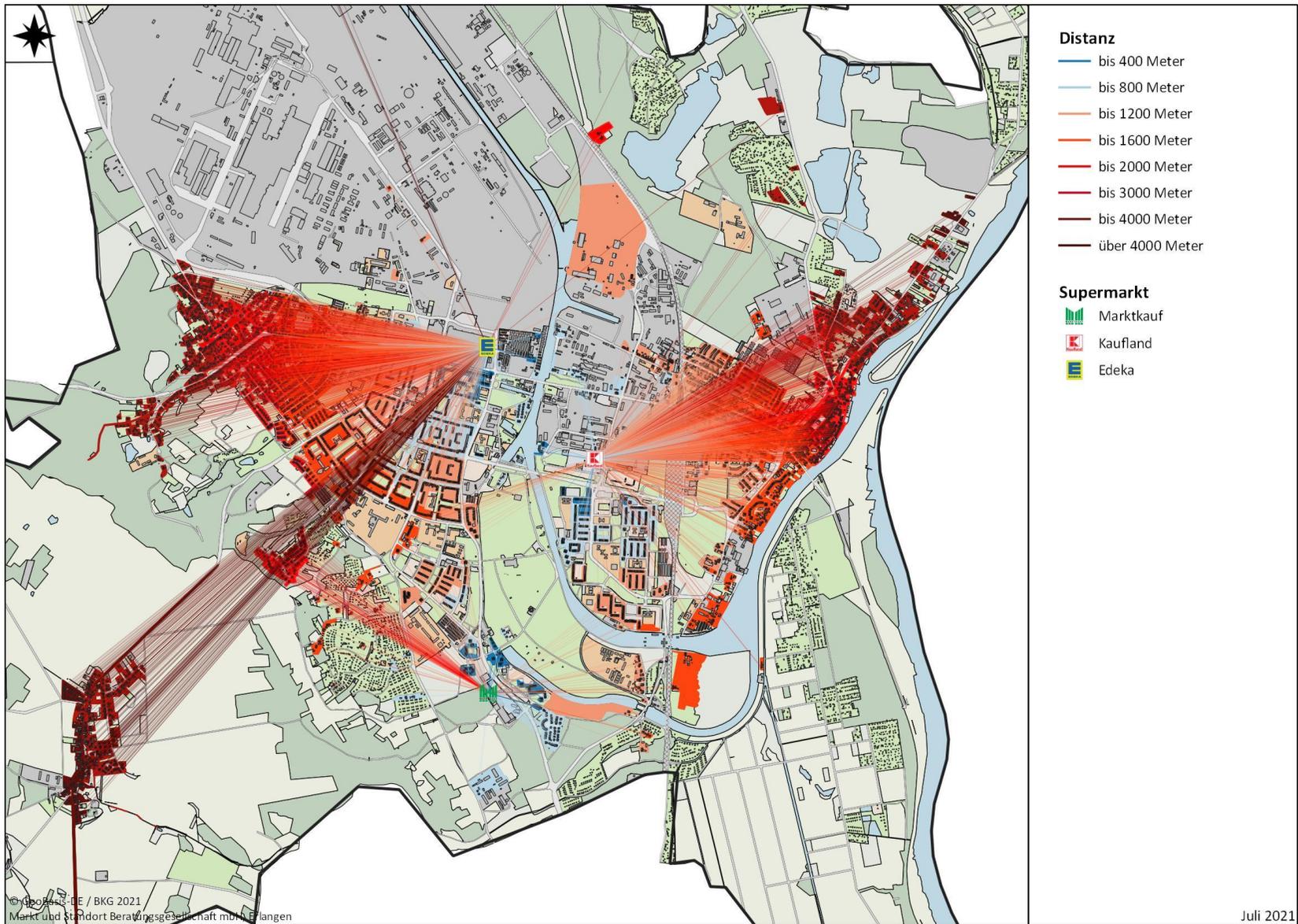
Abbildung 57 Analyse Nahversorgungsqualität (Distanz Wohngebäude zu Angebotsstandorten), Lebensmitteldiscounter Eisenhüttenstadt



Quelle: eigene Darstellung, Erhebungen und Berechnungen

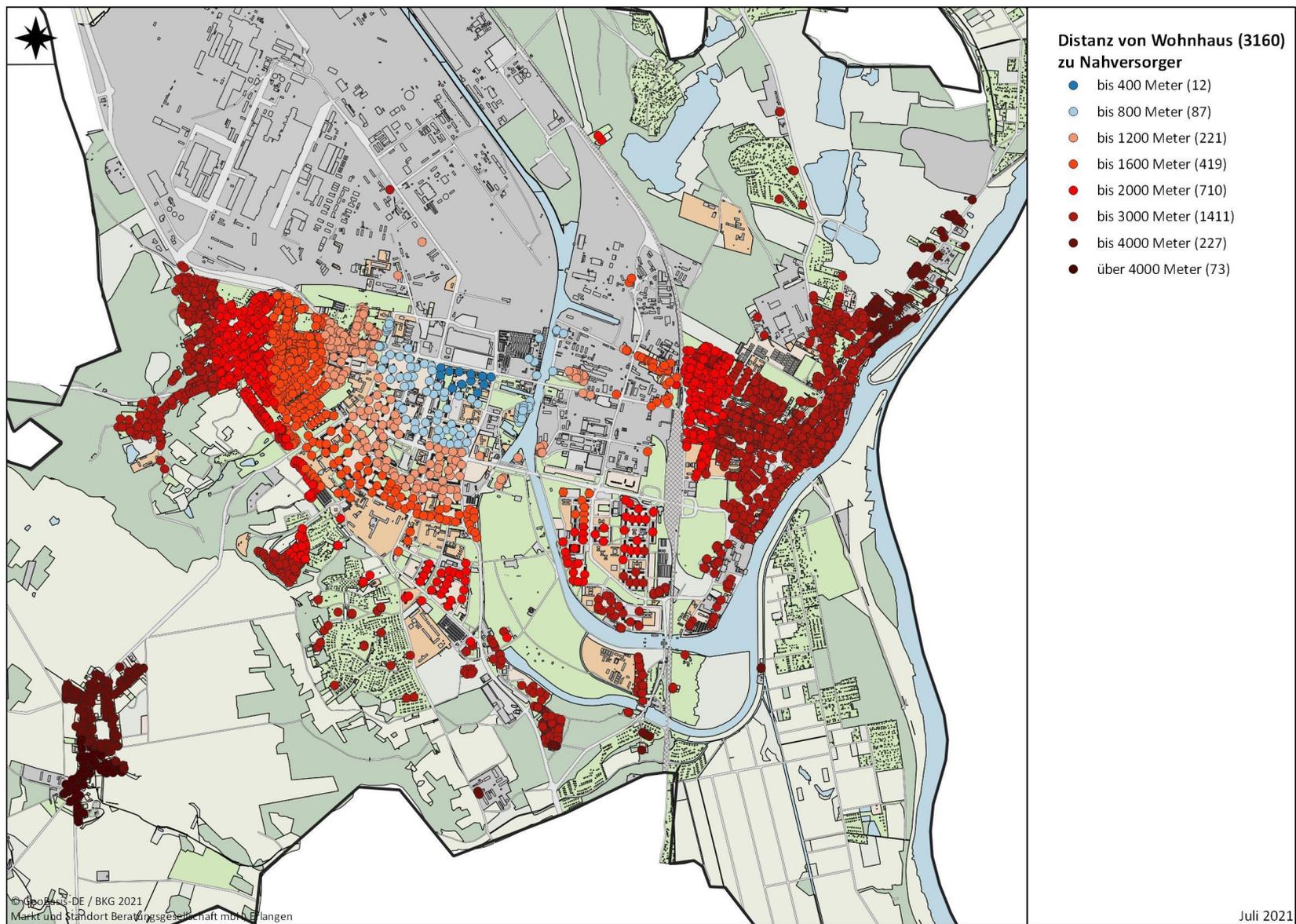


Abbildung 58 Analyse Nahversorgungsqualität (Distanz Wohnen zu Angebot), Lebensmittelvollsortimenter Eisenhüttenstadt





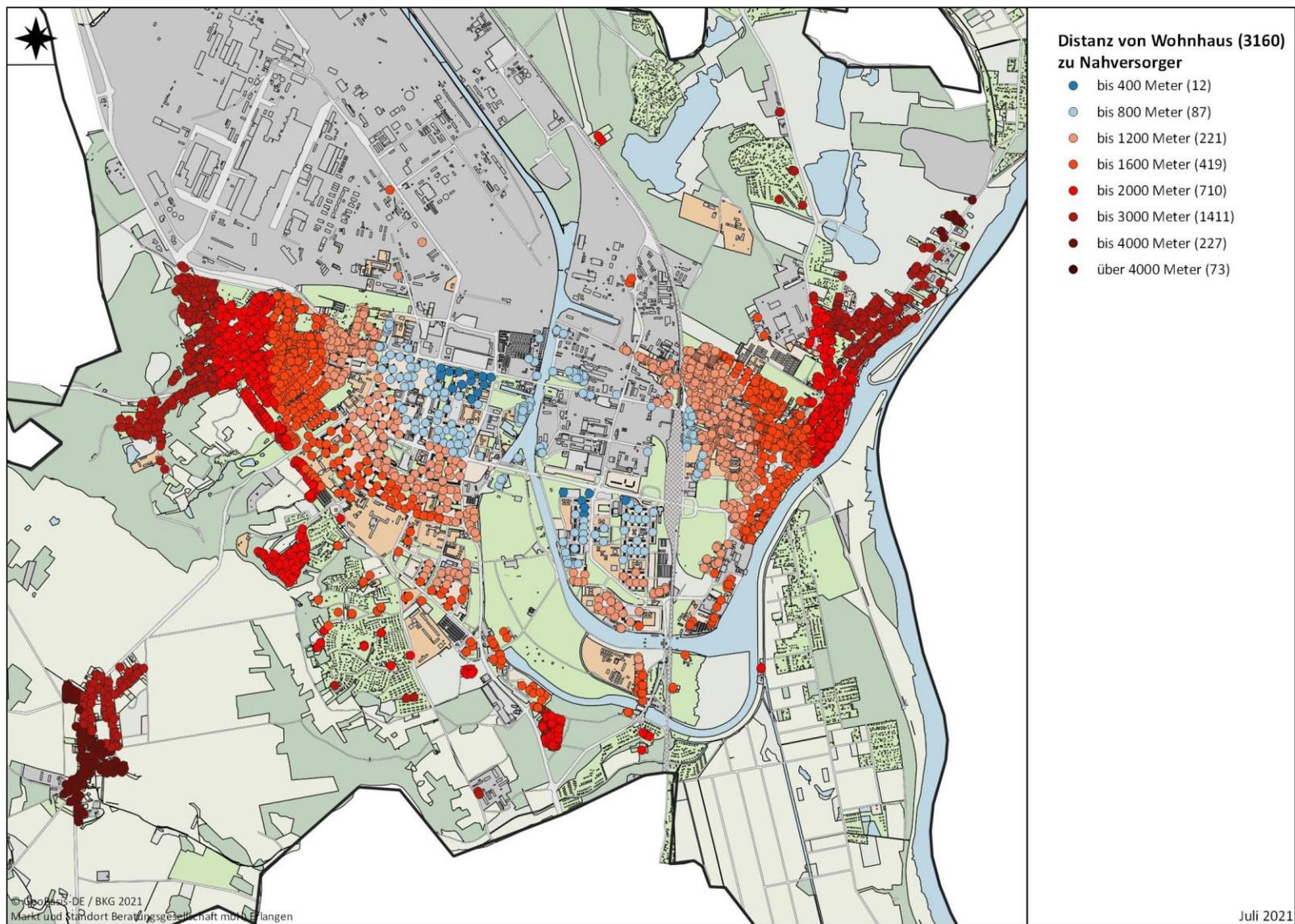
**Abbildung 59 Analyse Nahversorgungsqualität (Distanz Wohngebäude zu Angebotsstandorten), Alle Betriebsformen Eisenhüttenstadt**



Quelle: eigene Darstellung, Erhebungen und Berechnungen



**Abbildung 60 Analyse Nahversorgungsqualität (Distanz Wohnen zu Angebot), Alle Betriebsformen Eisenhüttenstadt, ohne Drogerie-märkte**



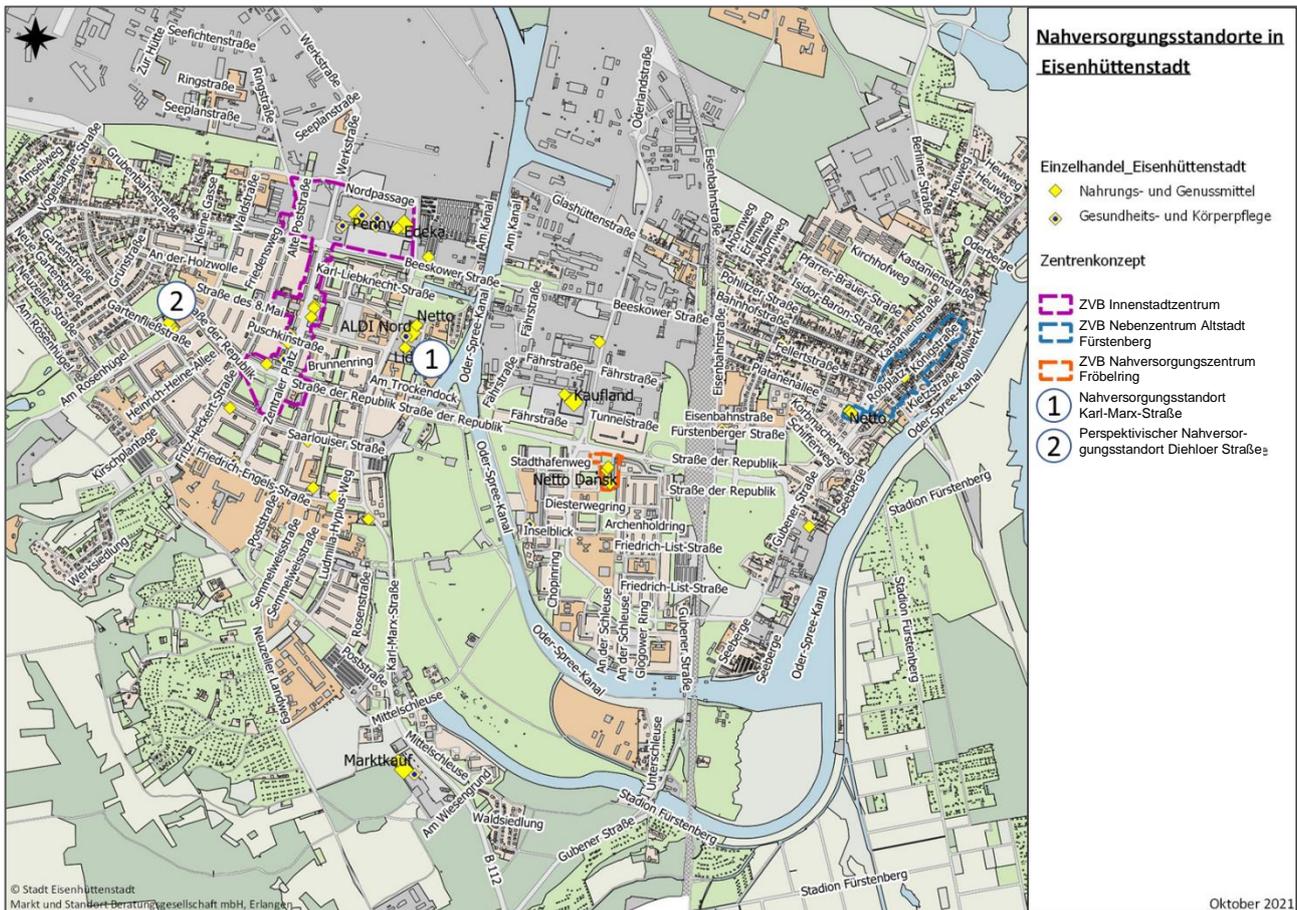
Quelle: eigene Darstellung, Erhebungen und Berechnungen



## 6.2 Gebiete mit Handlungsbedarf für die Nahversorgung in Eisenhüttenstadt

Aus den Abbildungen zur Distanzanalyse lassen sich in der Zusammenfassung die Problemgebiete der Nahversorgung herausarbeiten.

Abbildung 61 Größere Nahversorgungsstandorte in Eisenhüttenstadt



Quelle: eigene Darstellung

### 6.2.1 Nahversorgungsangebote in den zentralen Versorgungsbereichen

Der erste Aspekt ergibt sich durch Unterversorgungssituationen, die durch unvollständige Nahversorgungsangebote in den zentralen Versorgungsbereichen entstehen. Gleichzeitig können umliegende Solitärstandorte die Bewertung verbessern, weil sie quasi als „Ersatz“ für ein fehlendes Angebot im zentralen Versorgungsbereich einspringen. Dies ist eine konzeptionell widersprüchliche Entwicklung, die aufgrund des Bestandsschutzes seine nicht abwendbaren Wirkungen entfaltet.

Betroffen von einer solchen Situation ist beispielsweise der ZVB Nahversorgungszone Fröbelring, in dem nur ein Lebensmittel-discounter, aber kein Vollsortimenter ansässig ist. Durch den benachbarten Standort von Kaufland wird dieser strukturelle Mangel, allerdings nicht im Sinne einer städtebaulich sinnvollen Ausgestaltung, ausgeglichen. Aus diesem Grund sind für das ZVB Nahversorgungszone Fröbelring, angesichts der massiven Konkurrenz durch Kaufland, die erreichbaren Nahversorgungs-potenziale für eine Vollaussstattung als nicht ausreichend einzustufen.

Das Neben-zentrum Altstadt Fürstenberg gehört in die Kategorie der unvollständig ausgestatteten zentralen Versorgungsbereiche, in dem ebenfalls ein Vollsortimenter fehlt. Hier ist ein Netto Discounter mit ausgleichender Wirkung innerhalb der fußläufigen Distanz ansässig.

Die Innenstadt von Eisenhüttenstadt stellt mit seinem Vollsortimenter Edeka, dem Discounter Penny, diversen Lebensmittelhandwerksbetrieben sowie dem Drogeriemarkt Rossmann das einzige vollständig ausgestattete Zentrum dar. Dieses vollständige Nahversorgungsangebot ist konzentriert im City Center. Die Lindenallee trägt mit einigen Lebensmittelhandwerksbetrieben zur Nahversorgung bei.



Die beiden größten Lebensmittelstandorte in Eisenhüttenstadt stellen Marktkauf im Süden und Kaufland in zentraler Lage im Stadtgebiet dar. Sie werden von den meisten der Befragten als Nahversorgungsziele aufgesucht. Da beide Standorte als nicht-integriert einzustufen sind, erfolgt hier der Lebensmitteleinkauf nicht zu Fuß, sondern nahezu ausschließlich mit dem Pkw. Entsprechend der Befragungsergebnisse benennen mehr als 50% der Probanden Marktkauf und Kaufland als ihren wichtigsten Versorgungsstandort. Diese beiden nicht-integrierten Standorte stellen, neben dem Innenstadtzentrum (13,2%) sowie der Agglomeration an der Karl-Marx-Straße (9,5%), das Rückgrat der Lebensmittelversorgung in Eisenhüttenstadt dar. Somit sind die Voraussetzungen zur Schaffung einer flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung im gesamten Stadtgebiet schwierig, da durch dominierende nicht-integrierte Standorte der größere Teil der erforderlichen Marktpotenziale zur Schaffung wohnungsnaher Angebote eben dort gebunden werden.

Die bereits 2009 festgeschriebene, städtebaulich unbefriedigende Versorgungsstruktur im periodischen Bedarfssegment muss aufgrund des bestehenden Bestandsschutzes für die beiden großen SB-Warenhäuser fortschrieben werden. Der deutlich geringere Teil der Nahversorgung in Eisenhüttenstadt wird in integrierten und städtebaulich ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereichen stattfinden. Das Rückgrat der Lebensmittelversorgung in Eisenhüttenstadt ist als nicht integriert einzustufen. Ergänzungen des Nahversorgungsangebotes im Stadtgebiet sind allerdings punktuell erforderlich.

### **6.2.2 Fehlende Nahversorgungsangebote**

Ein definitiver Mangel an Nahversorgungsbetrieben herrscht in Eisenhüttenstadt nicht. Dies ist bereits an der guten Kaufkraftbindung im Lebensmittelbereich festzumachen. Trotzdem sind stadtteilbezogene Verbesserungen des Nahversorgungsangebots sinnvoll. Hier sind insbesondere die Stadtteile Schönfließ und Fürstenberg zu nennen. In Fürstenberg wäre, neben dem vorhandenen Netto Discounter, die Verbesserung der Angebotequalität durch einen Vollsortimenter sinnvoll. Vergleichbares gilt für den Stadtteil Schönfließ. Hier wäre der vorhandene NP-Discounter ebenfalls durch einen Vollsortimenter zu ergänzen.

Angesichts der hohen Kaufkraftbindungsquoten im Lebensmittelhandel in Eisenhüttenstadt, die insbesondere durch die hohen Umsätze der SB-Warenhäuser entstehen, ist mit einer zusätzlichen Ansiedlung von Vollsortimentern eine Verschärfung des Wettbewerbs zu erwarten. Erfahrungsgemäß gewinnt der attraktive Anbieter in Wohnungsnähe zusätzliche Marktanteile zu Lasten weiter entfernter Anbieter. Aber auch der systemgleiche Wettbewerb mit Anbietern in der Innenstadt ist nicht auszuschließen.

### **6.2.3 Modernisierungsbedarf der Nahversorgungsangebote**

Der dritte Aspekt einer guten Versorgung stellt die Leistungsfähigkeit der ansässigen Versorger dar. Diese ist in der kombinierten Distanz und Betriebsformenanalyse nicht enthalten, gehört allerdings zum Gesamtbild dazu.

Ein Modernisierungsbedarf ergibt sich bei den ansässigen Discountern im Bereich der Karl-Marx-Straße. Hier liegt eine integrierte Lage vor, von einer Ausweisung als zentraler Versorgungsbereich wird, wegen der möglichen Auswirkungen auf die innerstädtischen Angebote, allerdings abgesehen. Aufgrund der Integration des Standortes ist hier ein aktiver Bestandsschutz möglich, so dass im Rahmen der städtebaulichen Verträglichkeit Modernisierungen möglich werden können.

Auch der NP-Discounter in Schönfließ an der Diehloer Straße bedarf einer Aufwertung. Diese kann im Zusammenhang mit der Ausweisung eines perspektivischen Nahversorgungsstandortes erfolgen.



## 7 Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Eisenhüttenstadt

Die Rechtsprechung setzt für die Steuerung des großflächigen Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung mittlerweile die Existenz eines Einzelhandelskonzeptes für eine Stadt voraus. Im Einzelhandelskonzept werden die Ziele der zukünftigen Entwicklung des Einzelhandels festgelegt. Diese beinhalten die Festlegung und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, die Definition eines Nahversorgungsnetzes und die Ausweisung von Sonderstandorten (Standortkonzept) sowie die Definition einer ortsspezifischen Sortimentsliste zur Festlegung der ortsspezifischen Zentrenrelevanz von Einzelhandelssortimenten (Sortimentskonzept).

Das Einzelhandelskonzept der Stadt Eisenhüttenstadt verfolgt grundlegende Leitlinien, die die

- Sicherung der mittelzentralen Funktion Eisenhüttenstadts sowie die
- Sicherung und Stärkung der räumlichen und funktionalen Gliederung des Versorgungssystems mit
- einer funktional arbeitsteiligen und polyzentrischen Struktur der Einzelhandelsstandorte

umfassen. Damit wird das konzeptionelle Leitbild aus dem Jahr 2009 weiterentwickelt.

### 7.1 Leitbild und übergeordnete Ziele

Das Leitbild und die übergeordneten Ziele basieren auf einer räumlich differenzierten Angebotsstruktur mit der Konzentration auf bestehende Standortbereiche, wobei der Fokus auf der Entwicklung des Innenstadtzentrums und der anderen zentralen Versorgungsbereiche liegen soll. Folgende Leitsätze bilden die übergeordnete Zielsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ab:

- Sicherung und Weiterentwicklung der **mittelzentralen Versorgungsfunktion**
- Sicherung und Stärkung einer flächendeckenden Versorgung in einem **hierarchisch gegliederten Standortnetz** mit:
  - funktionsfähigen zentralen Versorgungsbereichen,
  - einem wohnungsnahen und qualitativen Nahversorgungssystem sowie
  - **Sonderstandorten** für großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten

#### 7.1.1 Sicherung und Weiterentwicklung der mittelzentralen Versorgungsfunktion

Die Landesplanung weist Eisenhüttenstadt die Funktion eines Mittelzentrums zu. Die faktische Versorgungsfunktion beschränkt sich aktuell weitgehend auf einen Mittelbereich mit geringer räumlicher Ausdehnung. Die Erschließung eines maßgeblich über das Stadtgebiet hinausgehenden Einzugsbereiches für den Eisenhüttenstädter Einzelhandel in seiner Gesamtheit ist aufgrund des absatzwirtschaftlichen Einflusses des nahegelegenen Oberzentrums Frankfurt (Oder) und der im näheren Umfeld nicht überwindbaren Grenze zum Nachbarland Polen nicht realistisch<sup>14</sup>. Die Folge ist eine geringe Ausstrahlungswirkung in das Umland.

Die Zielsetzung der Sicherung und Stärkung der mittelzentralen Funktion ist für Eisenhüttenstadt wichtig, weil die weitgehende Stabilität der Zentralitätsquote seit 2009 gesichert werden soll. Rein rechnerisch kann die Zentralitätssteigerung einer Stadt auch durch einen Rückgang von Potenzialen entstehen. Dies kann dann jedoch nicht als positive Entwicklung angesehen werden, weil letztlich die Umsätze nicht so schnell gesunken sind, wie die Potenziale. Eine ausnehmend positive Entwicklung von Zentralitätsquoten sollte durch Angebotsoptimierungen und Umsatzwachstum erreicht werden. Insofern ist die stabile Entwicklung der Zentralität in Eisenhüttenstadt zwiespältig zu beurteilen, weil die Angebotsentwicklung eher von Rückgängen geprägt ist, die allerdings nicht in dem Ausmaß ent-

---

<sup>14</sup> Eine Versorgungsfunktion ist als „zentral“ einzustufen, wenn sie über die örtlichen Strukturen hinauswirkt und eine Bedeutung für ein größeres Gebiet entwickelt. Im Falle eines Mittelzentrums wäre nach Definition eine Versorgungsfunktion über die Stadtgrenzen hinaus zu erwarten. Diese ist im Falle Eisenhüttenstadts aufgrund der beschriebenen Einschränkungen durch das Oberzentrum und die Staatsgrenze nicht zu erreichen. Einzelne Standorte, Branchen oder Betriebe in Eisenhüttenstadt können jedoch durchaus Umsätze aus dem Umland binden. Die Zentralitätsquote zeigt letztlich nur eine Bilanz der Kaufkraftzu- und -abflüsse aller Betriebe und Branchen in Eisenhüttenstadt.



standen sind als die Potenziale durch die negative Einwohnerentwicklung abgeschmolzen sind. Demzufolge hat das Haltevermögen des noch bestehenden Einzelhandels entgegen den negativen Sogkräften von Einwohnerverlusten durchaus auch positive Aspekte. Hier ist auch positiv zu bewerten, dass die einzelhandelsrelevanten Marktpotenziale bei weitem nicht so schnell abgeschmolzen sind wie der Rückgang der Bevölkerung dies hätte erwarten lassen.

### **7.1.2 Sicherung und Stärkung des hierarchisch gegliederten Standortnetzes**

Die dezentrale, polyzentrische Versorgungsstruktur im Stadtgebiet soll auf allen Bedarfsstufen gesichert und weiterentwickelt werden.

Innenstadtentwicklung hat Priorität

Der Fokus der Einzelhandelsentwicklung liegt auf der Innenstadt. Diese genießt die erste Priorität innerhalb der Eisenhüttenstädter Standortstruktur bei der Ansiedlung von Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen. Die Stärkung des Einzelhandelsangebotes und der Multifunktionalität soll sich auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt konzentrieren. Der großflächige Einzelhandel sollte sich weitgehend auf die Innenstadt fokussieren. Innerhalb der Innenstadt sollen, neben den Top-Einkaufslagen, die spezialisierten Funktionen von Teilbereichen weiter herausgearbeitet und gestärkt werden (z.B. City Center für großflächige Filialisten, Lindenallee für Fachhandel und Dienstleistungen).

Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg trägt zur Stadtteilversorgung insbesondere mit vielfältigen Dienstleistungsangeboten bei

Das Stadtteilzentrum soll als Nebenzentren die stadtteilbezogene Versorgung der Bevölkerung im kurzfristigen und mittelfristigen Bedarfssegment sicherstellen. Ein Teil der Versorgungsfunktion basiert auf den vorhandenen Nahversorgungsangeboten (z.B. Netto, Bäcker, Apotheke, Optik, Tabak, Zeitschriften). Ergänzende mittelfristige Sortimente sind in Ansätzen vorhanden (z.B. Uhren, Schmuck, Bücher, Sport). Die Dienstleistungsbranche soll sich als gleichberechtigte Angebotsform im Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg weiter entwickeln können.

Nahversorgung qualitativ und quantitativ verbessern

Die Nahversorgung soll verbrauchernah weiterentwickelt werden. Ein weitgehend an der Bevölkerungsverteilung angelehntes Versorgungsnetz, mit den zentralen Versorgungsbereichen (Innenstadtzentrum, Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg, Nahversorgungszentrum Fröbelring,) als wohnungsnahes Angebot, soll gesichert, gestärkt und weiterentwickelt werden. Solitäre Nahversorgungsstandorte in integrierter Lage ergänzen das Standortnetz der zentralen Versorgungsbereiche und verdichten das wohnungsnahes Versorgungsnetz (Karl-Marx-Straße). Die qualitativen Nahversorgungsstrukturen sollen sich an den Bedürfnissen der Bevölkerung ausrichten. Die Vielfalt an Betriebstypen und Absatzformen ist sicherzustellen.

Die beiden Sonderstandorte Marktkauf und Kaufland sind als nicht integriert eingestuft. Sie tragen wenig zur wohnungsnahen Versorgung im Stadtgebiet bei. Trotzdem übernehmen sie einen wesentlichen Teil der Nahversorgung. Dies gilt sowohl quantitativ, als auch qualitativ (Angebotsvielfalt). Trotzdem würde ein weiterer Ausbau dieser Angebote die wohnungsnahen Versorgung im Stadtgebiet weiter schwächen, so dass ein passiver Bestandsschutz für beide Sonderstandorte festgeschrieben werden soll.

Die Dimensionierung neuer Märkte soll sich an dem sortimentsspezifischen Kaufkraftvolumen der jeweiligen Einzugsbereiche orientieren. Neue solitäre Nahversorgungsstandorte sollen die wohnungsnahen Versorgung verbessern helfen, aber nur dann realisiert werden, wenn sie die Versorgungsfunktion oder die Entwicklungsperspektiven der angrenzenden zentralen Versorgungsbereiche nicht gefährden oder einschränken. Hier sind jeweils einzelfallorientierte Nachweise der Vereinbarkeit mit dem Einzelhandelskonzept sowie der städtebaulichen Verträglichkeit erforderlich.

Sonderstandorte für großflächigen Einzelhandel

Grundsätzlich soll die Neuansiedlung, Erweiterung, Verlagerung oder Umnutzung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Sortiment räumlich gesteuert werden. Großflächiger



Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten soll sich generell auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum orientieren. Als ergänzende Standortmöglichkeit sind im Sinne einer funktionalen Arbeitsteilung darüber hinaus Sonderstandorte ausgewiesen, die großflächige Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten alternativ zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum aufnehmen sollen. Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten als Kernsortimente oder für die Nahversorgung sollen nicht an den Sonderstandorten angesiedelt werden. Bereits ansässige zentren- oder nahversorgungsrelevante Betriebe genießen passiven Bestandsschutz. Ausgewiesen werden die Standorte Marktkauf und Kaufland.

#### Sicherung von Gewerbe- und Industriegebieten

Entsprechend ihrer städtebaulichen Zielsetzung sollen GE- und GI-Gebiete vorwiegend Gewerbe – und Industriebetriebe aufnehmen. Da Einzelhandelsbetriebe im bauplanungsrechtlichen Sinne auch als Gewerbebetriebe gelten, ist hier zur Sicherung der gewerblichen Nutzung im Sinne von Produktion, Großhandel und Dienstleistungen eine Beschränkung für großflächigen Einzelhandel vorzusehen. Diese kann nur über die Bauleitplanung erreicht werden. Vorhandene Bebauungspläne mit GE- und GI-Ausweisungen sollten in diesem Sinne geprüft und bei Bedarf angepasst werden. Die größte Rechtssicherheit bietet der vollständige Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben in GE- und GI-Bereichen. Der Textbebauungsplan Einzelhandel trägt hier erhebliches zur Steuerung der großflächigen Einzelhandelsansiedlungen bei.

Annexhandel für den Verkauf selbst hergestellter oder bearbeiteter Produkte ist möglich, sofern ein funktionaler und räumlicher Zusammenhang mit einem im Gewerbe-, Industriegebiet ansässigen Produktionsbetrieb besteht. Die Verkaufsfläche des Annexhandels muss der Betriebsfläche des produzierenden Betriebs untergeordnet sein und soll die Grenze der Großflächigkeit (§11 Abs. 3 BauNVO) nicht überschreiten.

#### Sortimentskonzept

Die Eisenhüttenstädter Sortimentsliste ist eine wichtige Grundlage für die Umsetzung des Standortkonzeptes, indem die räumliche Verteilung von zentrenrelevanten Sortimenten, zentrenrelevanten Sortimenten für die Nahversorgung und als nicht-zentrenrelevanten Sortimenten geregelt wird. Die Eisenhüttenstädter Sortimentsliste ordnet die einzelnen Einzelhandelsortimentsgruppen nach ihrer Zentrenrelevanz ein, indem neben den Vorgaben des LEP HR<sup>15</sup> vor allem die örtlichen Besonderheiten der Angebotsstrukturen eingearbeitet werden.

Die Eisenhüttenstädter Liste aus dem Einzelhandelskonzept 2009 wird auf ihre Aktualität hin überarbeitet. Darüber hinaus wird sie auf ihre Deckung mit den Vorgaben des LEP HR geprüft.

## **8 Entwicklungs- und Zentrenkonzept, Allgemeine absatzwirtschaftliche Grundlagen**

### **8.1 Nahversorgung**

In der Nahversorgung müssen sich die Städte den allgemeinen Trends und Anforderungen der Bürger stellen. Jede Stadt muss unter Marktgesichtspunkten Erweiterungsoptionen für bestehende integrierte Standorte einplanen und mittels fachlich und politisch begründeter Konzepte die Einzelhandelsentwicklung steuern und stärken.

---

<sup>15</sup> Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg



Abbildung 62 Vielfalt der Nahversorgung



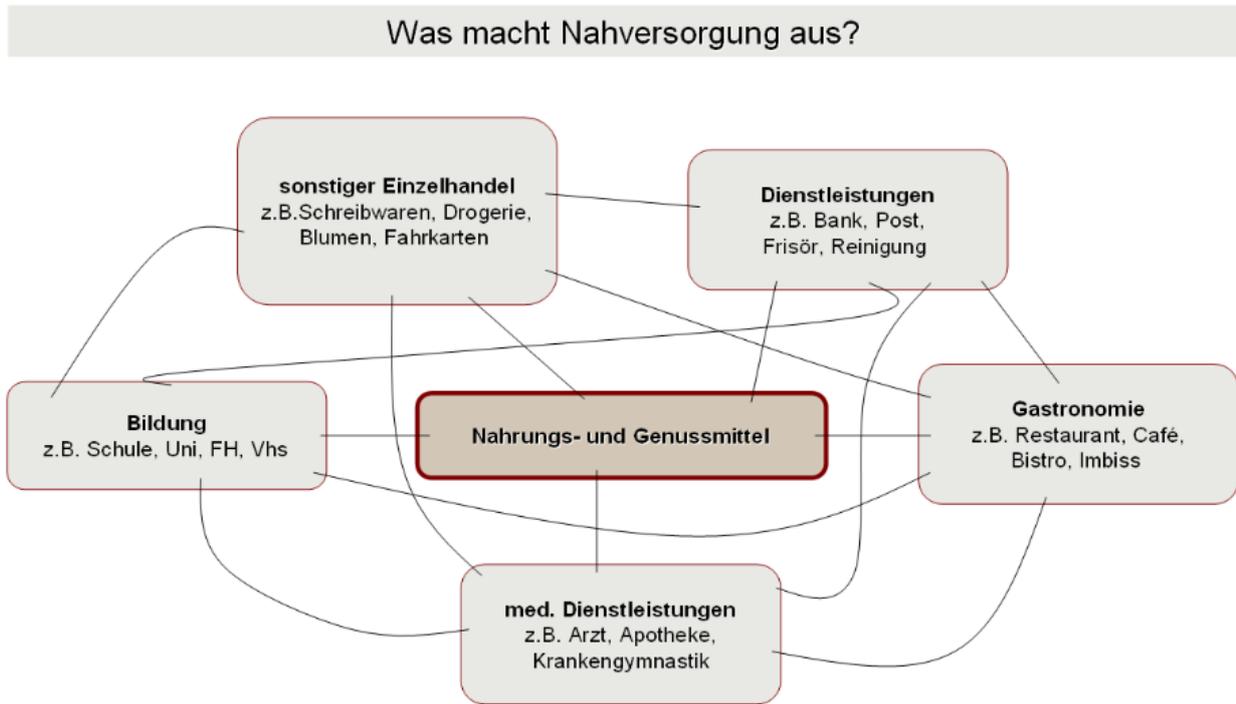
Quelle: eigene Darstellung, Fotos: Creative Commons-Lizenzen

Durch die konsequente Ausweisung von Nahversorgungszentren im Zusammenklang mit solitären verbrauchernahen Nahversorgungsstandorten kann die Stadt Eisenhüttenstadt diesen Trend steuern. Die Erfüllung der Nahversorgungsaufgabe besteht nicht nur in der Bereitstellung jeweils eines Nahversorgungsstandortes innerhalb der fußläufigen Entfernung. Aus den oft verwendeten „Kreiskarten“, die im Einzelhandelskonzept 2009 500-m-Radien um die bestehenden Nahversorgungsstandorte abbilden, kann bei flächenmäßiger Abdeckung des Stadtgebietes durch solche Distanzkreisflächen keineswegs abgelesen werden, dass die Nahversorgung ausreichend und die Bürger der Stadt zufriedenstellend versorgt seien.

Konsumentenbefragungen ergeben regelmäßig, dass Verbraucher im Durchschnitt bis zu sieben verschiedene Ziele zur Deckung des kurzfristigen Bedarfs aufsuchen. Es geht demnach nicht nur um Quantität und Qualität der Versorgungsstandorte, sondern insbesondere auch um Angebotsvielfalt, die für alle erreichbar sein sollte. Danach ist die Erreichbarkeit zu staffeln nach der erwarteten Häufigkeit der Einkäufe. Ein Feinkostgeschäft kann einen höheren Distanzüberwindungsaufwand aufweisen als beispielsweise ein Bäcker. Dies ist aber noch nicht alles. Nahversorgung geht über die reine Lebensmittelversorgung hinaus.



**Abbildung 63 Zusammenhänge bei der Nahversorgung**



Quelle: eigene Darstellung

Zu einer funktionalen Nahversorgung gehört mehr als der Lebensmitteleinzelhandel. Ergänzende Handelsflächen in den Sortimenten Drogeriewaren, Schreibwaren oder Schnittblumen vervollständigen gute Versorgungsstandorte und steigern deren Attraktivität. Ebenso wichtig sind Grunddienstleister wie Banken, Post, Friseur oder Reinigungen.

Auch medizinische Dienstleister in Form von z.B. niedergelassenen Ärzten runden das Angebot und die funktionalen Strukturen ab. Apotheken ergänzen das gesundheitsspezifische Angebot. Gastronomische Einrichtungen vervollständigen kleine und mittlere Nahversorgungsstandorte.

## 8.2 Aperiodische Versorgung

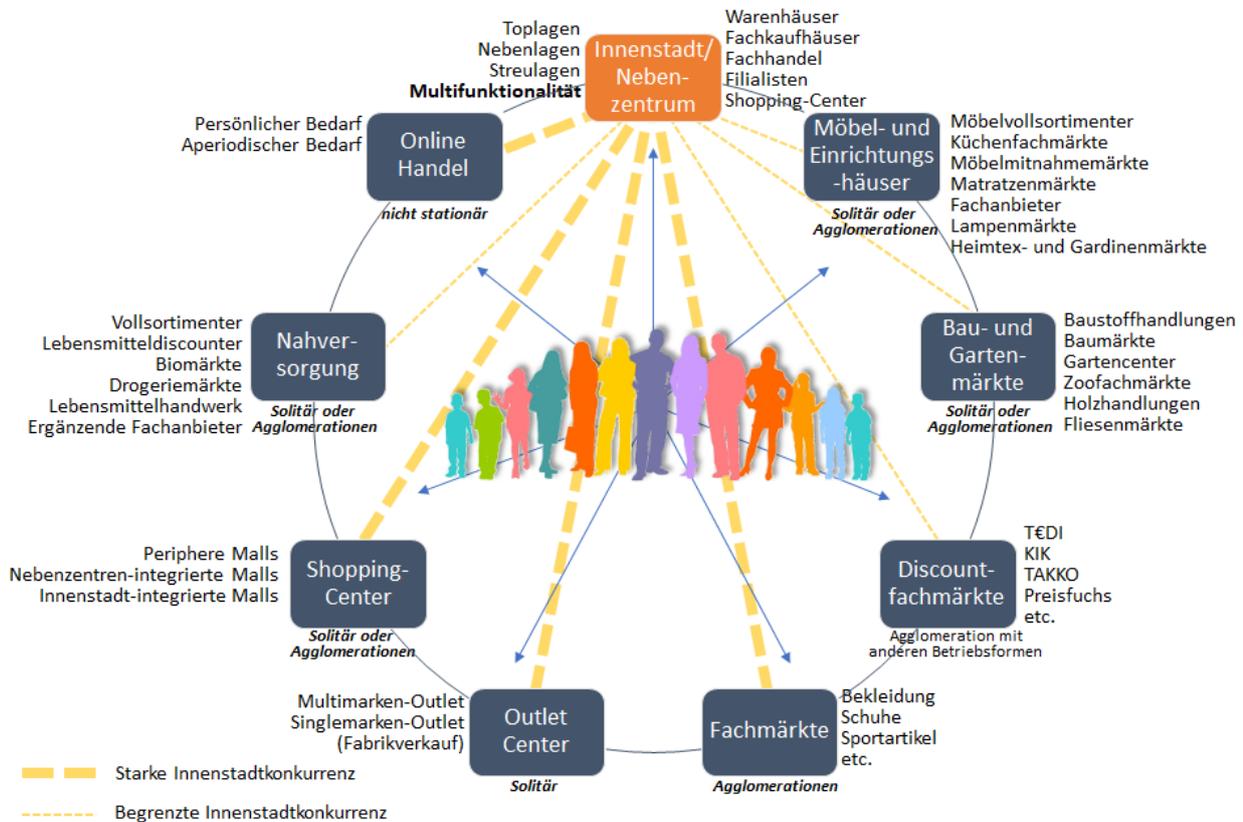
Die aperiodische Versorgung in Innenstädten, Shopping-Centern, Fachmärkten an Ergänzungs- oder Solitärstandorten, aber auch im Online- und Versandhandel machen rund 50% des gesamten Einzelhandelsvolumens aus. Auch hier hat der Verbraucher die Wahl zwischen einer Vielzahl von Standorttypen, Betriebsformen, Agglomerationssystemen und zielgruppenspezifischen Angeboten.

Die Ansprüche und Bedürfnisse des Verbrauchers, die nicht einfach in Systemschubladen zu differenzieren und zu klassifizieren sind, bestimmen die Nachfragestrukturen. Das Stichwort lautet „hybrider Verbraucher“, der, unabhängig von seiner soziodemographischen, wirtschaftlichen oder gesellschaftlichen Einordnung, sozusagen unkonventionell einkauft<sup>16</sup>. Die Bedürfnisse des Verbrauchers hängen mit den jeweiligen Lebensumständen, Lebensphasen oder individuell bedingten Notwendigkeiten zusammen. Diese Hybridität führt tendenziell zum Treueverlust des Kunden zu angestammten Versorgungsmustern. Die feste Bindung an Marken und Geschäfte geht verloren und der ständige Wechsel zwischen Angebotskategorien (z.B. vom Luxus nach Discount und umgekehrt) wird Standard.

<sup>16</sup> Hier wird häufig das pauschale Bild der im Pelzmantel gekleideten vermögenden Dame gezeichnet, die die Sonderangebote bei Aldi wahrnimmt.



**Abbildung 64 Konkurrenz und Arbeitsteilung im aperiodischen Bedarfssegment des Einzelhandels im städtischen Standortsystem**



Quelle: eigene Darstellung, Die verwendeten Grafiken sind lizenziert gemäß CC BY-SA

Dies macht die Einschätzung bzw. Prognose von Verbraucherverhalten kompliziert. Statistisch signifikante Aussagen sind schwierig zu treffen und immer mit Unschärfen behaftet. Trotzdem ist eine Kategorisierung der Einzelhandelsangebote nach deren Standortanforderungen, Dimensionierungen und Sortimentsstrukturen hilfreich, die im örtlichen Versorgungssystem bestehenden Aufgabenteilungen und Konkurrenzen zu beschreiben und in die Einzelhandelskonzeption für die Stadt Eisenhüttenstadt einfließen zu lassen.

Während die Kategorisierung für die Nahversorgung diverse Dimensionen aufweist, hat sie im aperiodischen Bedarfssegment schon Züge von Komplexität. Die grafische Zusammenstellung in Abbildung 64 zeigt eine Übersicht über die Angebotsstrukturen im aperiodischen Bedarfssystem (nachrichtlich ergänzt um Nahversorgung) und versucht eine aus Verbrauchersicht verständliche Systematisierung.

Die Eigenheiten und Standortanforderungen der unterschiedlichen Angebotsformen ergeben verstärkte Agglomerations Tendenzen. Zwar versuchen grundsätzlich alle Betriebsformen des Einzelhandels und der publikumsorientierten Dienstleistungen Synergien aus Agglomerationsvorteilen zu nutzen, allerdings hängt das Ausmaß des Agglomerationsbedürfnisses von der eigenen Fähigkeit ab, ausreichende Kundenfrequenzen zu erzeugen.

Die Stärke des Wettbewerbs zwischen zentralen Versorgungsbereichen, wie der Innenstadt oder Nebenzentren, und anderen Betriebsformen des aperiodischen Bedarfs hängt in erster Linie von dem Ausmaß der Sortimentsüberschneidungen ab.

Starke Überschneidungen in den innenstadtprägenden Sortimenten<sup>17</sup> können erhebliche Wettbewerbswirkungen nicht-integrierter bzw. an Sonderstandorten ansässiger großflächiger Betriebsformen auf die zentralen Versorgungsbereiche auslösen.

<sup>17</sup> Das Thema „innenstadtprägende Sortimente“ führt häufig zu Diskussionen in Bezug auf die Schutzfunktion zentraler Versorgungsbereiche. Kategorische Auffassungen gehen davon aus, dass grundsätzlich alle aperiodischen Sortimente als innenstadtprägend einzuordnen



Im Falle von innerstädtischen „Nebensortimenten“ oder von vollkommen fehlenden Sortimentsüberschneidungen sind die Konkurrenzwirkungen niedrig. Eine weitere Differenzierung der Wettbewerbswirkungen ergibt sich aus der Systemgleichheit der Betriebsformen. Discountsortimente konkurrieren eher mit anderen Discountsortimenten als mit hochpreisigen Sortimentsklassen. Dies gilt sowohl für periodischen als auch für den aperiodischen Bedarf.

### 8.3 Rahmenvorgaben des LEP HR<sup>18</sup>

In den beschriebenen Rahmenbedingungen der Hauptstadtregion wird im Kapitel: „Einzelhandel, Nahversorgung und starke Stadtzentren“ die Bedeutung des Einzelhandels für die „*Substanz und Weiterentwicklung der Strukturen von Städten, Gemeinden und Ortsteilen*“ dargestellt. Die Probleme der nicht-integrierten großflächigen Einzelhandelsstandorte und die Entwicklung des Online-Handels für die städtischen Versorgungsstrukturen werden dargestellt.

Ziele und Grundsätze

#### **Ziel 2.6 Bindung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen an Zentrale Orte**

„Großflächige Einzelhandelseinrichtungen im Sinne von § 11 Absatz 3 der Baunutzungsverordnung (BauNVO) sind nur in Zentralen Orten zulässig (**Konzentrationsgebot**).“

#### **Ziel 2.7 Schutz benachbarter Zentren**

„Großflächige Einzelhandelseinrichtungen dürfen nach Art, Lage und Umfang die Entwicklung und Funktionsfähigkeit bestehender oder geplanter zentraler Versorgungsbereiche benachbarter Zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung in benachbarten Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigen (**raumordnerisches Beeinträchtigungsverbot**).“

#### **G 2.8 Angemessene Dimensionierung**

„Neue oder zu erweiternde großflächige Einzelhandelseinrichtungen in den Zentralen Orten sollen der zentral-örtlichen Funktion entsprechen (**Kongruenzgebot**).“

#### **Z 2.9 Hersteller-Direktverkaufszentren**

„Hersteller-Direktverkaufszentren mit einer Verkaufsfläche von mehr als 5 000 Quadratmetern sind nur in der Metropole Berlin und in Oberzentren zulässig.“

#### **Z 2.10 Umgang mit Bestandssituationen**

„Vorhandene genehmigte großflächige Einzelhandelseinrichtungen, die im Widerspruch zu den Plansätzen Z 2.6, Z 2.7, G 2.8 oder Z 2.9 stehen, können verändert werden, wenn hierdurch die genehmigte Verkaufsfläche sowohl insgesamt als auch für zentrenrelevante Sortimente für die Nahversorgung und sonstige zentrenrelevante Sortimente (Tabelle 1 Nummer 1.1 und 1.2) nicht erhöht wird. Durch die Veränderung darf keine Umwandlung zu einem Hersteller-Direktverkaufszentrum im Sinne von Z 2.9 erfolgen. G 2.11 bleibt unberührt.“

---

sind und prinzipiell nur in Innenstädten anzubieten sind, selbst wenn sie für die Innenstädte quantitativ unbedeutend sind. Die Begründung hierfür ist die Erhaltung der Angebotsvielfalt in den Innenstädten. Diese Auffassung widerspricht der Angebotsrealität in den Städten, da eigentlich große Teile der städtischen Einzelhandelslandschaft als illegal und nur ausnahmsweise geduldet klassifiziert werden müssten. Als innerstädtische Kernangebote können zum Beispiel Bekleidung, Schuhe, Uhren und Schmuck, Elektroartikel, oder Schreibwaren und Bücher eingestuft werden. Heimtextilien, Lampen und Leuchten, Bau- und Gartenartikel, Möbel, Zooartikel oder vergleichbare sind als Nebensortimente der Innenstadt bzw. als gar nicht innenstadtauglich einzuordnen. Einen vergleichbaren Weg geht der LEP NRW, der einen Kern zentrenrelevanter Sortimente festsetzt und ergänzende zentrenrelevante Sortimente durch die Gemeinden nach ortsspezifischen Kriterien definieren lässt.

<sup>18</sup> LEP HR, Seite 14 ff



## **G 2.11 Strukturverträgliche Kaufkraftbindung**

„Bei der Entwicklung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen soll dafür Sorge getragen werden, dass nicht mehr als 25 Prozent der sortimentspezifischen Kaufkraft im einschlägigen Bezugsraum gebunden werden.“

### **Z 2.12 Errichtung oder Erweiterung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen außerhalb Zentraler Orte**

„(1) Die Errichtung oder die Erweiterung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen ist abweichend von Z 2.6 auch außerhalb der Zentralen Orte zulässig, wenn das Vorhaben überwiegend der Nahversorgung dient und sich der Standort in einem zentralen Versorgungsbereich befindet. Ein Vorhaben dient überwiegend der Nahversorgung, wenn die gesamte vorhabenbezogene Verkaufsfläche 1 500 Quadratmeter nicht überschreitet und auf mindestens 75 Prozent der Verkaufsfläche nahversorgungsrelevante Sortimente nach Tabelle Nummer 1.1 angeboten werden. Soweit die Kaufkraft in einer Gemeinde eine Nachfrage für größere Verkaufsflächen im Bereich der Nahversorgung schafft, sind diese unter Beachtung des Kaufkraftpotenzials in der Gemeinde mit der oben genannten Sortimentsbeschränkung entwickelbar.

(2) In den gemäß Z 3.3 festgelegten Grundfunktionalen Schwerpunkten ist die Errichtung oder die Erweiterung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen über die in Absatz 1 getroffenen Festlegungen hinaus zulässig, wenn die zusätzliche vorhabenbezogene Verkaufsfläche 1 000 Quadratmeter nicht überschreitet, wobei für diese keine Sortimentsbeschränkung zu beachten ist.“

### **Z 2.13 Einordnung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen innerhalb Zentraler Orte**

„(1) Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten gemäß Tabelle 1 Nummer 1.2 sind nur in zentralen Versorgungsbereichen zulässig (**Integrationsgebot**).

(2) Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nicht-zentrenrelevantem Sortiment gemäß Tabelle 1 Nummer 2 sind auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zulässig, sofern die vorhabenbezogene Verkaufsfläche für zentrenrelevante Sortimente als Randsortimente 10 Prozent nicht überschreitet. Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevantem Sortiment für die Nahversorgung gemäß Tabelle 1 Nummer 1.1 sind auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zulässig.

(3) Vorhandene genehmigte großflächige Einzelhandelseinrichtungen außerhalb zentraler Versorgungsbereiche im Sinne von Absatz 1 können verändert werden, wenn hierdurch die genehmigte Verkaufsfläche sowohl insgesamt, als auch für zentrenrelevante Sortimente für die Nahversorgung und sonstige zentrenrelevante Sortimente (Tabelle 1 Nummer 1.1 und 1.2) nicht erhöht wird. G 2.11 bleibt unberührt. Durch die Veränderung darf keine Umwandlung zu einem Hersteller-Direktverkaufszentrum im Sinne von Z 2.9 erfolgen.“

### **Z 2.14 Einzelhandelsagglomerationen**

„Der Bildung von Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten als Kernsortimente außerhalb zentraler Versorgungsbereiche ist entgegenzuwirken (**Agglomerationsverbot**)“

Die Einstufung der Einzelhandelssortimente nach ihrer Zentrenrelevanz ist in Tabelle 1 aufgeführt:

- die zentrenrelevanten Sortimente gemäß Tabelle 1 (*siehe Seite 41*) und
- nicht zentrenrelevante Sortimente gemäß Tabelle 1 (*siehe Seite 45*).

„Bei den Sortimenten gemäß Tabelle 1 handelt es sich um den verbindlichen Kern an Sortimenten, der stets als zentrenrelevant anzusehen ist und hinter den die Gemeinden bei der Konkretisierung der Zielvorgabe nicht zurückfallen können. Diese Sortimente geben damit einen landesplanerischen



Mindeststandard zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche vor. Daneben kann zur Konkretisierung der Zentrenrelevanz der Sortimente aber auch auf die örtlichen Verhältnisse Bezug genommen werden und zwar insofern, als neben den für die gesamte Hauptstadtregion geltenden Sortimenten gemäß Tabelle 1 auf die vor Ort als zentrenrelevant festgelegten Sortimente (ortstypische Sortimentslisten) zurückgegriffen wird.“

## **9 Standortkonzept für die Stadt Eisenhüttenstadt.**

### **9.1 Praktische Bedeutung von Zentralen Versorgungsbereichen**

Zentrale Versorgungsbereiche sind Orte, mit deren Erscheinungsbild und Funktion Städte und Gemeinden identifiziert werden, die gewissermaßen ihr Aushängeschild und städtebaulicher Brennpunkt sind. Als Wirtschaftszentren sind zentrale Versorgungsbereiche von großer Bedeutung für die Städte. Der Erhalt und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche ist daher ein Kernelement einer nachhaltigen, zukunftsfähigen Stadtentwicklung für Bürger, Verbraucher und Wirtschaft.

#### **9.1.1 Definition und Festlegung Zentraler Versorgungsbereiche**

Zentrale Versorgungsbereiche sind räumlich abgrenzbare Bereiche im Stadtgebiet, die aufgrund der Konzentration vielfältiger Nutzungen von Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie und oft auch öffentlicher Einrichtungen eine Anziehungskraft über die unmittelbare Umgebung hinaus entwickeln. Innenstädte sind in der Regel als zentral einzustufen, weil sie als funktionale Einheit mit einer vielfältigen Angebotsdichte und guter Erreichbarkeit nicht nur der Versorgung des unmittelbaren Umfeldes dienen, sondern auch größere Einzugsbereiche, oft über das Stadtgebiet hinaus, erschließen.

Für Innenstädte ist typisch, dass in ihnen ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird.<sup>19</sup> Neben Einzelhandelsbetrieben sollte der Versorgungsbereich in aller Regel auch Dienstleistungsbetriebe verschiedener Art aufweisen. Letztere sind nicht nur unschädlich, sondern in der Regel sogar erforderlich für das Vorliegen eines Versorgungsbereiches. Nach der Vorstellung des Gesetzgebers können sich zentrale Versorgungsbereiche nicht nur aus planerischen Festschreibungen, sondern auch aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen ergeben (BTDrucksache 15/ 2250 S. 54). Es ist nicht erforderlich, dass Einzelhandelsnutzungen stets unmittelbar aneinandergrenzen, also gleichsam als eine räumlich-funktionale Einheit erscheinen. In den Versorgungsbereichen können vielmehr durchaus bauliche Nutzungen vielfältiger Art eingestreut sein, die mit der Versorgung mit Waren und Dienstleistungen nichts zu tun haben.<sup>20</sup>

Die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche unterliegt somit sowohl funktionalen (Angebotsdichte, Frequenzen, Multifunktionalität) als auch städtebaulichen Kriterien (siedlungsräumliche Integration, Baustruktur, Verkehr, öffentlicher Raum).

---

<sup>19</sup> vgl. BVerwG – Urteil vom 11.10.2007 – 4 C 7.07

<sup>20</sup> vgl. Kuschnerus, Bishopink, Wirth, Der standortgerechte Einzelhandel, 2. Auflage, S.92 (152)



**Abbildung 65 Kriterien zur Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen**

|  |   |   |
|--|---|---|
| Einzelhandelsbesatz<br>Dichte                  | Multifunktionalität                           | Erreichbarkeit<br>und Parken                      |
| Städtebauliche<br>Einheit                      | Agglomeration unter-<br>schiedlicher Anbieter | Einzelhandelsbesatz<br>Vielfalt                   |
| Aufenthaltsqualität                            | Zentrenrelevanz<br>des Angebotes              | Ergänzungsfunktion<br>Dienstleistung, Gastronomie |
| sich ergänzende Betriebs-<br>typen und -formen | Einzelhandelsbesatz<br>Konzentration          | Fußläufigkeit                                     |

Quelle: eigener Entwurf

### 9.1.2 Schutz- und Entwicklungsfunktion von Zentralen Versorgungsbereichen

Durch die Ausweisung eines Zentralen Versorgungsbereiches ist ein städtebaulicher Schutz aller dort ansässigen Einzelhandelsbetriebe möglich. Um eine Schutzfunktion gegenüber den bestehenden Betrieben auch für Ansiedlungen innerhalb des Versorgungsbereiches zu erzielen, ist eine stringente Anpassung der Bauleitplanung notwendig.

Das Bundesverwaltungsgericht hat die Auffassung des OVG Münster bestätigt, wonach die Verträglichkeitsbewertung von Vorhaben in Bezug auf zentrale Versorgungsbereiche im Einzelfall auch die konkrete städtebauliche Situation des betroffenen Versorgungsbereichs einbeziehen sollte, etwa wenn ein zentraler Versorgungsbereich durch Leerstände besonders empfindlich gegenüber zusätzlichen Kaufkraftabflüssen ist (vgl. BVerwG, Urteil 4 C 7.07 vom 11.10.2007).

Grundsätzlich ist zu unterscheiden zwischen städtebaulicher Schutzwirkung und dem nicht legalen Wettbewerbsschutz.

**Abbildung 66 Schutzfunktion durch Zentrenkonzept und Baurecht**

|                      |   |                                      |
|----------------------|---|--------------------------------------|
| §11 Abs. 3<br>BauNVO | Schutzwirkung für zentrale Versorgungsbereiche (Innenstadt, Nahversorgungszentren, Nahversorgungsstandorte) | Stichwort<br>Großflächigkeit         |
| §2 Abs. 2<br>BauGB   | Schutzwirkung für zentrale Versorgungsbereiche  | Stichwort<br>Nachbargemeinden        |
| §34 Abs. 3<br>BauGB  | Schutzwirkung für alle faktischen zentralen Versorgungsbereiche   | Stichwort<br>Schädliche Auswirkungen |
| §9 Abs. 2a<br>BauGB  | Schutzwirkung für zentrale Versorgungsbereiche  | Stichwort<br>Rückgriff auf §34 BauGB |
| §30<br>BauGB         | Be-/ Überplante Gebiete mit klarer Festsetzung (gültiger Bebauungsplan)                                     | Stichwort<br>Ausweisung von B-Plänen |

Quelle: eigener Entwurf

Die städtebaulichen Schutzwirkungen ergeben sich aus den verschiedenen gesetzlichen Regelungen des BauGB und der BauNVO.



## 9.2 Abgleich mit dem bestehenden Einzelhandels- und Zentrenkonzept (Stadt und Handel)

### 9.2.1 Das ursprüngliche Standortkonzept

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Eisenhüttenstadt aus dem Jahr 2009 hat ein Standortkonzept ausgearbeitet, das bis heute verbindlicher Bestandteil der konzeptionellen Planung der Stadt Eisenhüttenstadt ist. Dieses Standortkonzept beinhaltet zum einen eine Zentrenhierarchie und zum anderen die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche. Auf Grundlage der erarbeiteten Hierarchie wurde die Versorgungsfunktion der unterschiedlichen Hierarchiestufen festgelegt.

Dieses Standortkonzept wird als Vorgabe für die Aktualisierung des Einzelhandelskonzeptes verwendet und an die aktuellen Gegebenheiten und eventuell veränderte Zielsetzungen der Stadt Eisenhüttenstadt angepasst.

Über die Ausweisung und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche hinaus wurde im Bereich der Nahversorgung der Standorttypus Nahversorgungsstandort (NVS) entwickelt. Es handelt sich um solitäre Nahversorgungsanlagen.

Diese Differenzierung der Nahversorgungsstandorte lässt sich planungsrechtlich nicht unmittelbar ableiten, hat aber die städtebaulichen Realitäten in angemessener Weise abgebildet, so dass auf dieser Grundlage Entscheidungen in Bezug auf die Auslegung beispielsweise des Bestandsschutzes ermöglicht werden.

Der Umgang mit großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevantem Sortiment außerhalb zentraler Versorgungsbereiche ist aus dem aktuellen LEP HR abzuleiten. Eine Ausweisung von Sonderstandorten in kommunalen Einzelhandelskonzepten ist nicht explizit erwähnt. Die Begriffe „Sonderstandort“ oder „Ergänzungsstandort“ werden im LEP HR nicht verwendet.

Für die Aktualisierung sollte die Begrifflichkeit Sonderstandorte aus dem Einzelhandelskonzept 2009 für großflächige Einzelhandelsstandorte mit nicht-zentrenrelevantem Sortiment beibehalten werden. Die bauleitplanerische Umsetzung ist ohnehin schon im Sinne des §11 Abs. 3 BauNVO erfolgt oder wird entsprechend erfolgen.

## 9.3 Standorthierarchie und Versorgungsfunktionen

Aus der aktuellen Standortstruktur, der Analyse von Angebot und Nachfrage im Stadtgebiet sowie den Festlegungen aus dem Einzelhandelskonzept 2009 werden die Angebotsschwerpunkte im Stadtgebiet unter städtebaulichen und funktionalen Aspekten in ein hierarchisches Standortsystem eingestuft.

Entscheidend für die Einstufung in die Standortgliederung sind die derzeitigen Ausprägungen des Einzelhandels- und Dienstleistungsangebotes sowie die städtebaulichen Rahmenbedingungen. Städtebauliche Entwicklungsziele zum Schutz und zur Stärkung der Versorgungsfunktion für den jeweiligen Standortbereich sind ebenfalls maßgeblich für die Einstufung. Die erreichbaren Potenziale, die sich aufgrund der örtlichen Erreichbarkeiten und der Erschließungsqualität (fußläufig, Fahrrad, ÖPNV, motorisiert), der umliegenden Siedlungsstrukturen und der wettbewerblichen Strukturen im Einzelhandel ergeben, bestimmen letztlich die möglichen Größenordnungen. Dabei soll eine möglichst wohnungsnah Grundversorgung sichergestellt werden.

**Zentrale Versorgungsbereiche** (Innenstadt, Nebenzentren, Nahversorgungszentren) genießen den städtebaulichen Schutz nach BauNVO, BauGB sowie besonderen Schutz durch die Landes- und Regionalplanung.

**Nahversorgungsstandorte**, sofern sie als **siedlungsintegriert** und **funktional verträglich** eingestuft sind, genießen in der Regel einen erweiterten, aktiven Bestandsschutz und einen im Vergleich zu den zentralen Versorgungsbereichen eingeschränkten städtebaulichen Schutz. Zum Beispiel ist im Rahmen von Verträglichkeitsstudien die Bedeutung der Nahversorgungsfunktion dieser Standortkategorie grundsätzlich zu würdigen.

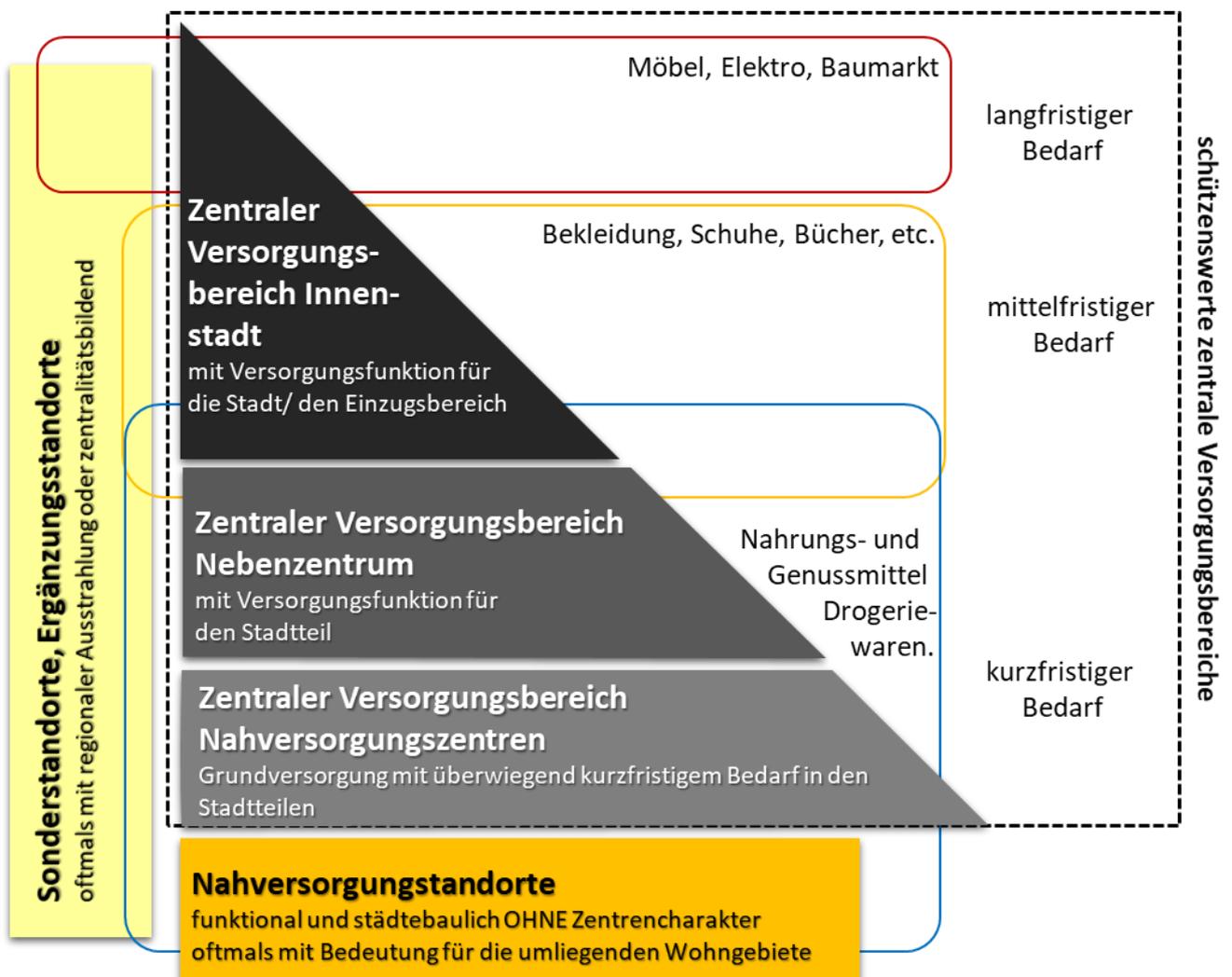


**Nicht integrierte Nahversorgungsstandorte** genießen ebenfalls Bestandsschutz, der in der Regel allerdings beschränkt ist auf das aktuell genehmigte Maß und die Art der Nutzung. So ist der Erhalt gewährleistet, eine Erweiterung oder Nutzungsänderung (Sortimente) wäre nicht möglich. Aufgrund der fehlenden wohnungsnahen Grundversorgungsfunktion ist ein städtebaulich bedingter Schutz nicht vorgesehen<sup>21</sup>

**Sonderstandorte** dienen als Ergänzungsstandorte der Unterbringung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten. Damit sind Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten als Kernsortiment und für die Nahversorgung ausgeschlossen. Die Notwendigkeit der Ergänzungsfunktion dieser Standortkategorie ergibt sich aus den geringen Flächenpotenzialen innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Ein besonderer städtebaulicher Schutz ist für diese Standortkategorie gesetzlich nicht vorgesehen.

Somit ergeben sich die folgenden Standortkategorien für das Standortkonzept. Im Vergleich zur Zentrenhierarchie 2009 verändert sich die Zentrenstruktur nicht.

**Abbildung 67 Standortstruktursystem für die Stadt Eisenhüttenstadt (Zielsetzung)**



Quelle: eigene Darstellung

<sup>21</sup> ein solcher Standorttyp ist derzeit in Eisenhüttenstadt nicht ausgewiesen.



### 9.3.1 Grundlagen für die Definition der Zentren in Eisenhüttenstadt

Aufgrund der oben angeführten städtebaulichen Strukturen sowie des Grundpotenzials im Stadtgebiet wird eine differenzierte Zentrenstruktur aufgezeigt.

Funktionale Kriterien:

- Agglomeration verschiedener Anbieter (Einzelhandel und Dienstleistung)
- sich ergänzende Betriebstypen und -formen
- Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz der Anbieter
- Handelsdichte, -konzentration, -vielfalt
- Ergänzende Angebote in Dienstleistung und Gastronomie

Städtebauliche Kriterien:

- Städtebauliche Einheit des Zentrums
- Erkennbare Gestaltung (Zuordnung des öffentlichen Raumes, Gebäudeanordnung etc.)
- Fußläufige Anbindung einzelner Betriebe und Bereiche
- Barrieren (z.B. Straßen, Gebäuderiegel, Topographie)
- Aufenthaltsqualität

### 9.3.2 Systematisierung der Einzelhandelsstandorte in Eisenhüttenstadt

Der **zentrale Versorgungsbereich „Innenstadtzentrum“** soll alle zentralen Einrichtungen anbieten, die für die Versorgung von Gesamtstadt und Region von Bedeutung sind. Neben Einzelhandel in jeglicher Ausprägung, Form und Betriebsgröße sind auch Einrichtungen des Schulwesens, der öffentlichen Verwaltung, der Kultur und Freizeit sowie private Dienstleistungen bestimmend für die Einordnung. Für den Einzelhandel bedeutet dies, dass alle Formen des Handels sowie alle Sortimente grundsätzlich zugelassen sind. Eine Vielzahl von Magnetbetrieben, aber auch eine differenzierte Fachhandels- und Markenvielfalt wird erwartet. Das Innenstadtzentrum ist der wichtigste zentrale Versorgungsbereich im Stadtgebiet von Eisenhüttenstadt.

Der **zentrale Versorgungsbereich „Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg“** versorgt ein größeres, stadtteilbezogenes Versorgungsgebiet und verfügt, neben einem Einzelhandelsbesatz im kurz- und mittelfristigen Bedarfssegment über eine Vielzahl ergänzender Dienstleistungsfunktionen. Ein Nebenzentrum besitzt städtebauliche Qualität in Bezug auf die Gestaltung der Straßenräume, der Verkehrserschließung, der Parkplätze, der Aufenthaltsqualitäten und der baulichen Gestalt.

Der **zentrale Versorgungsbereich „Nahversorgungszentrum Fröbelring“** dient der quartiers-, maximal stadtteilbezogenen Nahversorgung der umliegenden Wohngebiete. Sie liegen integriert und sollen ein vollständiges Nahversorgungsangebot mit unterschiedlichen Betriebsformen und Betriebsgrößen des Einzelhandels bieten. Ergänzende Dienstleistungsangebote und Gastronomiebetriebe sind vorhanden. Sie sind in ihrer räumlichen Ausdehnung begrenzt und fußläufig gut erreichbar. In geringem Maße werden ergänzende Sortimente des aperiodischen Bedarfs angeboten. Perspektivisch ausgewiesene Nahversorgungszentren sollen die Versorgungsqualität im Stadtgebiet siedlungsnah verbessern.

Die weitere Differenzierung der Nahversorgungsbereiche unterhalb der Ebene der Nahversorgungszentren erfolgt entsprechend der Vorgaben aus dem Einzelhandelskonzept 2009 nach den **„Nahversorgungsstandorten in integrierter Lage“**,

Sie verteilen sich, historisch gewachsen, über das gesamte Stadtgebiet. Sie übernehmen eine wichtige Versorgungsfunktion und ermöglichen, sozusagen als „Brückenstandorte“ zwischen den zentralen Versorgungsbereichen eine Netzverdichtung, die die Möglichkeit des fußläufigen Einkaufs verbessert. Es handelt sich in der Regel um einzelne, oft großflächige Lebensmittelmärkte, selten ergänzt um kleinere Betriebe des periodischen oder aperiodischen Bedarfs. Auch der ein oder andere Dienstleistungsbetrieb kann das Angebot an den Nahversorgungsstandorten ergänzen. Eine wesent-



liche Unterscheidung der Nahversorgungsstandorte ergibt sich aus dem Grad der Siedlungsintegration der jeweiligen Standorte. Die Unterscheidung zwischen integriertem und nicht-integriertem Standort sowie des funktionalen Einflusses auf zentrale Versorgungsbereiche begründet letztlich die Vorgehensweise in Bezug auf den Bestandsschutz.

**Sonderstandorte** stellen Agglomerationen großflächiger Einzelhandelsbetriebe dar, die oft eine überörtliche bzw. gesamtstädtische Versorgungsfunktion übernehmen. Sie sind als Ergänzungsstandorte für zentrale Versorgungsbereiche zu sehen, die großflächige Einzelhandelsbetriebe aufnehmen können, die in den zentralen Versorgungsbereichen keinen Platz finden oder funktional nicht integrierbar sind. Beschränkt sind die an Sonderstandorten anzusiedelnden Betriebe auf nicht-zentrenrelevante Sortimente, wobei die erste Priorität der Ansiedlung auch dieser Betriebe innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadtzentrum liegt. Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten als Kernsortiment oder für die Nahversorgung innerhalb von Sonderstandorten besitzen passiven Bestandsschutz und somit keine Erweiterungsoptionen mit zentrenrelevanten Sortimenten als Kernsortiment oder für die Nahversorgung.

Zentrenrelevante Sortimente als Randsortimente in großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevantem Sortiment sind möglich, müssen aber einen funktionalen und absatzwirtschaftlichen Bezug zum jeweiligen Kernsortiment haben und sie sollten im Verhältnis zum Kernsortiment beschränkt werden (§11 Abs. 3 BauNVO), um negative städtebauliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu vermeiden bzw. die Entwicklung durch Stärkung nicht maßgeblich einzuschränken.

#### 9.4 Zentrale Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte in Eisenhüttenstadt

Entwickelt aus dem Einzelhandelskonzept 2009, der Aktualisierung der Einzelhandels- und Dienstleistungsbestände und der Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben ergibt sich folgende Standortsystematik für Eisenhüttenstadt.

Danach genießen die zentralen Versorgungsbereiche in allen verwendeten Varianten den vollen städtebaulichen Schutz, der durch die Eisenhüttenstädter Sortimentsliste konkretisiert wird. Für alle anderen Standorte gilt der besondere städtebauliche Schutz der zentralen Versorgungsbereiche nicht. Dies gilt insbesondere für die Sonderstandorte. Folgende Zuordnungen der Standorte in die Standortkategorien werden festgelegt:

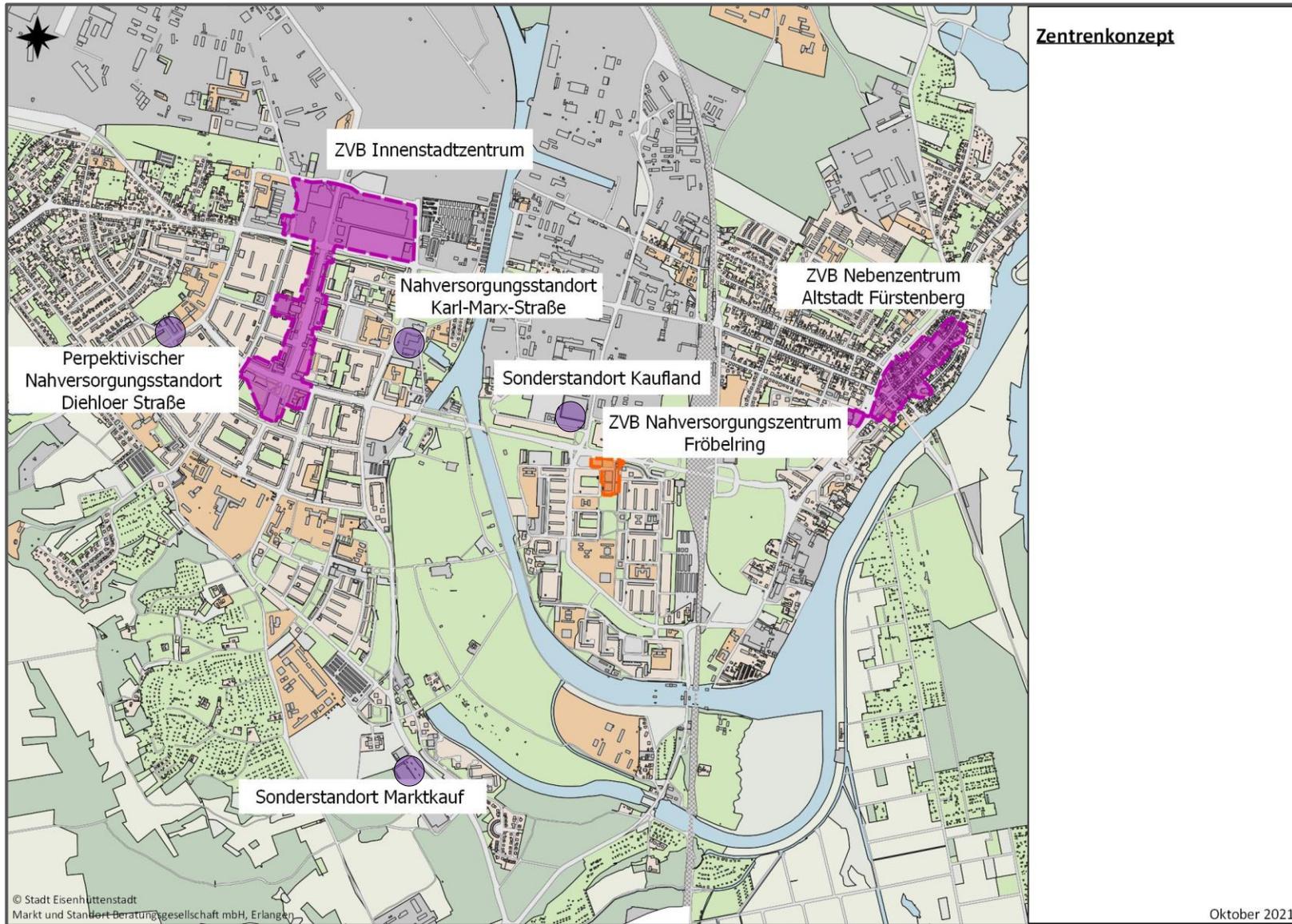
- Innenstadt
  - Zentraler Versorgungsbereich „Innenstadtzentrum von Eisenhüttenstadt“
- Nebenzentrum
  - Zentraler Versorgungsbereich „Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg“
- Nahversorgungszentrum
  - Zentraler Versorgungsbereich „Nahversorgungszentrum Fröbelring“
- Nahversorgungsstandort
  - Nahversorgungsstandort Karl-Marx-Straße
  - perspektivischer Nahversorgungsstandort Diehloer Straße (Schönfließ)
- Sonderstandorte
  - Marktkauf
  - Kaufland

Die Nahversorgungsstandorte genießen in Bezug auf ihre Nahversorgungsfunktion einen begrenzten Schutzstatus, indem bei Neuansiedlungen an anderer Stelle auch hier die städtebaulichen Wirkungen auf die jeweilige Nahversorgungsfunktion zu prüfen wären.

Abgesehen von den Sonderstandorten, die sich im Rahmen der Ziele und Grundsätze des LEP HR weiterentwickeln können (bis hin zu Neuansiedlungen), gilt für die Standorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ausschließlich Bestandsschutz im Rahmen des bestehenden Baurechts.



Abbildung 68 Standortkonzept Eisenhüttenstadt 2021



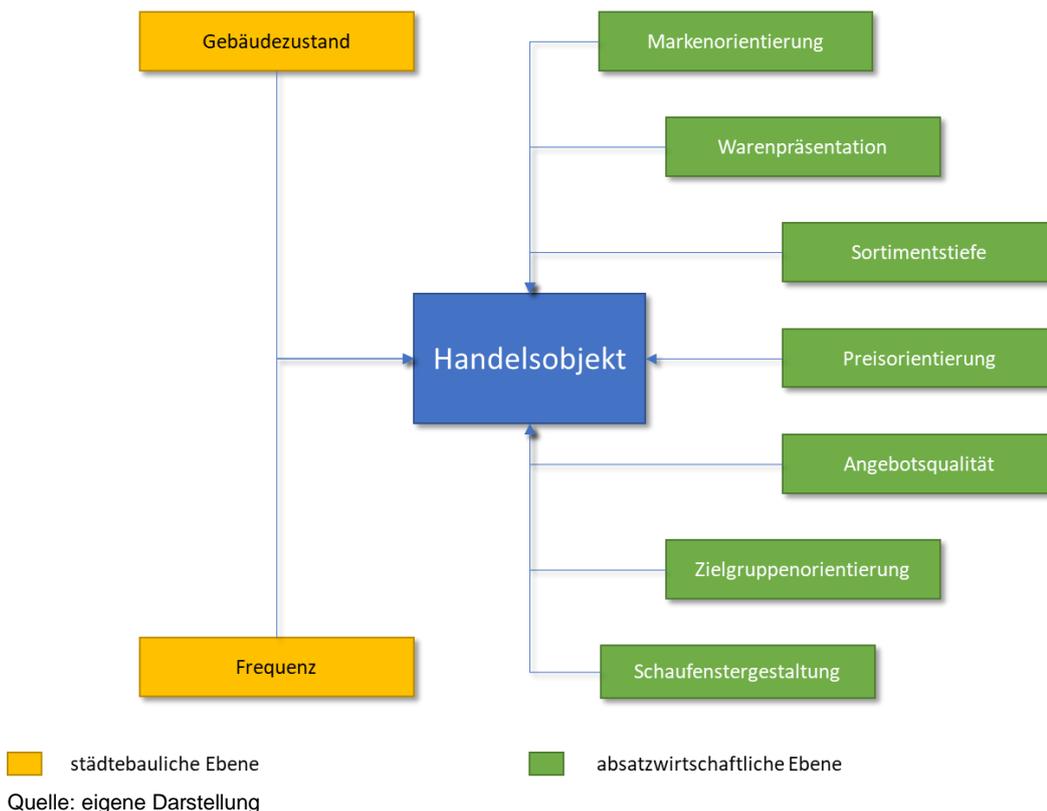
Quelle: eigene Darstellung



## 9.5 City Monitor

Der City Monitor untersucht die qualitativen Strukturen des Einzelhandelsangebotes im Innenstadtzentrum. Dazu wird anhand einer standardisierten Checkliste jeder Betrieb vor Ort qualitativ bewertet. Die Ergebnisse ermöglichen die Einordnung des Einzelhandelsangebotes nicht nur nach Betriebstyp, Sortiment und Größe, sondern auch in qualitativer Hinsicht.

**Abbildung 69 Systematik der City-Monitor Bewertung**



Neben städtebaulichen Aspekten, wie Gebäudezustand und Frequenz, werden insbesondere absatzwirtschaftliche Bewertungskriterien verwendet, wie das Sortiment und seine Struktur, Präsentation, Preis- und Qualitätsniveau oder Marketingaspekte wie Zielgruppen- und Markenorientierung sowie auch Qualitäts- und Preisniveau.

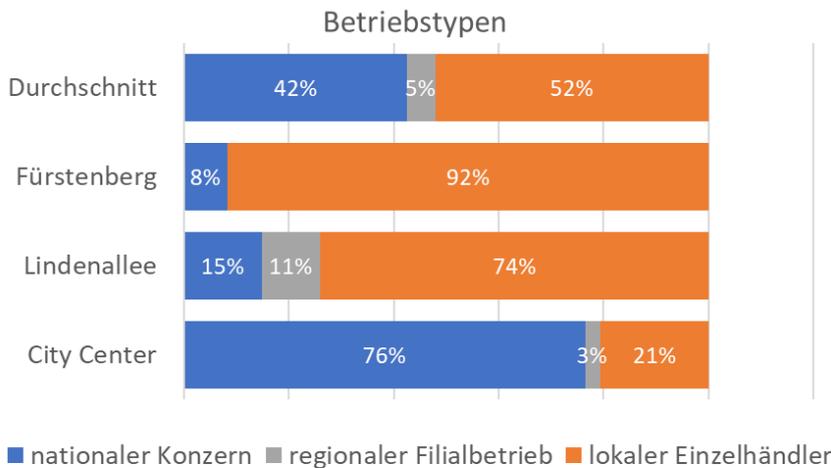
Der Bewertungsmaßstab ist nicht absolut, sondern relativ und orientiert am allgemeinen Angebot und Niveau der jeweiligen Innenstadt. Es handelt sich demnach um einen individuellen, für Eisenhüttenstadt spezifischen Bewertungsprozess.

### 9.5.1 Betriebs- und Absatzformen

Betriebs- und Absatzformen bestimmen das Angebotsbild im zentralen Versorgungsbereich von Eisenhüttenstadt maßgeblich. Vorzugsweise der Filialisierungsgrad erlaubt Aussagen über die Attraktivität der Einkaufslage und die Anziehungskraft für die Verbraucher. Er ist auch Grundlage für die Analyse der Markenpräsenz in den Einkaufslagen des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadtzentrum.



**Abbildung 70 Betriebsformen in zentralen Versorgungsbereichen**



Quelle: eigene Darstellung und Erhebungen 2021

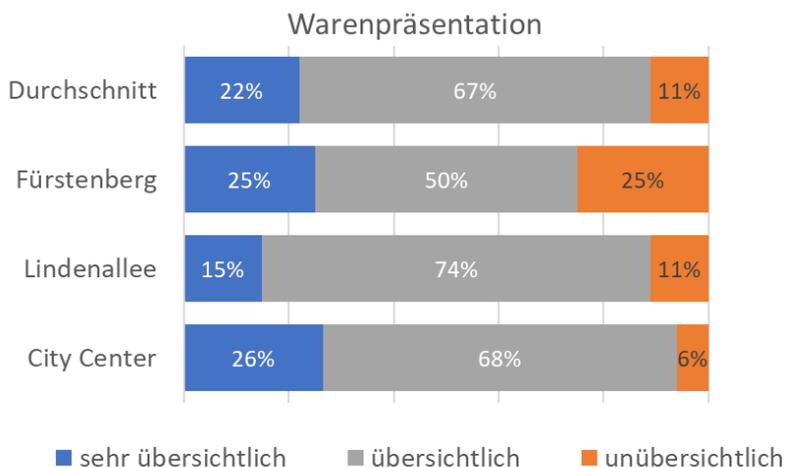
Der größte Teil der Einzelhändler in den zentralen Versorgungsbereichen sind lokale Einzelhändler. Sie machen 52% aller Betriebe aus. 42% der ansässigen Betriebe gehören einem national tätigen Einzelhandelskonzern an (Filialisten) und weitere 5% wurden als regionale Filialisten eingestuft. Hier handelt es sich im Wesentlichen um Backverkaufsstellen, Metzgereifilialen oder Zweigstellen von Apotheken mit einem regional begrenzten Filialnetz.

Die Unterschiede zwischen City Center und Lindenallee sind unverkennbar. Im City Center konzentrieren sich die nationalen und regionalen Filialisten. Nur 21% der Betriebe agieren als lokale Einzelhändler. In der Lindenallee sind dies 74%. Im zentralen Versorgungsbereich Nebenzentrum Fürstenberg ist der Mangel an Filialisten deutlich. Nur 8% der dort ansässigen Betriebe gehören einem nationalen Konzern an. Der Angebotsschwerpunkt wird hier von den lokalen Einzelhändlern gestellt.

### 9.5.2 Ladeneinrichtung und Warenpräsentation

Die Selbstpräsentation der Einzelhandelsbetriebe ist übersichtlich. Besseres, aber auch Schlechteres und nicht mehr Zeitgemäßes fehlt weitgehend in den zentralen Versorgungsbereichen von Eisenhüttenstadt. Die Unterschiede zwischen den verschiedenen zentralen Versorgungsbereichen sind gering. Nur das City Center weist kaum negative Bewertungen auf.

**Abbildung 71 Warenpräsentation in den zentralen Versorgungsbereichen von Eisenhüttenstadt**



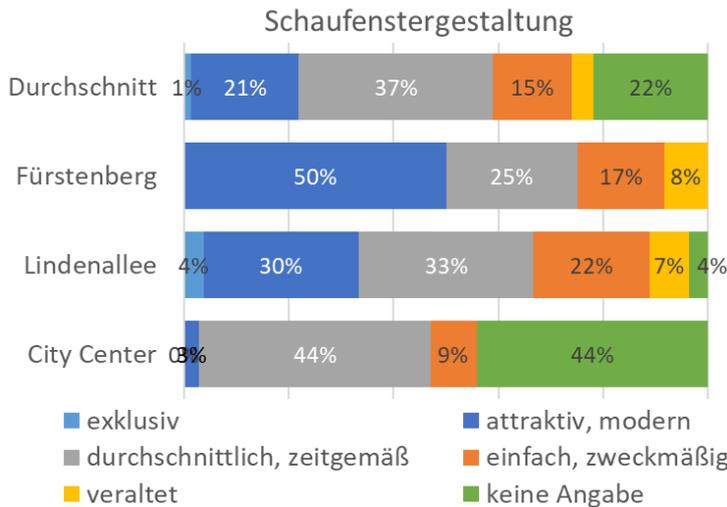
Quelle: eigene Erhebung und Darstellung 2021

Ausgesprochen exklusive Schaufensterpräsentationen finden sich fast nirgendwo. 21% der Schaufenster sind als attraktiv und modern zu bewerten. Der größte Teil (31%) ist als durchschnittlich und



zeitgemäß eingestuft, 15% als einfach und zweckmäßig, veraltete Schaufenster sind so gut wie nicht zu finden. Ein vergleichsweise großer Teil (21%) kann nicht bewertet werden, weil er nicht über Schaufenster verfügt. Die Unterschiede in den Zentren sind allerdings auffällig.

**Abbildung 72 Schaufenstergestaltung in den zentralen Versorgungsbereichen von Eisenhüttenstadt**



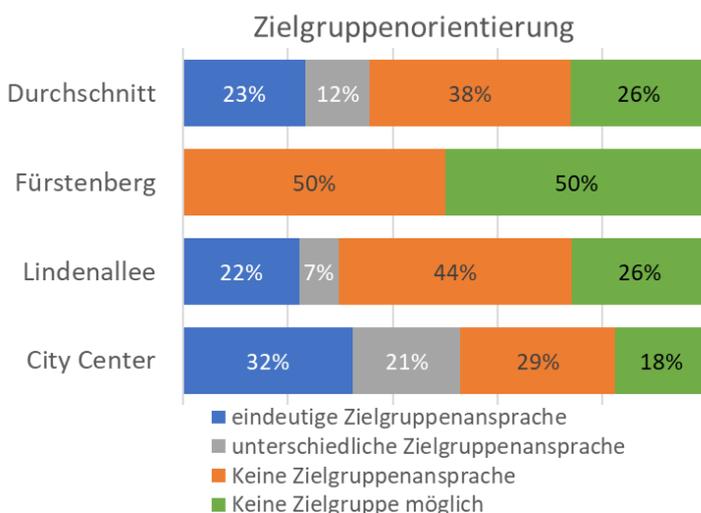
Quelle: eigene Erhebung und Darstellung 2021

Den mit Abstand höchsten Anteil attraktiver und moderner Schaufenster bietet der Einzelhandel im ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg. Die Lindenallee landet mit immer noch 30% auf dem zweiten Platz. Allerdings ist in der Lindenallee der Anteil einfach und zweckmäßig gestalteten Schaufenster am höchsten. Das City Center verfügt aufgrund seiner Mieterstruktur über einen ungewöhnlich hohen Anteil von Betrieben ohne Schaufenster (41%). Hier zeigt sich der hohe Anteil von Fachmärkten mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten bzw. Angeboten des täglichen Bedarfs, die in der Regel über keine Schaufenster verfügen.

### 9.5.3 Zielgruppenorientierung und Angebotsqualität

Der größte Teil der Betriebe in den zentralen Versorgungsbereichen von Eisenhüttenstadt konzentriert sich in Bezug auf die eigene Zielgruppe und Angebotsqualität auf die durchschnittlichen Kategorien.

**Abbildung 73 Zielgruppenorientierung in den zentralen Versorgungsbereichen von Eisenhüttenstadt**



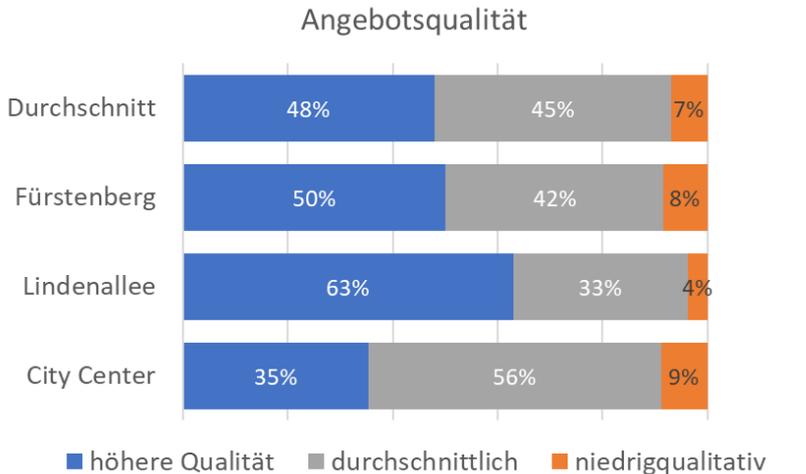
Quelle: eigene Erhebung und Darstellung 2021

In 26% der untersuchten Betriebe ist eine Zielgruppenorientierung nicht sinnvoll (z.B. Bäcker, Metzger, Drogeriemärkte, Lebensmittelmärkte etc.). 37% der Betriebe, die sich an Zielgruppen verstärkt



wenden könnten, tun dies nicht. Nur bei 23% der Betriebe kann eine eindeutige Zielgruppenorientierung festgemacht werden. Die deutlichste Zielgruppenorientierung ist bei den Betrieben des City Centers festzustellen. Hier sind immerhin 32% eindeutig in ihrer Zielgruppenansprache und weitere 21% orientieren sich auf mehrere Zielgruppen. Der Anteil der Betriebe ohne Zielgruppenansprache ist in der Lindenallee mit 44% und in Fürstenberg mit 50% am höchsten.

**Abbildung 74 Angebotsqualität in den zentralen Versorgungsbereichen von Eisenhüttenstadt**



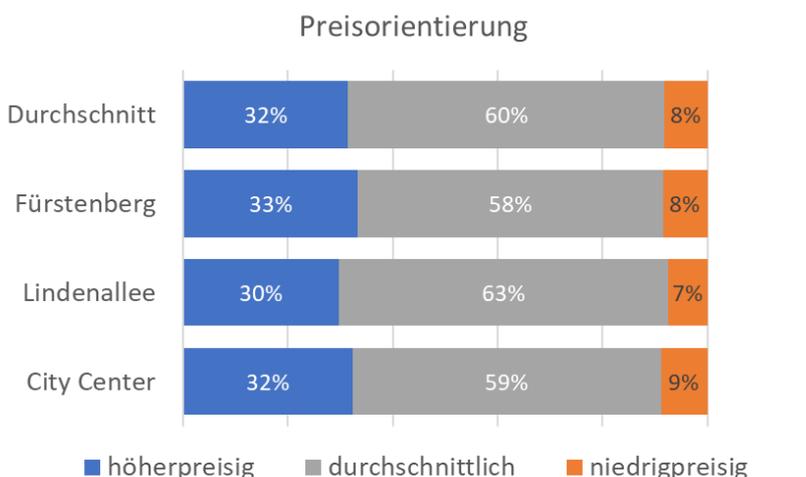
Quelle: eigene Erhebung und Darstellung 2021

Betriebe mit niedriger bzw. schlechter Warenqualität sind die absolute Ausnahme in den zentralen Versorgungsbereichen von Eisenhüttenstadt. Dagegen bieten im Schnitt 48% der Betriebe höhere Qualität an. In 45% der Betriebe wurde die angebotene Warenqualität als durchschnittlich eingestuft. Die höchsten Qualitätsbewertungen erreichen die Betriebe in der Lindenallee. Mit 50% der Betriebe erreicht das Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg eine bessere Platzierung als das City Center im Innenstadtzentrum von Eisenhüttenstadt.

#### 9.5.4 Preisorientierung und Frequenzen

Die Discountorientierung des Angebotes ist in Eisenhüttenstadt ein großes Thema. Ein großer Teil des Sortiments wird von sogenannten Discountbetrieben angeboten, wobei die ausgesprochen niedrigpreisigen Angebote nicht dominant sind in den zentralen Versorgungsbereichen von Eisenhüttenstadt.

**Abbildung 75 Preisorientierung der Einzelhandelsbetriebe in den zentralen Versorgungsbereichen von Eisenhüttenstadt**

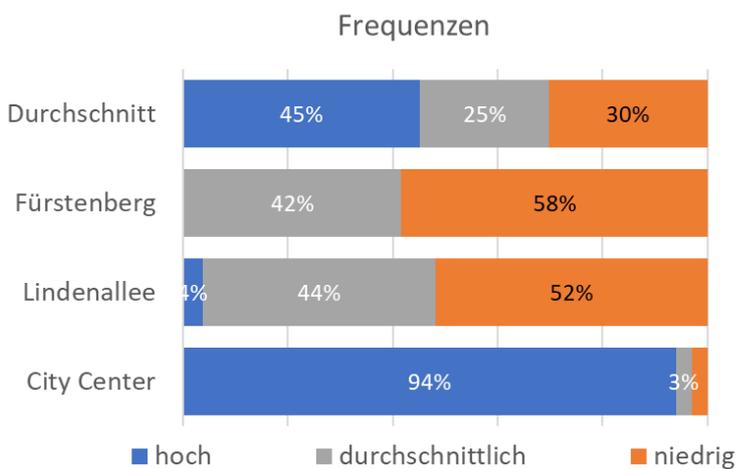


Quelle: eigene Erhebung und Darstellung 2021



Rund ein Drittel aller Betriebe bieten höherpreisige Waren an. Durchschnittspreise finden sich in rund 60% der Betriebe in den zentralen Versorgungsbereichen. Die Unterschiede zwischen den Einkaufslagen sind kaum nennenswert.

**Abbildung 76** Frequenz an den Standorten der Betriebe in den zentralen Versorgungsbereichen von Eisenhüttenstadt



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung 2021

Die Passantenfrequenzen in den zentralen Versorgungsbereichen Eisenhüttenstadts sind äußerst ungleich verteilt. Während im Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg, ähnlich wie in der Lindenstraße mehr als 50% der Betriebe in Standortbereichen mit niedrigen Passantenfrequenzen zu finden sind, liegen 94% der Betriebe im City Center in Bereichen hoher Frequenzen. Natürlich sind im City Center die Frequenzen graduell unterschiedlich, liegen jedoch fast immer oberhalb des Niveaus der Lindenstraße.

### 9.5.5 Leerstände in Erdgeschosslagen im ZVB Innenstadtzentrum (einzelhandelsrelevante Lagen)

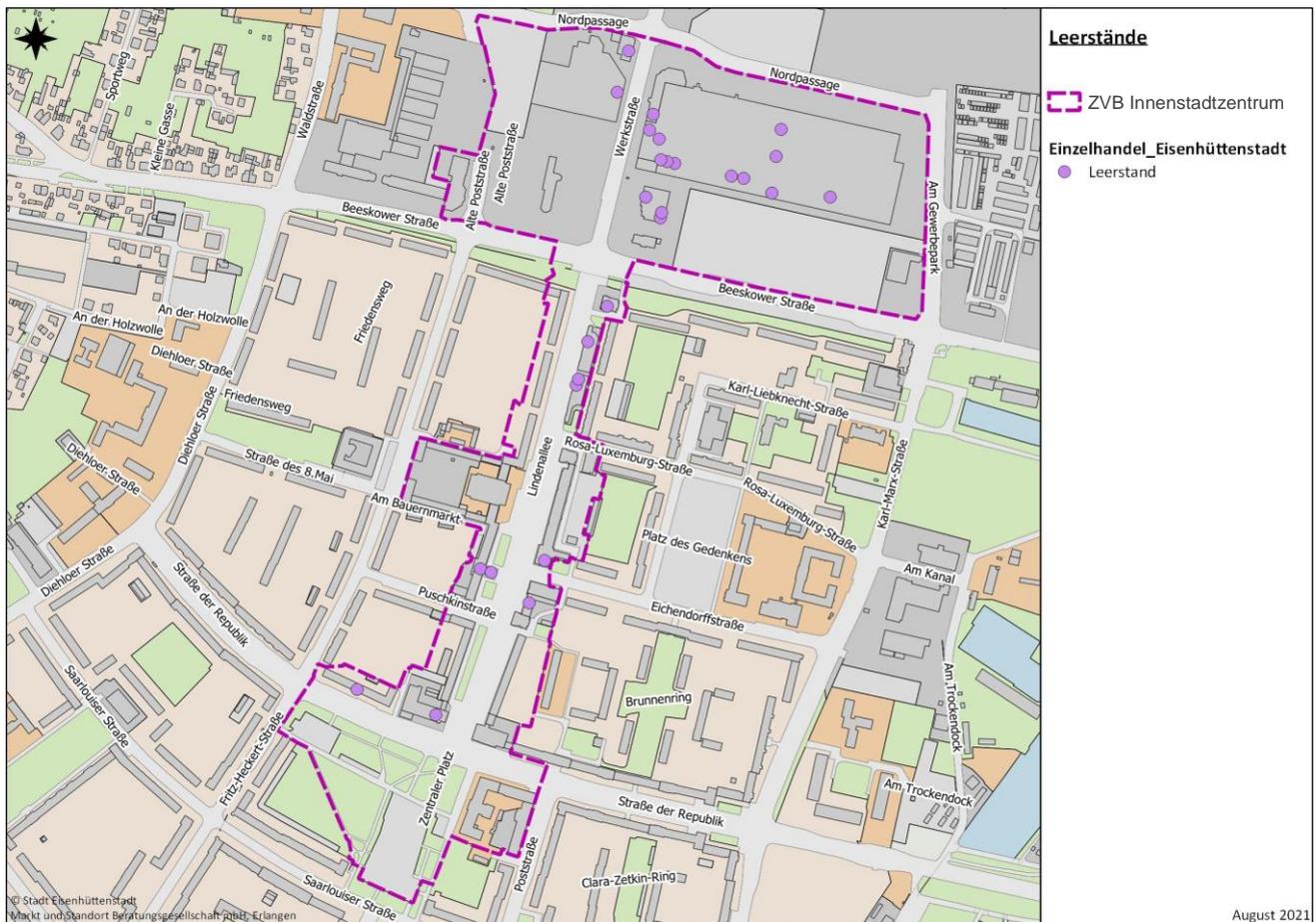
Anzahl und Verteilung leerstehender Ladenlokale im Innenstadtzentrum von Eisenhüttenstadt geben wichtige Hinweise über den Entwicklungszustand und das funktionale Gefüge des zentralen Versorgungsbereiches. Die Präsenz von Leerständen bzw. die Konzentration von Leerständen in bestimmten Lagen lässt Rückschlüsse auf funktionale und strukturelle Probleme zu.

Eine eventuelle Vorschädigung der städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Strukturen könnte in der Verteilung und dem Zustand der Leerstände erkannt werden.

Auch die potenzielle Nutzbarkeit von Leerständen für eine Einzelhandels- oder Dienstleistungsnutzung ist entscheidend für die Bewertung eines eventuell vorhandenen Leerstandsproblems im Innenstadtzentrum.



Abbildung 77 Leerstände im ZVB Innenstadtzentrum von Eisenhüttenstadt

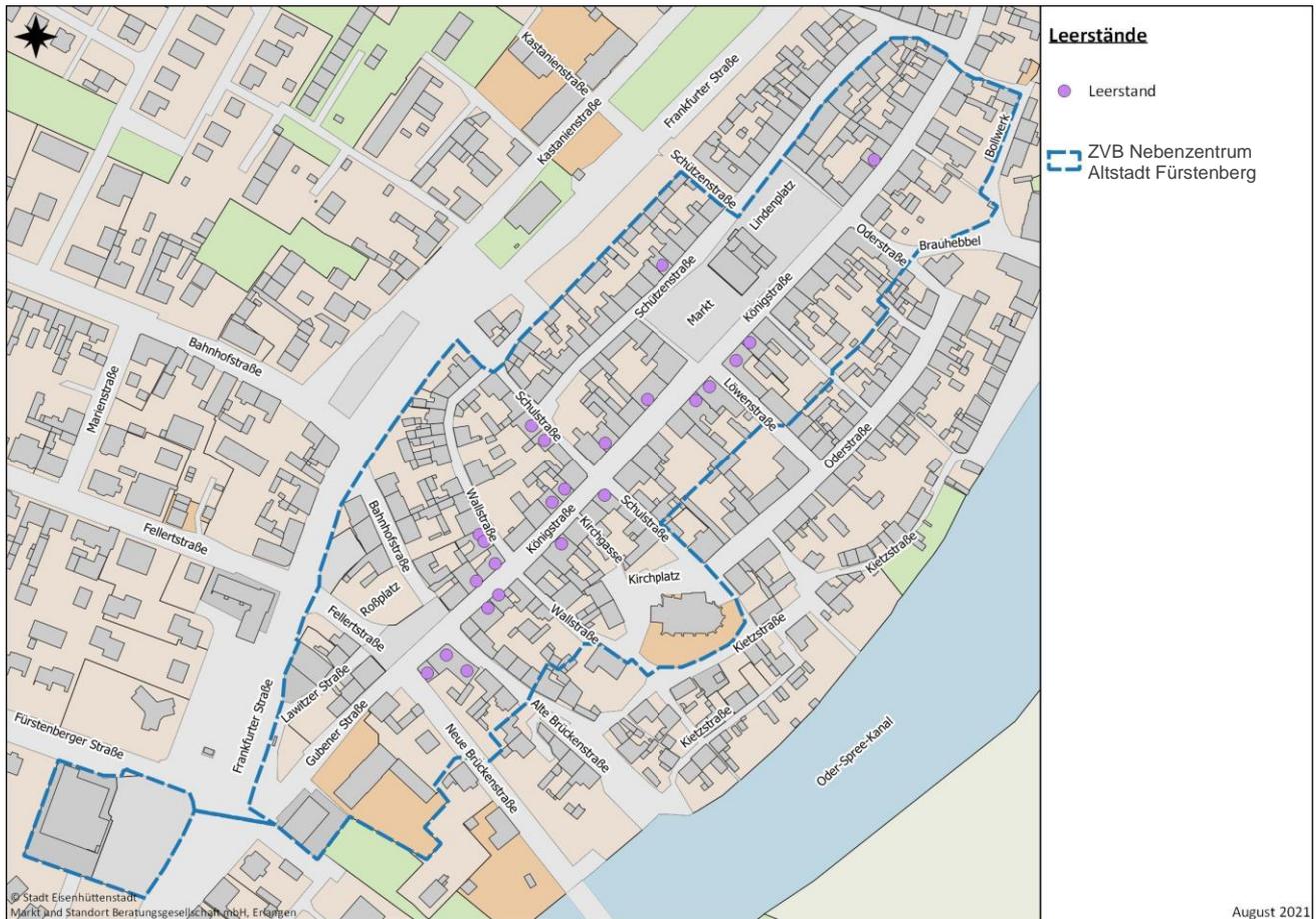


Ein wesentlicher Teil der Leerstände konzentriert sich auf das City Center. Hier steht die Eignung der Ladenlokale für Einzelhandelsnutzung allerdings außer Frage. Die Umstrukturierungsphase des City Center nach der Schließung von Praktiker und Real ist noch nicht abgeschlossen. Neue Mieter, wie Kik oder Dänisches Bettenlager sind avisiert bzw. schon eingezogen. Die Leerstände im City Center werden als tendenziell unproblematisch eingeschätzt.

In der Lindenallee ist die Zahl der Leerstände deutlich geringer. Neben der Ruine des ehemaligen Lunik sind insbesondere die Leerstände in den Pavillons der nördlichen Lindenallee zwischen Rosa-Luxemburg-Straße und Beeskower Straße zu sehen. Die Ladenlokale dort weisen eine unzureichende Immobilienqualität auf. Die Verkaufsflächeneinheiten sind in der Regel zu klein. Darüber hinaus sind sie städtebaulich problematisch, da sie die Ensemblewirkung des Straßenzuges erheblich stören. Andere Leerstände verteilen sich im Straßenverlauf und entsprechen im Hinblick auf ihre Nutzbarkeit für Einzelhandelsnutzungen dem üblichen straßenbezogenen Standard der Lindenallee.



**Abbildung 78 Leerstände im zentralen Versorgungsbereich Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg**



Quelle: eigene Darstellung und Erhebungen

Leerstände im ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg ergeben sich insbesondere aufgrund der geringen Nachfrage nach Geschäftslokalen der dort überwiegenderen Art sowie der eingeschränkten Zentralität eines kleinen Nebenzentrums. Die Zahl der Leerstände hat sich im Vergleich zu 2009 nicht maßgeblich verbessert. Die Leerstandsquote ist nach wie vor deutlich zu hoch. Allerdings ist ein Großteil der erfassten Leerstände für aktuell erfolgreiche Fachhandelsbetriebe nicht geeignet. Sie weisen eine zu geringe Flächengröße auf, liegen in kaum frequentierten Lagen und verfügen oft nicht über die notwendige Ausstattung und Zuschnitte.

Es hat sich in den letzten Jahren eine größere Anzahl von Dienstleistungsbetrieben aller Art etabliert, für die möglicherweise das eine oder andere Ladenlokal gut geeignet sein könnte. Die tendenzielle Schwerpunktbildung in Richtung Gastronomie und Dienstleistungen sollte unterstützt werden.

## 9.6 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadtzentrum

Das Innenstadtzentrum von Eisenhüttenstadt ist das unangefochtene Zentrum für Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote im Stadtgebiet. Hier ist die stärkste Konzentration von publikumswirksamen Betrieben, die alle Bedarfsstufen mit Gütern und Dienstleistungen bietet. Die Dichte und Vielfalt des Angebotes, sowohl in Bezug auf die Sortimente und Dienstleistungen als auch im Hinblick auf die Betriebsgrößenstrukturen und Absatzformen, erzeugt Agglomerationsvorteile, die kein anderer Standort im Stadtgebiet bieten kann. Die zweiteilige Struktur des Innenstadtzentrums mit dem City Center einerseits und der Lindenallee andererseits erfordert allerdings eine besondere und ortspezifische Herangehensweise



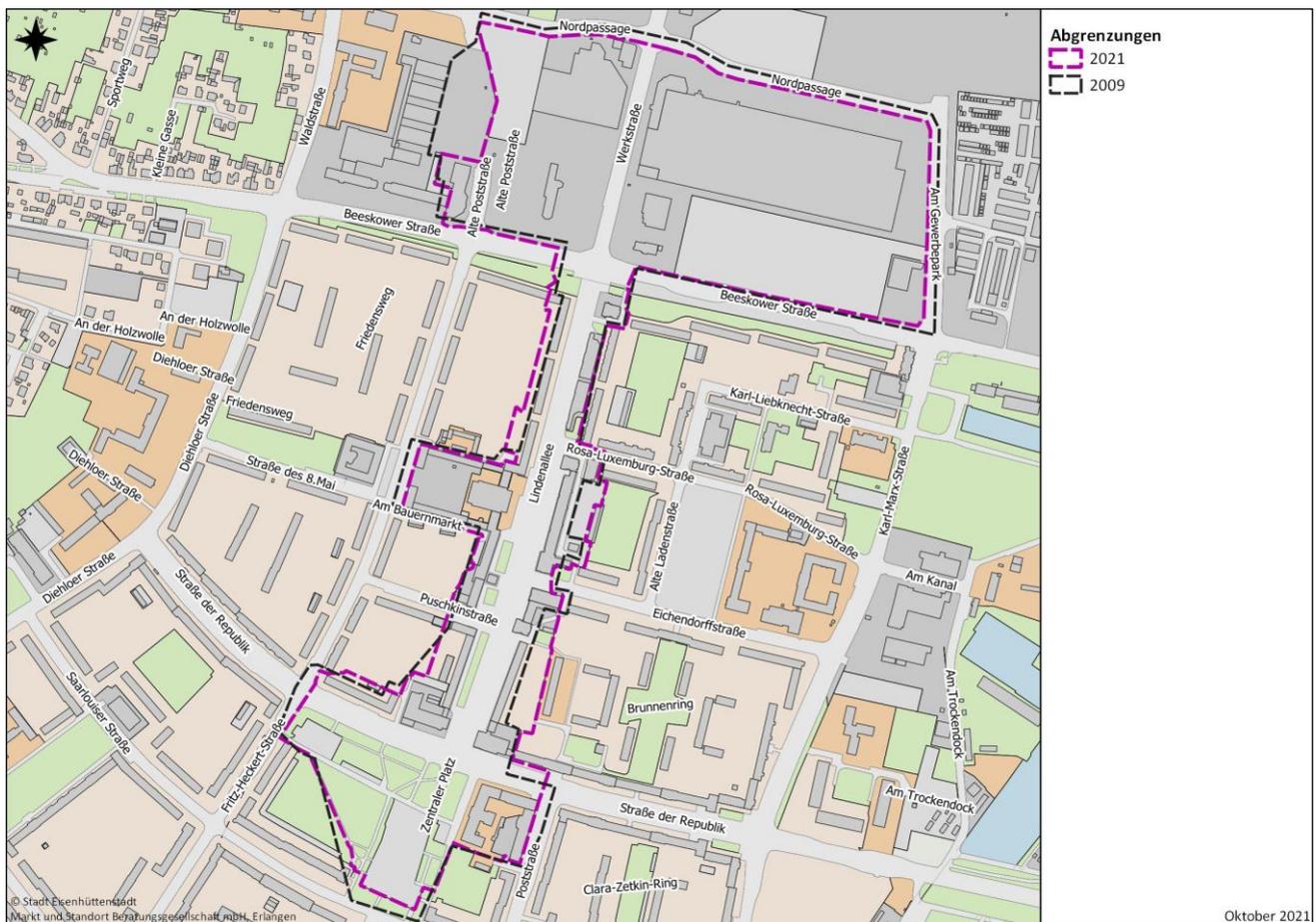
### 9.6.1 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadtzentrum

Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches erfolgt nach den beschriebenen Kriterien (vergl. Kapitel 9.1). Maßgeblich sind die Verteilung und Dichte des Betriebsbesatzes mit Einzelhandel und Dienstleistungen. Ausgangspunkt für die aktuelle Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadtzentrum ist die vorliegende Abgrenzung aus dem Einzelhandelskonzept 2009 (Stadt und Handel).

Die Abgrenzung im Bereich der Lindenallee orientiert sich im Wesentlichen am Straßenverlauf der Lindenallee und bezieht die unmittelbar an die Straße angrenzenden Grundstücke ein. Eine Ausnahme bildet der Bereich „Am Bauernmarkt“, der aufgrund des dort beheimateten Wochenmarktes einbezogen wird. Bis zur Straße der Republik beschränkt sich die Ausdehnung auf die Anlieger der Lindenallee. Der an die Straße der Republik südlich angrenzende Bereich „Zentraler Platz“ ist ebenso einbezogen, wie das Rathaus der Stadt Eisenhüttenstadt. Der Abschnitt der Straße der Republik zwischen Fritz-Heckert-Straße und Poststraße gehört zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum.

Eine deutliche Barriere innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches stellt die Beeskower Straße dar. Sie trennt den Innenstadtbereich Lindenallee vom Innenstadtbereich City Center. Der Bereich ist benannt nach der Straße Nordpassage, die die nördliche Grenze des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadtzentrum darstellt. Im Osten wird der nördliche Bereich des Innenstadtzentrums begrenzt durch die Straße „Am Gewerbepark“, im Westen bildet die Alte Poststraße die Grenze. Westlich der Alten Poststraße ist die Sparkassenfiliale noch integriert in den zentralen Versorgungsbereich.

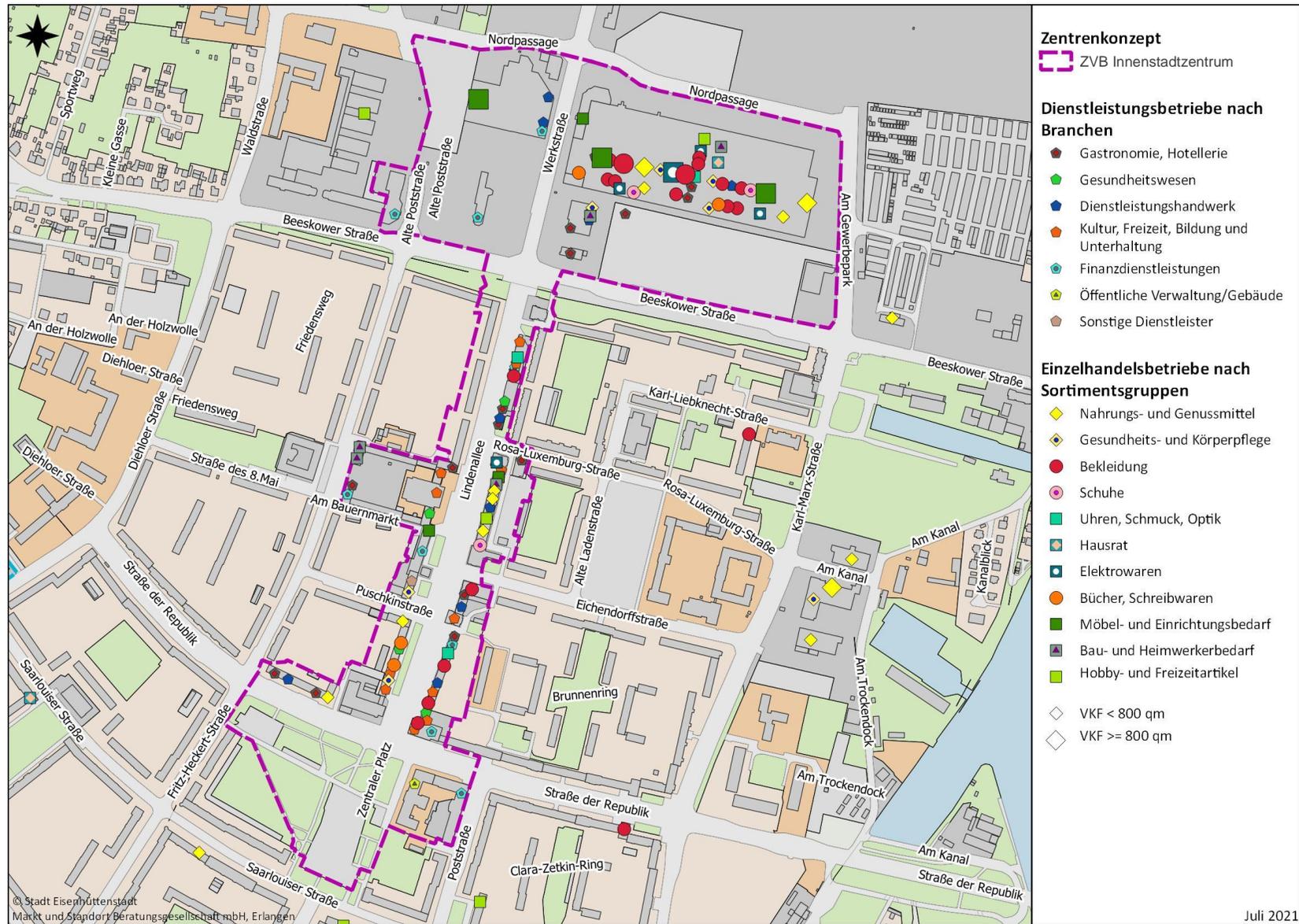
**Abbildung 79 Veränderung der Abgrenzung „Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt“**



Quelle: eigene Darstellung



Abbildung 80 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadtzentrum





## 9.6.2 Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum

Im Rahmen der aktualisierten Erhebung des Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatzes wurden im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum 58 Einzelhandelsbetriebe und 24 Dienstleistungsbetriebe erfasst. 36 Einzelhandelsbetriebe sind im City Center ansässig und 22 in der Lindenallee.

Die Verkaufsfläche im Innenstadtzentrum summiert sich auf 21.630 qm, wobei 19.690 qm davon im City Center konzentriert sind.

**Tabelle 15 Dienstleistungsbetriebe im ZVB Innenstadtzentrum**

| Dienstleistungsbranche                     | Anzahl der Betriebe |
|--|---------------------|
| Gastronomie, Hotellerie                    | 5                   |
| Gesundheitswesen                           | 2                   |
| Dienstleistungshandwerk                    | 4                   |
| Kultur, Freizeit, Bildung und Unterhaltung | 5                   |
| Finanzdienstleistungen                     | 6                   |
| Öffentliche Verwaltung                     | 1                   |
| Sonstige Dienstleister                     | 1                   |
| Gesamt                                     | 24                  |

Quelle: eigene Erhebung 2020

Im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum sind insgesamt 24 Dienstleistungsbetriebe ansässig. Ein Viertel der Betriebe bietet Finanzdienstleistungen an. Jeweils 5 Betriebe gehören zu den Segmenten Gastronomie/Hotellerie sowie Kultur/Freizeit/Bildung und Unterhaltung. Die restlichen 8 Betriebe verteilen sich auf Gesundheitswesen, Dienstleistungshandwerk, öffentliche Verwaltung und sonstige Dienstleistungen.

Der Schwerpunkt des Einzelhandelsangebotes liegt im persönlichen Bedarf und gleichermaßen in Nahversorgungsangeboten. Aufgrund des großen Edeka Vollsortimenters und dem Drogeriemarkt Rossmann im City Center sowie auf der anderen Seite Bekleidungs- und Schuhanbietern ergibt sich eine Anziehungskraft des City Centers für die gesamte Stadt Eisenhüttenstadt und darüber hinaus.

**Tabelle 16 Einzelhandelsbesatz im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum (Betriebe, Verkaufsflächen)**

| Sortimentsgruppe                    | Anzahl Betriebe | Verkaufsfläche in qm |
|-------------------------------------|-----------------|----------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel          | 9               | 3.100                |
| Gesundheits- und Körperpflegebedarf | 6               | 1.180                |
| Bekleidung                          | 18              | 3.535                |
| Schuhe                              | 3               | 880                  |
| Uhren, Schmuck, Optik               | 3               | 265                  |
| Haushaltswaren, GPK                 | 1               | 1.410                |
| Elektrowaren                        | 5               | 1.175                |
| Bücher, Schreibwaren                | 4               | 650                  |
| Möbel und Einrichtungsbedarf        | 6               | 7.715                |
| Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf  | 5               | 1.365                |
| Spiel, Sport, Hobby                 | 2               | 355                  |
| Einzelhandel                        | 62              | 21.630               |

Quelle: eigene Erhebungen 2020



Abbildung 81 Einzelhandelsbestand Innenstadtzentrum nach Sortimenten

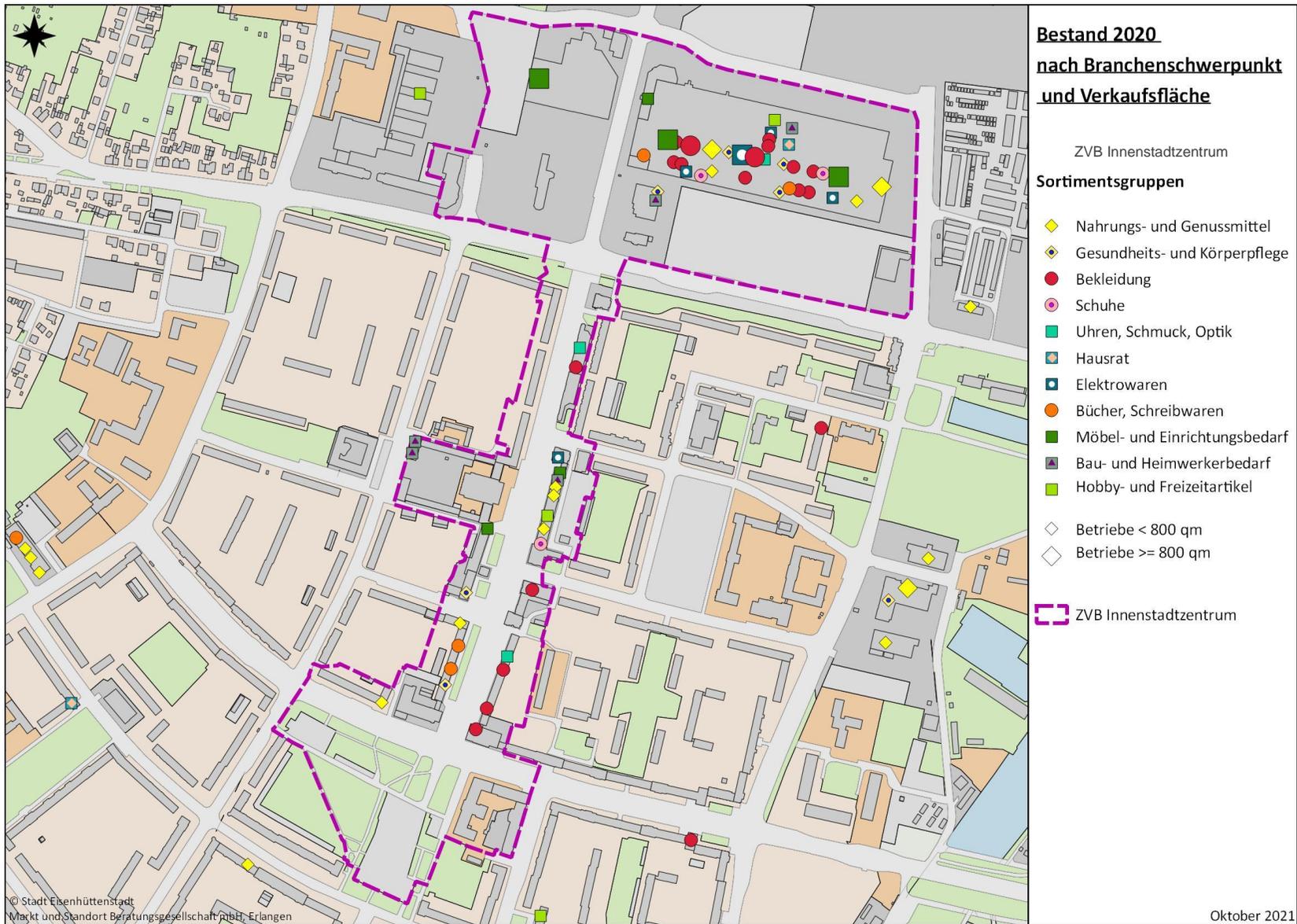




Abbildung 82 Agglomerationen und Verdichtungen im Innenstadtzentrum von Eisenhüttenstadt (Einzelhandel)

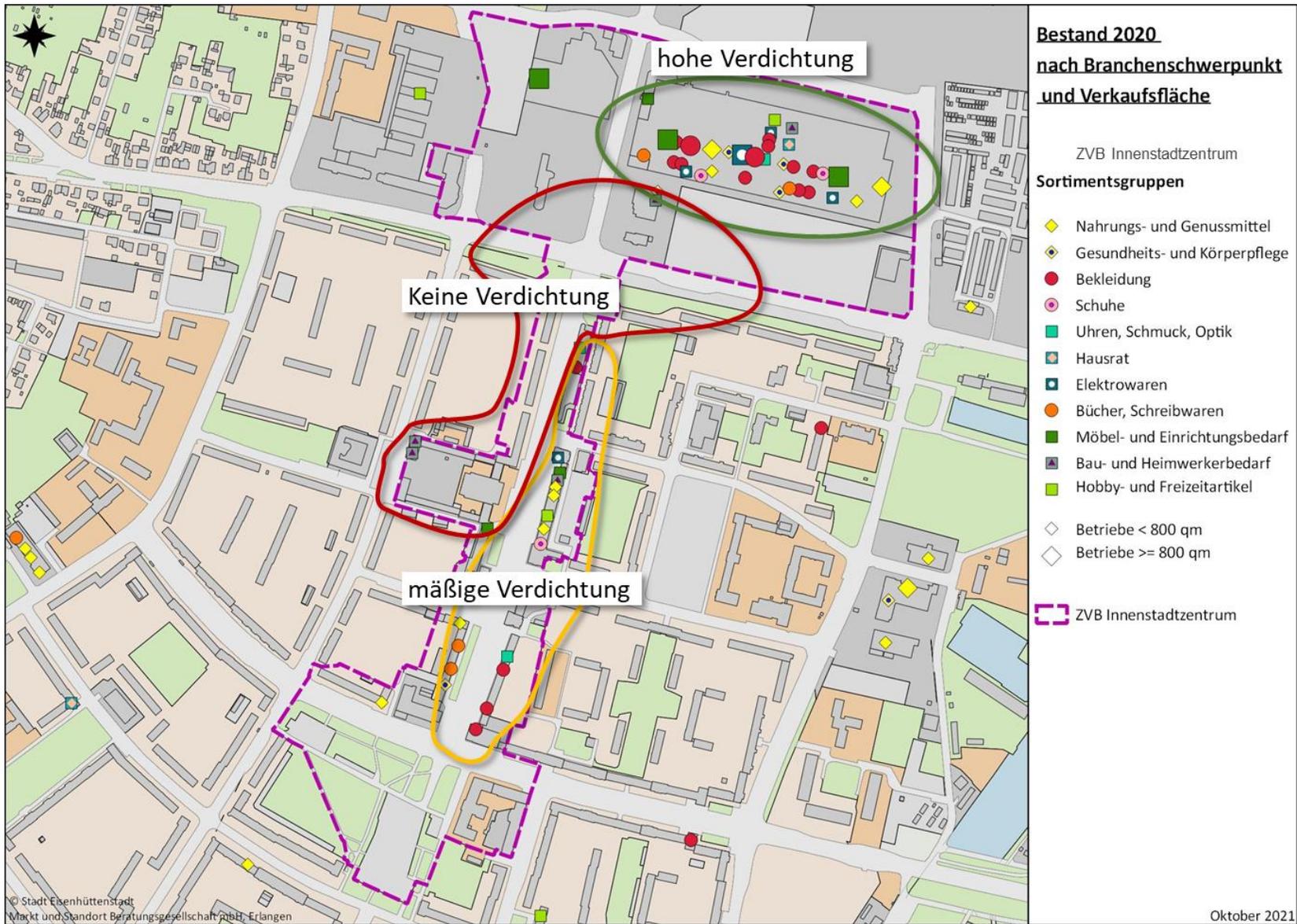
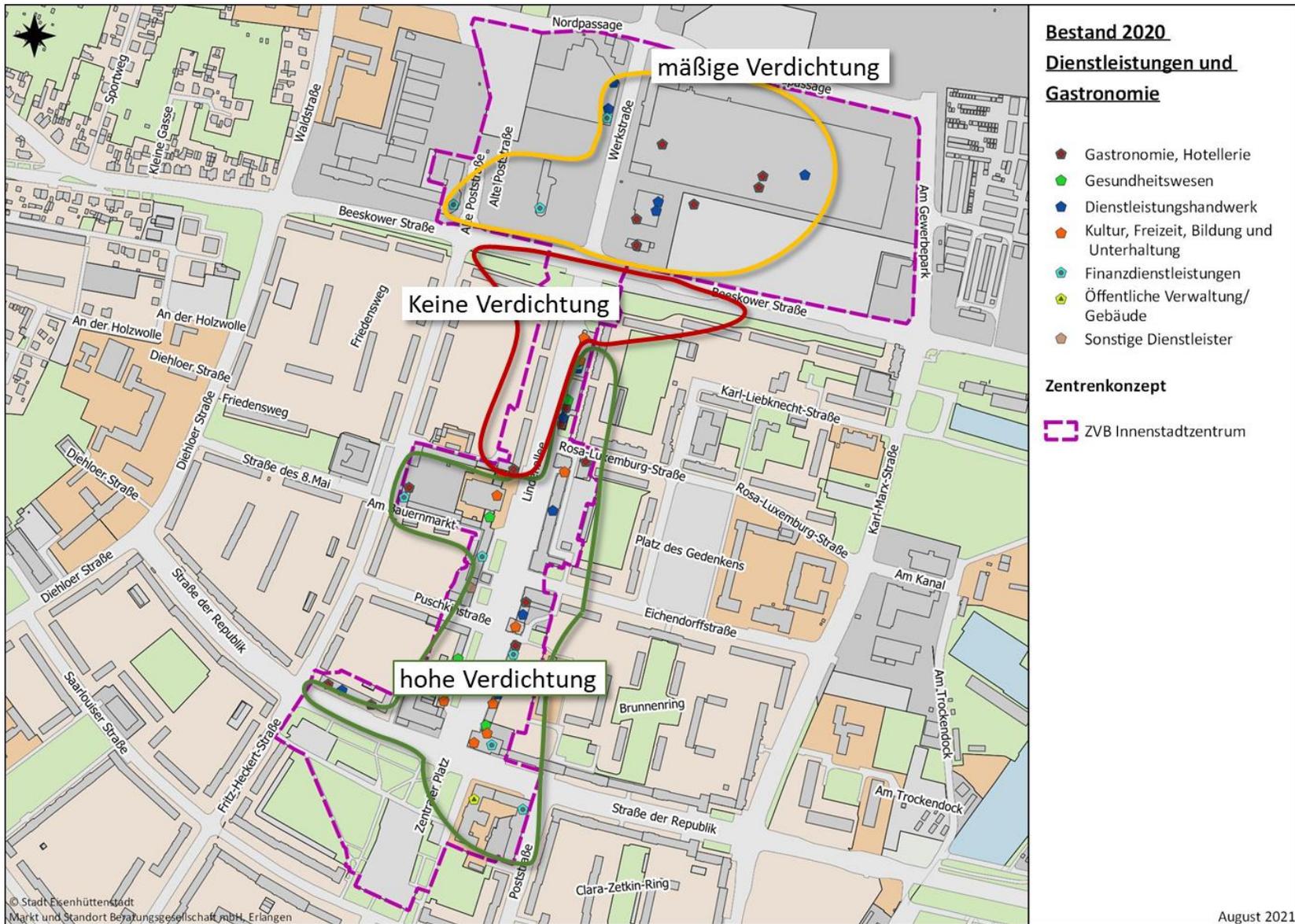




Abbildung 83 Agglomerationen und Verdichtungen im Innenstadtzentrum von Eisenhüttenstadt (Dienstleistungen)





Auch der übrige aperiodische Bedarf erreicht mit 12.670 qm Verkaufsfläche eine erhebliche Konzentration im Innenstadtzentrum. Hier sind vorzugsweise die Verkaufsflächen mit Haushaltswaren, Glas und Porzellan sowie mit Einrichtungsbedarf zu nennen.

**Tabelle 17 Einzelhandelsbesatz im zentralen Versorgungsbereiche Innenstadtzentrum (Umsätze)**

| Sortimentsgruppe                    | Verkaufsfläche in qm | Umsatz 2020 in Mio. € |
|-------------------------------------|----------------------|-----------------------|
| Lebensmittel                        | 3.100                | 14,3                  |
| Gesundheits- und Körperpflegebedarf | 1.180                | 9,5                   |
| Bekleidung                          | 3.535                | 10,2                  |
| Schuhe                              | 880                  | 2,4                   |
| Uhren, Schmuck, Optik               | 265                  | 1,4                   |
| Haushaltswaren, GPK                 | 1.410                | 2,5                   |
| Elektrowaren                        | 1.175                | 4,8                   |
| Bücher, Schreibwaren                | 650                  | 1,8                   |
| Möbel und Einrichtungsbedarf        | 7.715                | 10,1                  |
| Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf  | 1.365                | 2,1                   |
| Spiel, Sport, Hobby                 | 355                  | 1,0                   |
| Einzelhandel                        | 21.630               | 60,2                  |

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Der Einzelhandel des Innenstadtzentrums Eisenhüttenstadt erzielt einen Umsatz von 60,2 Mio. € im Jahr 2020. 23,8 Mio. € werden mit dem Verkauf von Sortimenten des periodischen Bedarfs erzielt. Dies sind knapp 40% des gesamten Innenstadtumsatzes. Die Verkaufsflächenanteile des periodischen Bedarfs erreichen nur 20% der gesamten Verkaufsfläche. Die Differenz zwischen dem Umsatzanteil und dem Verkaufsflächenanteil im periodischen Bedarf erklärt sich durch die hohen Flächenleistungen, vor allem des Lebensmitteleinzelhandels, im Vergleich zum aperiodischen Bedarf im Innenstadtzentrum.

**Tabelle 18 Entwicklung der Verkaufsflächen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum 2009 bis 2020**

| Einzelhandelsbranchen               | Einzelhandelsbestand |                      | Veränderung         |                     |
|-------------------------------------|----------------------|----------------------|---------------------|---------------------|
|                                     | 2009                 | 2020                 | 2009 bis 2020       |                     |
| Sortimentsgruppe                    | Verkaufsfläche in qm | Verkaufsfläche in qm | Verkaufsfläche abs. | Verkaufsfläche v.H. |
| Lebensmittel                        | 4.030                | 3.100                | -930                | -23,1%              |
| Gesundheits- und Körperpflegebedarf | 1.480                | 1.180                | -300                | -20,3%              |
| Bekleidung                          | 4.490                | 3.535                | -955                | -21,3%              |
| Schuhe                              | 770                  | 880                  | 110                 | 14,3%               |
| Uhren, Schmuck, Optik               | 90                   | 265                  | 175                 | 194,4%              |
| Haushaltswaren, GPK                 | 280                  | 1.410                | 1.130               | 403,6%              |
| Elektrowaren                        | 630                  | 1.175                | 545                 | 86,5%               |
| Bücher, Schreibwaren                | 410                  | 650                  | 240                 | 58,5%               |
| Möbel und Einrichtungsbedarf        | 6.720                | 7.715                | 995                 | 14,8%               |
| Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf  | 11.120               | 1.365                | -9.755              | -87,7%              |
| Spiel, Sport, Hobby                 | 160                  | 355                  | 195                 | 121,9%              |
| Sonstige                            | 70                   | 0                    | -70                 | -100,0%             |
| Einzelhandel                        | 30.250               | 21.630               | -8.620              | -28,5%              |

Quelle: eigene Erhebungen 2020



Es zeigt sich eine negative Entwicklung der Verkaufsfläche im Innenstadtzentrum von Eisenhüttenstadt. Seit 2009 gehen 8.620 qm Verkaufsfläche im Innenstadtzentrum verloren, das sind 28,5% der ursprünglichen Verkaufsfläche. Der Verlust entfällt auf den periodischen Bedarf, wo insgesamt 1.230 qm abgängig sind. Der aperiodische Bedarf verliert insgesamt 6.435 qm, wobei der größte Anteil auf die Sortimentsgruppe Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf entfällt. Die Schließung von Real und Praktiker verursachen diese kräftigen Verkaufsflächenrückgänge.

### **9.6.3 Abgrenzung von Einkaufslagen im Innenstadtzentrum von Eisenhüttenstadt**

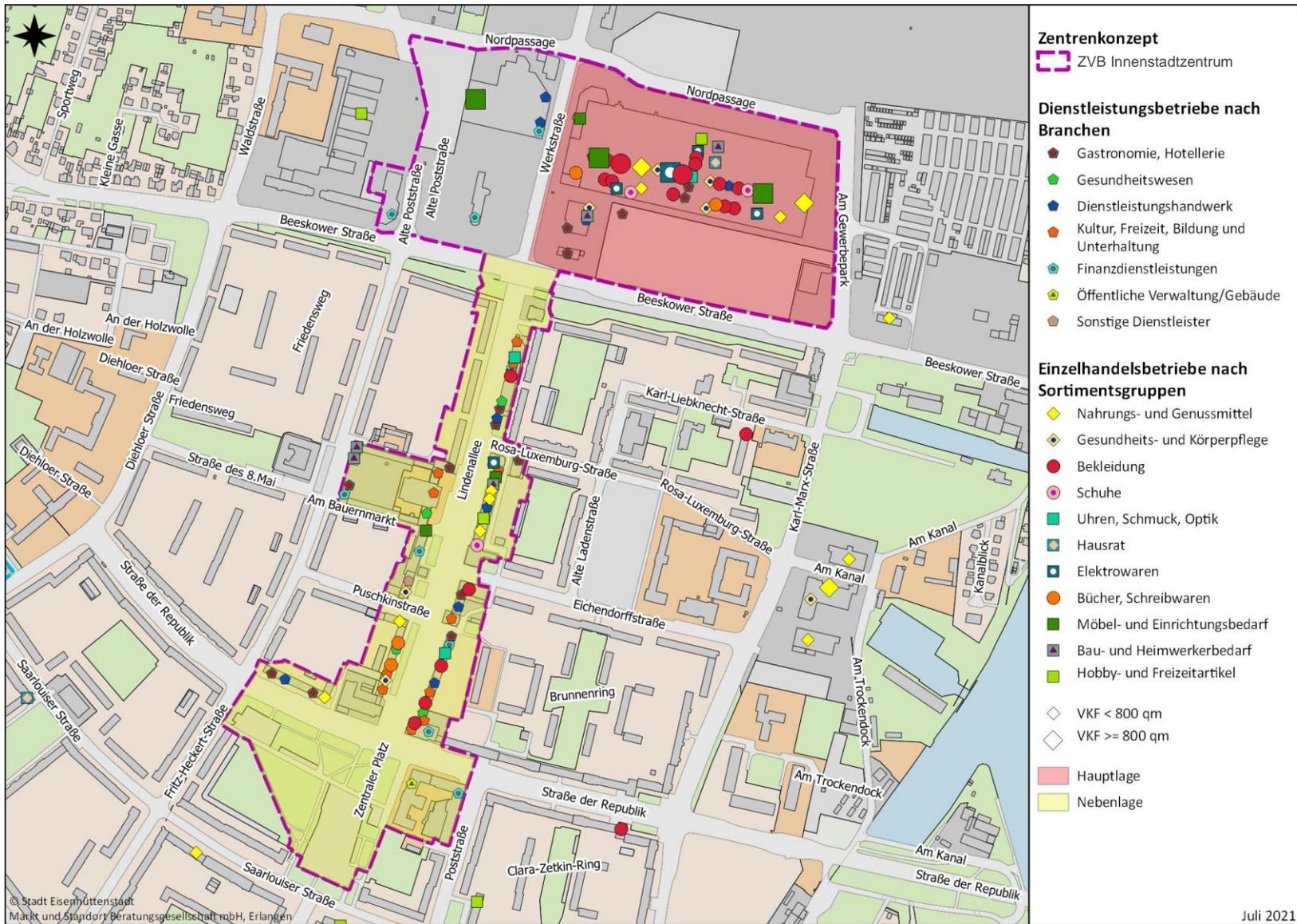
Eine typische Abgrenzung von Einkaufslagen in den Kategorien A-, B-, C-Lage macht aufgrund der besonderen städtebaulichen Struktur des Eisenhüttenstädter Innenstadtzentrums keinen Sinn. Eine weniger differenzierende Einteilung in Haupt- und Nebenlage ist, genau wie im Gutachten von 2009, eher sinnvoll

Die Hauptlage im Zentrum von Eisenhüttenstadt ist eindeutig in Bezug auf Geschäftsbesatz, Filialistenanteil und Passantenfrequenzen das City Center. Im Gutachten aus dem Jahr 2009 wurde auch der südliche Bereich der Lindenallee zwischen Rosa-Luxemburg-Straße und Straße der Republik als Hauptlage eingestuft, was heute aufgrund des seit damals eingetretenen Verkaufsflächenverlustes und der damit verbundenen rückläufigen Passantenfrequenzen nicht mehr möglich ist.

Die Trennung der beiden Bereiche Lindenallee und City Center hat sich seit damals verschärft. An eine spürbare Verbesserung der Verbindung und der Idee des „Knochenprinzips“ mit einen zweiten „Knochenkopf“ als Ergänzung zum City Center auf dem Zentralen Platz ist konzeptionell nicht mehr zu denken.



Abbildung 84 Einkaufslagen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum



Quelle: eigene Darstellung und Erhebungen 2021



#### 9.6.4 Entwicklungsziele und Handlungsempfehlungen

Eine der Kernzielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Eisenhüttenstadt ist die Stärkung, Entwicklung und Sicherung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadtzentrum.

Der Standort mit der höchsten Priorität für die Einzelhandelsentwicklung ist das Innenstadtzentrum von Eisenhüttenstadt. Wesentliche Merkmale wie:

- die Multifunktionalität,
- die Angebotsvielfalt und -qualität,
- die Aufenthaltsqualität

sollen ausgebaut und weiterentwickelt werden. Dies soll durch die Weiterentwicklung vorhandener Ansätze und die Förderung neuer Entwicklungsschwerpunkte erreicht werden.

Die Expansionsbemühungen der Einzelhandelskonzerne, der regionalen Filialisten und der Einzelbetriebe sollten sich, ob großflächig oder nicht, auf das Innenstadtzentrum konzentrieren. Hier ist die **Vielfalt** zu stärken und die **Innovation** und **Diversifikation** der Zielgruppenangebote zu fördern.

Zunächst heißt dies für das Innenstadtzentrum von Eisenhüttenstadt, die aktuellen Probleme zu lösen. Dem **City Center** kommt ein erheblicher Beitrag zur positiven Entwicklung des Innenstadtzentrums zu. Für das City Center sind folgende Kernzielsetzungen und Maßnahmenschwerpunkte umzusetzen:

- Sicherung der Magnetbetriebe für das gesamte Innenstadtzentrum,
- Erhalt der Attraktivität der Magnetbetriebe durch ständige Modernisierung, Entwicklung und Angebotsoptimierung,
- Weiterentwicklung des attraktiven Filialistenbesatzes,
- Verbesserung der Selbstpräsentation und Aufenthaltsqualität.

Konkret ist die Stabilität des City Centers zu befördern, indem die derzeit vorhandenen Leerstände möglichst zeitnah und vor allem mit positiver Wirkung auf die Gesamtattraktivität des Centers beseitigt werden sollten. Mit der Vermietung an Kik und an das Dänische Bettenlager konnten erhebliche Flächen wieder belegt werden. Mit den weiteren Vermietungen sollte vermehrt auf die in der Haushaltsbefragung ermittelten Verbraucherwünsche, beispielsweise nach attraktiven Bekleidungs- und Schuhangeboten, eingegangen werden. Die Ergänzung durch einige markenorientierte, bekannte Filialisten wäre wünschenswert.

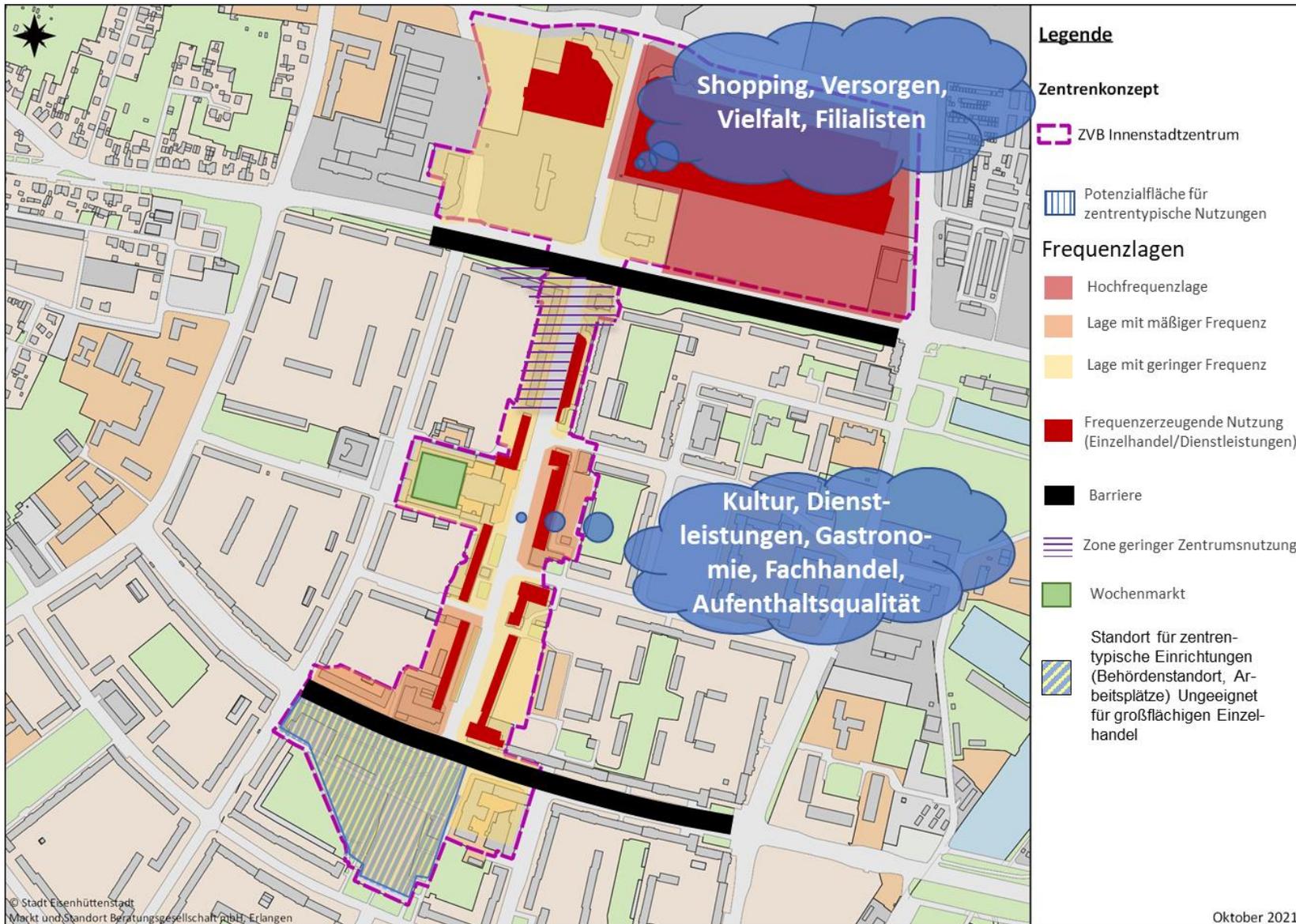
Für die **Lindenallee** sind die Entwicklungsziele anderer Art. Hier sind die Flächenpotenziale und baulichen Strukturen nicht für die Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel geeignet. Die durchgängig geringen Verkaufsflächengrößen machen die Ansiedlung innenstadtypischer Filialisten nahezu unmöglich. Der ein oder andere Filialist auf kleiner Fläche ist ansässig, jedoch ist dieses Angebot mangels geeigneter Flächen nicht maßgeblich ausbaubar. Deshalb sind für die Lindenallee die folgenden Ziele und Maßnahmenkomplexe möglichst umzusetzen:

- Entwicklung von Fachhandel und Spezialisten forcieren,
- Dienstleistungsbesatz verdichten,
- gastronomisches Angebot, insbesondere im Straßenraum, erweitern,
- Aufenthaltsqualität durch ergänzende Maßnahmen im öffentlichen Raum optimieren,
- kulturelle Angebote konzentrieren,
- Aktionen, verkaufsoffene Sonntage, öffentliche Feste nutzen,
- Wochenmarkt als Kundenmagnet fördern.

Städtebauliche Zielsetzung für das gesamte Innenstadtzentrum ist nicht mehr die gleichmäßige Verteilung von Magnetbetrieben und Filialisten über die gesamte Distanz der Einkaufslagen. Die Idee einer Frequenzerzeugung durch das sogenannte „Knochenmodell“ mit zwei großen Magneten (City Center im Norden und ein weiterer großer Magnet auf dem Zentralen Platz) konnte seit 2009 nicht realisiert werden. Auch gibt es keinerlei Entwicklungssätze zum Anstoß einer solchen Entwicklung, so dass die Idee der gleichartigen Entwicklung beider Innenstadtquartiere als gescheitert gewertet werden muss. Trotzdem sind Bemühungen zur Verbesserung der gegenseitigen Anbindung durch städtebauliche Maßnahmen sinnvoll und notwendig.



Abbildung 85 Standortkonzept ZVB Innenstadtzentrum (Grundzüge)





Somit ist eine funktionale und räumliche **Verbindung der Innenstadtquartiere** nördlich und südlich der Beeskower Straße aufgrund der fehlenden städtebaulichen Voraussetzungen nur sehr eingeschränkt möglich. Die Barrierewirkung der breiten Verkehrsachse wird durch die Distanzen zur Überwindung des großen Parkplatzes des City Centers ebenso verstärkt, wie durch die fehlenden frequenzerzeugenden Nutzungen im nördlichsten Abschnitt der Lindenallee zwischen Beeskower Straße und Rosa-Luxemburg-Straße. Der fußläufige Wechsel zwischen beiden Quartieren ist für Passanten aufwändig und wird nur allzu selten genutzt. Dies liegt in erster Linie an den Distanzen und dem wenig attraktiven Wegeumfeld. Verbesserungsmöglichkeiten sind im städtebaulichen Bereich in Bezug auf die Gestaltung der öffentlichen Gehwege und deren geschäftlichem Umfeld sowie in der Schaffung eines sicheren, angenehmen und möglichst kurzen Fußweges über den Parkplatz des City Centers zu sehen.

So legt die angepasste Entwicklungsstrategie für das Innenstadtzentrum von Eisenhüttenstadt eine Ergänzungsfunktion der beiden Innenstadtquartiere zugrunde. Beiden Quartieren sind eindeutige und in den jeweiligen Quartieren bereits gut vertretene Entwicklungsschwerpunkte zuzuordnen, die zum Wohle des Großen und Ganzen jeweils weiterentwickelt werden sollen. Die Spezialisierung der beiden Quartiere ist im Sinne einer ergänzenden Entwicklungsunterstützung durch Verstärkung zu nutzen. Nachhaltig zu erreichen sind Erfolge für das Quartier Lindenstraße insbesondere durch Ansiedlungen adäquater Fachhandelsbetriebe und Dienstleister im Sinne der folgenden Voraussetzungen.

Jeder Teil des Innenstadtzentrums benötigt eine eindeutige, eigenständige, aufeinander abgestimmte attraktive Funktion.

- Das City Center übernimmt hierbei die konsumnahe, hochfrequente Versorgungsfunktion mit Gütern aller Bedarfsstufen und soll alle notwendigen Optionen zur Weiterentwicklung bekommen.
- Eine Wettbewerbssituation zwischen City Center und Lindenallee soll nicht entstehen, Synergien sollen gefördert werden.
- In der Lindenallee sind Flächenpotenziale für ergänzende, spezialisierte oder ausgefallene Einzelhandelsangebote zu nutzen. Hier sind die Mietpreise deutlich günstiger als im City Center, so dass sich für Einzelbetriebsunternehmen Entwicklungsmöglichkeiten ergeben können.
- Für die Lindenallee sind hohe Passantenfrequenzen, vergleichbar zum City Center nicht erreichbar. Dagegen ist eine hohe Aufenthaltsqualität im Straßenraum durchaus wünschenswert und durch die Verstärkung entsprechender Nutzungen (Außengastronomie, Möblierung, Ruheräume etc.) machbar.
- Ergänzende Dienstleister und vor allem Gastronomiebetriebe, stellen neue Entwicklungsansätze dar.
- Der Wochenmarkt ist ein wichtiger Besuchermagnet, fördert die Frequenz im frequenzarmen Teil des Innenstadtzentrums und sollte in seiner Attraktivität gefördert und weiterentwickelt werden.

Die **Außengastronomie** im Innenstadtzentrum, speziell in der Lindenallee, sollte noch weiter ausgebaut werden. Außengastronomie fördert das Wohlbefinden und damit die Aufenthaltsqualität der Innenstadtbesucher. Sowohl der Bereich um das Friedrich-Wolf-Theater als auch die übrigen sehr breiten Gehsteigbereiche im Verlauf der Lindenallee eignen sich hierfür besonders.

**Flächenpotenziale** innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadtzentrum sind derzeit verfügbar. Der zentrale Platz ist nun nicht mehr als potenzieller Standort für einen Einzelhandelsmagneten vorgesehen. Stattdessen ist er als Standort für Behörden, Büronutzungen, touristische Einrichtungen, Dienstleister oder als Hotelstandort geeignet. Dies sind Nutzungen, die durch ihre Arbeitskräfte zusätzliches Nachfragepotenzial für das Innenstadtzentrum bieten könnten. Ähnliche Nutzungsoptionen sind auch für den Standort City Hotel Lunik sinnvoll.

Aus städtebaulicher Sicht wirkt die attraktive Wohnnutzung innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches, aber auch in direkter Nachbarschaft potenzialstärkend. Insofern sind Modernisierungs- und Ausbaumaßnahmen des Wohnbestandes im Innenstadtumfeld als äußerst günstig auch für die wirtschaftliche Nutzung des Innenstadtzentrums einzuschätzen.

Die Pavillonbauten auf der östlichen Seite der Lindenallee zwischen Rosa-Luxemburg-Straße und Beeskower Straße stören das Stadtbild erheblich. Sie sind in schlechtem baulichem Zustand und im



Laufe der Jahre unansehnlich geworden. Darüber hinaus konzentrieren sich hier erhebliche Leerstände, die die verbleibenden Nutzungen in ihrer Attraktivität schmälern. Zu empfehlen wäre hier der Rückbau und die Verlagerung der Verkaufsflächen in die dahinter liegenden Erdgeschosslagen der Wohnhäuser. So wäre die städtebaulich/optische Einheit der Lindenallee wiederhergestellt und weitere Flächennutzungspotenziale stünden im Sinne der Steigerung der Aufenthaltsqualität zur Verfügung.

### **9.6.5 Allgemeine Empfehlungen und Maßnahmen zur Stärkung des innerstädtischen Einzelhandels**

Grundlegend ist festzuhalten, dass der (innerstädtische) Einzelhandel noch Entwicklungspotenziale in der Angebotserweiterung und -qualifizierung sowie in der Konzentration der Einkaufslagen besitzt.

Darüber hinaus sollte eine Optimierung der Rahmenbedingungen im Innenstadtzentrum oberste Priorität für eine funktionierende innerstädtische Einzelhandelslandschaft erhalten. Hierzu zählt besonders die Verbesserung (baulich, qualitativ, marketingtechnisch) vieler innerstädtischer Einzelhandelsstandorte.

Zudem sollten hier in Zukunft sämtliche Möglichkeiten einer impulsgebenden Revitalisierung nachdrücklich verfolgt werden, um eine Stärkung und Aufwertung aller innerstädtischen Lagen zu forcieren.

In erster Linie sind die eingeschränkten Standortmöglichkeiten (fehlende größere, zusammenhängende Verkaufsflächen im Bereich der Lindenallee) in guter Lage dafür verantwortlich, dass Ansiedlungserfolge ausblieben. Trotz dieser bekannten Probleme gelang es immer wieder, kleinere Fachgeschäfte im innerstädtischen Bereich anzusiedeln, die den Branchenmix weiter optimieren und aufrechterhalten.

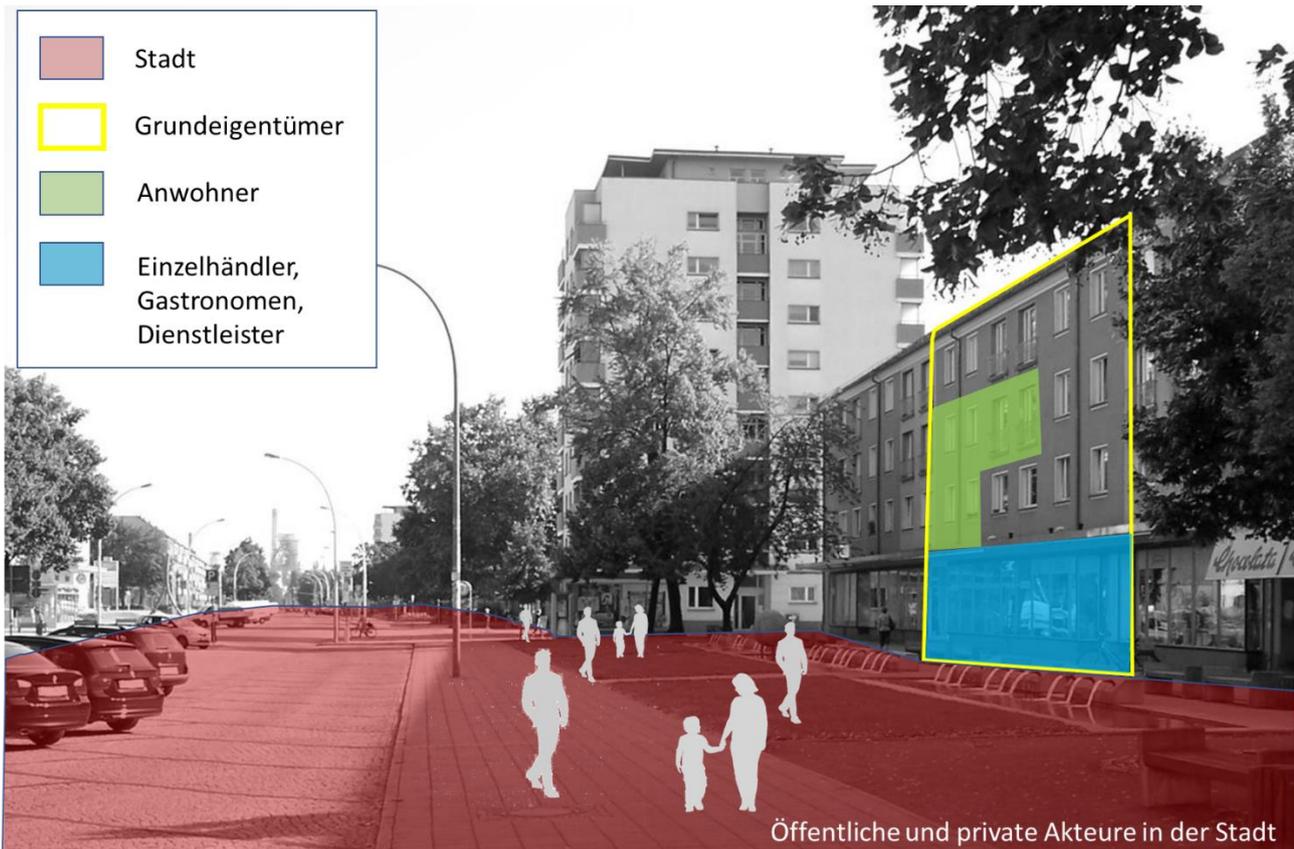
Die vorgeschlagene Aufgabenteilung zwischen City Center einerseits und Lindenallee andererseits wird den stadträumlichen Gegebenheiten und Voraussetzungen gerecht und schafft Entwicklungschancen für beide Innenstadtareale.

Die hohe Mobilität der Kunden führt zugleich zu gestiegenen Ansprüchen in Hinsicht auf die Erlebnisvielfalt während des Einkaufs und die Aufenthaltsqualität bzgl. des Stadtbilds.

Nur die strukturierte und zielgerichtete Zusammenarbeit aller Akteure (siehe Schaubild Akteure in der Stadt) ermöglicht eine zielführende und positive Entwicklung des Einzelhandels.



Abbildung 86 Akteure in der Stadt



Quelle: eigene Darstellung

Das Innenstadtzentrum bietet heute ein annehmbares Attraktivitätsniveau. Es bieten sich zahlreiche Ansätze für eine strukturelle und qualitative Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereiches. Ziel muss es sein, die Kunden durch ein angenehmes und hochwertiges Einkaufsumbiente länger zum Verweilen im Innenstadtzentrum zu animieren. Dabei spielen folgende Punkte eine wichtige Rolle:

- Einkaufserlebnis
  - Geschäftsvielfalt
  - Einkaufsbummel
  - Qualität der Ware
  - Qualität der Beratung
  - Ergänzende gastronomische und touristische Angebote
- Einkaufsbedingungen
  - Parkmöglichkeiten
  - Städtebauliche Qualität
  - Preisniveau
  - Distanzen
  - Öffnungszeiten (einheitliche Kernöffnungszeiten)
- Berücksichtigung und Bindung der Wohnbevölkerung in den umliegenden Gemeinden

Die **Aufenthaltsqualität** und die **damit verbundene Verweildauer** sind zwei maßgebliche Stell-schrauben einer zukunftsfähigen Innenstadtentwicklung. Diese Ansprüche können durch **gemeinsame Anstrengungen** seitens der Stadt, der Händlerschaft und der Immobilien- und Grundeigentümer befriedigt werden. Neben der Wohnbevölkerung bilden die regelmäßigen Gäste aus der Nähe (Einzugs- und Ergänzungsgebiet) sowie Touristen (Fernbereichswirkung) ein weiteres Potenzial ab.

Die folgenden Maßnahmen sind unter dem Blickwinkel der Abbildung 86 „Akteure in der Stadt“ zu verstehen und bedeuten eine klare Beachtung der jeweiligen Zuständigkeiten!



Folgende Maßnahmen (nicht abschließend) sind dazu einsetzbar:

### **Maßnahmen der Stadt Eisenhüttenstadt**

- Optimierung der Kommunikation der guten Parkplatzsituation,
- Erhalt der städtischen Substanz (soweit zielführend und/oder imageprägend),
- Gestaltung der Fahr- und Gehwege (Verwendung von fußgängergerechten Materialien sowie Verbesserungen für Menschen mit Mobilitätseinschränkungen/ Behinderungen),
- Erhalt und Ausbau der Stadtmöblierung und -beschilderung,
- Unterstützung bei der Weiterführung der Sanierung einzelner Objekte (Stadtbildverbesserung),
- Beseitigung der Pavillonbauten im oberen Teil der Lindenallee und bauliche Aufwertung des Straßenabschnittes,
- Unterstützung bei der ergänzenden Ansiedlung von Fachmärkten im City Center,
- Bestandspflege durch vorsorgliche Bebauungsplanung (Textbebauungsplan Einzelhandel)
- Weiterführung der kommunalen Impulse (z.B. Modernisierungsmaßnahmen Wohnungsbau)

### **Maßnahmen der Einzelhändler, Dienstleister, Handwerker und Immobilien- und Grundeigentümer**

- Zusammenlegung von Ladenflächen, gemeinsame Entrées schaffen in der Lindenallee
- Innovative Erneuerung und Weiterentwicklung der Schaufenstergestaltung einiger Ladengeschäfte
  - Klare Gestaltung und Strukturierung und Schaffung von Blickfängen
  - Punktuelle Beleuchtung
- Erneuerung der teilweise überalterten Ladeneinrichtung
- Transparente Gestaltung der Ladeneingangssituation (Senkung der Hemmschwelle zum Betreten eines Ladengeschäftes)
- Verständigung auf einheitliche Kernöffnungszeiten
- Lieferservice oder Pick-Up Points (zentrale Abholstationen für Betriebe an infrastrukturellen Schnittpunkten wie z.B. Eingang zu Parkhäusern) verwirklichen
- Schulung des Personals
  - Qualifizierungsmaßnahmen für die Fachberatung
  - Durchgängige Freundlichkeit
  - Information über zusätzlich Serviceleistungen (cross-selling)
- Erhalt und Weiterentwicklung der Werbemaßnahmen (Faustregel des Werbebudgets: 3-5% des Umsatzes)
  - Wahrung der Kontinuität
  - Aufbau und Pflege von Kundendateien
  - Überprüfung der Werbereichweiten bei Gemeinschaftsaktionen
- Moderierte Immobiliengespräche zur Wirtschaftsförderung
- Internet und Onlinemarketing (Web-Shops, Virtuelles Kaufhaus, QR-Codes, Gratis WLAN, etc.)
- Erhalt der privaten, historischen Bausubstanz (soweit zielführend und/oder imageprägend)

### **Gemeinsame Maßnahmen**

- Beleuchtungskonzept für die Ladengeschäfte, historische bzw. stadtbildprägende Bauwerke und auch Wohnimmobilien
- Pflege des Ensembles
- Sauberkeit der Straßen und Geschäftslagen
- BID
- Fortführung des Stadtmarketings
- Entwicklung des Zentralen Platzes mit Dienstleistungs-/Behördennutzung
- Zusätzliche Ansiedlung oder Erweiterung des bestehenden Elektrofachmarktes innerhalb des ZVB Innenstadtzentrum



## 9.7 Zentraler Versorgungsbereich Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg

### 9.7.1 Absatzwirtschaftliche Ausstattung

Das Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg ist, als historisch gewachsenes Zentrum und ehemals eigenständige Gemeinde im Südosten des Stadtgebietes, städtebaulich gesehen das wichtigste gewachsene Zentrum neben dem Innenstadtzentrum in Eisenhüttenstadt. Die städtebauliche Gestalt und Struktur zeigen insbesondere mit dem historischen Stadtzentrum die ehemalige Bedeutung des heutigen Nebenzentrums. Der Erhalt und die Weiterentwicklung der Funktionsfähigkeit dieses Nebenzentrums ist städtebauliches Ziel der Stadt Eisenhüttenstadt.

Während zum Zeitpunkt der Erhebungen im Jahr 2009 im zentralen Versorgungsbereich Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg insgesamt 20 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 1.500 qm ermittelt wurden sind es heute in der gleichen Abgrenzung noch 12 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von nur noch 965 qm. Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches wird in diesem Gutachten erweitert um den damals noch nicht existenten Netto Markt, so dass aktuell 13 Betriebe innerhalb der neuen Abgrenzung ansässig sind und die Verkaufsfläche im Vergleich zu 2009 auf insgesamt 1.710 qm gestiegen ist. Damit einhergehend ist das Nahversorgungsangebot innerhalb des Zentrums erheblich verbessert worden.

Innerhalb der alten Grenzen des zentralen Versorgungsbereiches hat die Versorgungsbedeutung Fürstenbergs im Vergleich zu 2009 nochmals abgenommen. An der unzureichenden Angebotssituation, die schon 2009 beklagt wurde, hat sich bis heute kaum etwas verändert. Im Gegenteil, innerhalb der alten Grenzen ist sie gesunken. Durch die Ansiedlung des Netto Discounters in der Fürstenberger Straße konnte die Nahversorgung in Fürstenberg spürbar verbessert werden. Eine Potenzialfläche innerhalb des historischen Zentrums stand nicht zur Verfügung. Der neue Netto Standort schmiegt sich unmittelbar an den historisch gewachsenen zentralen Versorgungsbereich an. Aufgrund dieser räumlich engen Situation ist eine Einbeziehung des neuen Standortes in den zentralen Versorgungsbereich geboten. Insofern hat sich alles in allem das Einzelhandelsangebot in Fürstenberg deutlich verbessert. Man muss gleichzeitig feststellen, dass die 2009 schon beklagte Leerstandssituation bis heute nicht spürbar besser geworden ist.

Die Zahl der Dienstleistungsbetriebe mit Standort innerhalb des ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg ist hoch. Zum Zeitpunkt der Erhebung waren 46 Dienstleistungsbetriebe ansässig. Der mit Abstand größte Teil der Dienstleistungsbetriebe nutzt kleine Flächen, zum Teil ehemalige Einzelhandelsflächen. So sind diverse Nachnutzungsstrategien für ehemalige Einzelhandelsflächen zu beobachten, indem beispielsweise Arztpraxen Erdgeschossflächen nutzen oder verschiedenste Büroflächen kleine frühere Einzelhandelsgeschäfte nutzen. Somit ist hier der für weniger starke Einkaufslagen typische Strukturwandel in den Innenstädten gut zu beobachten, indem Einzelhandelsnutzungen zu Gunsten von Dienstleistungsnutzungen ausgetauscht werden. Ohne diese starke Präsenz der Dienstleistungsbranche hätte sich das Leerstandsproblem im ZVB Nebenzentrum Fürstenberg seit 2009 erheblich verschärft.

Folgende Verteilung der Dienstleistungsunternehmen auf die Dienstleistungsbranchen findet sich derzeit im ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg

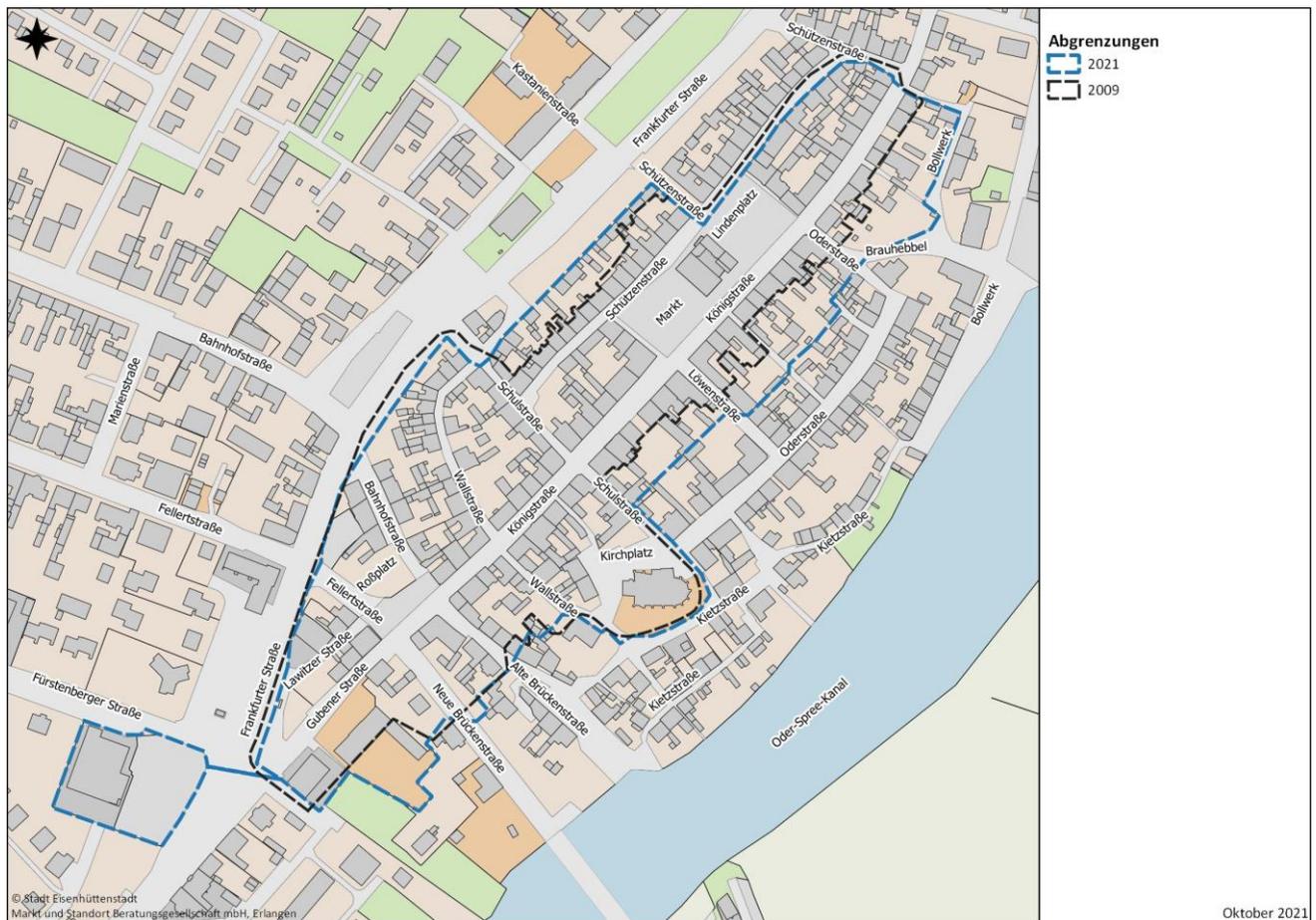
**Tabelle 19 Dienstleistungsbetriebe im ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg**

| Branche                                    | Betriebe abs. |
|--|---------------|
| Gastronomie, Hotellerie                    | 6             |
| Gesundheitswesen                           | 6             |
| Dienstleistungshandwerk                    | 4             |
| Kultur, Freizeit, Bildung und Unterhaltung | 4             |
| Finanzdienstleistung                       | 14            |
| Öffentliche Verwaltung/Gebäude             | 2             |
| Sonstige Dienstleister                     | 10            |
| Gesamt                                     | 46            |

Quelle: eigene Erhebung 2021



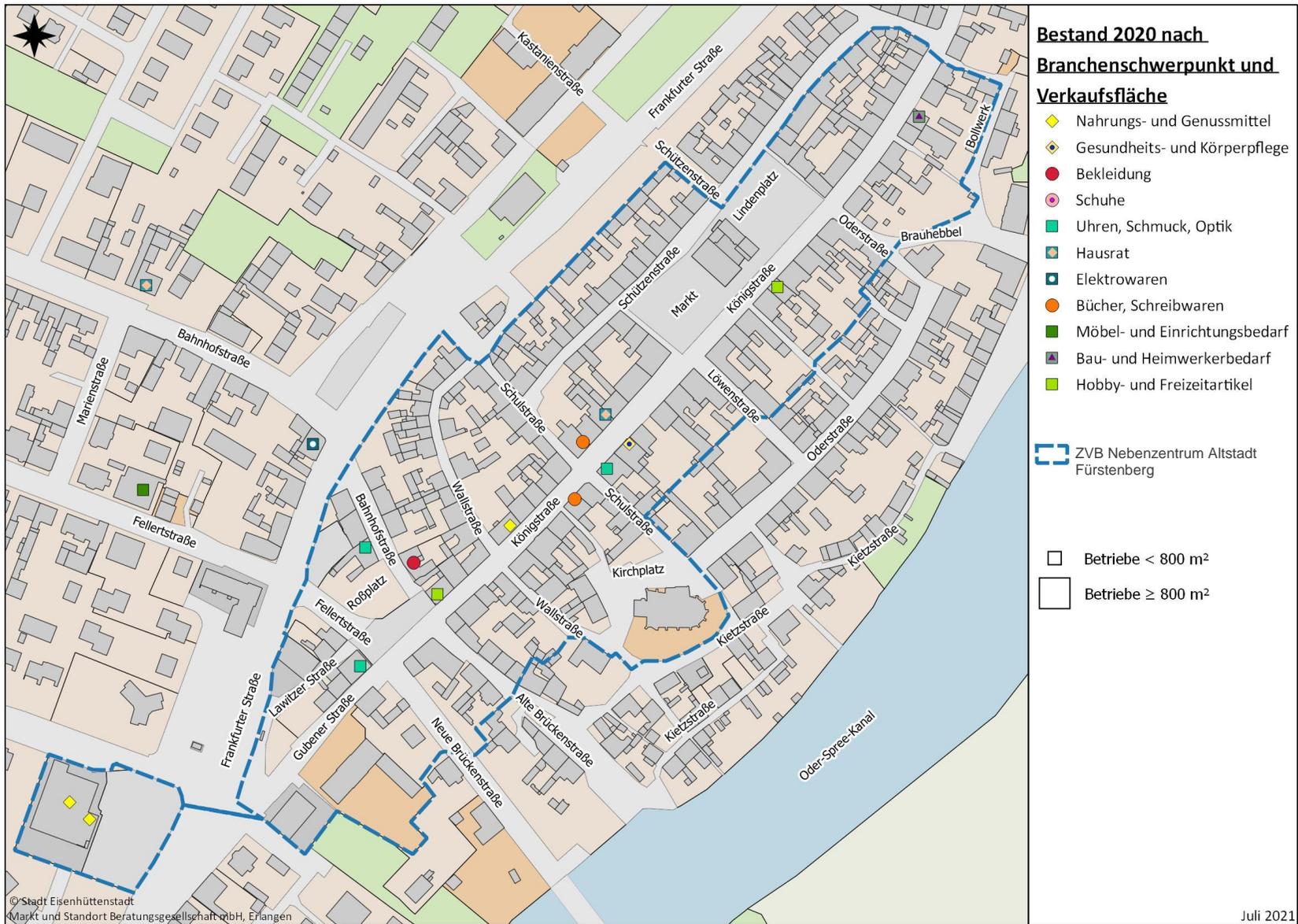
Abbildung 87 Veränderung der Abgrenzung „ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg“



Quelle: eigene Darstellung



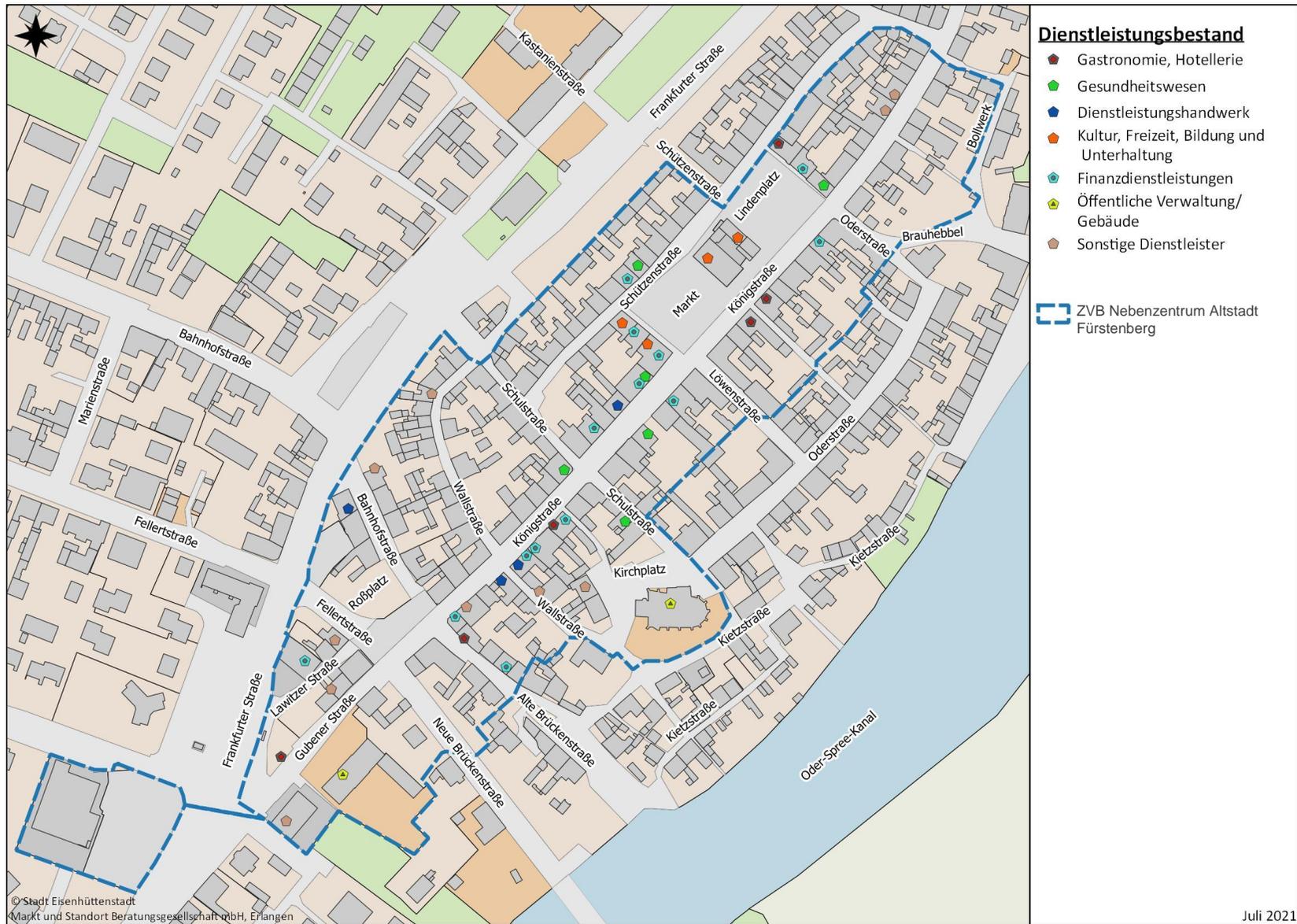
Abbildung 88 Einzelhandelsbestand 2021 ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung, 2021, Abgrenzung Einzelhandelskonzept 2009



Abbildung 89 Ergänzende Nutzungen (Dienstleistungsbestand 2021) ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung, 2021, Abgrenzung Einzelhandelskonzept 2009



## 9.7.2 Ausgangssituation

|   |  |
|---|--|
| <b>Status</b>   | Der zentrale Versorgungsbereich Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg ist als Nebenzentrum eingestuft und erreicht in der formellen Hierarchie im Vergleich zum Innenstadtzentrum eine abgestufte Versorgungsbedeutung.  |
| <b>Versorgungsgebiet</b>                                    | Der ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg liegt im Südosten und erreicht den Stadtteil Fürstenberg mit rund 4.700 Einwohnern.  |
| <b>Versorgungsaufgabe</b>                                   | Als Nebenzentrum hat der ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg lokale Versorgungsaufgaben zu übernehmen. Neben ergänzenden Angeboten des aperiodischen Bedarfsbereiches werden Güter des täglichen Bedarfes vorgehalten. Der Schwerpunkt der Versorgung liegt in der Nahversorgung. Das Niveau der aperiodischen Versorgung ist eher fachhandelsorientiert.  |
| <b>Magnetbetriebe</b>                                       | Als Magnetbetrieb im Sinne der Großflächigkeit ist nur ein Netto-Discounter außerhalb der altstädtischen Strukturen ansässig. Einzelne Fachhandelbetriebe in der Altstadt können teilweise aufgrund ihrer Anziehungskraft (z.B. Uhren Karge, Juwelier Lewe, Fürstenberger Sporteck) Magnetcharakter über den Stadtteil hinaus entfalten. .   |
| <b>Absatzwirtschaftliche Bewertung</b>                      | <p>Der Geschäftsbesatz ist mit 13 Einzelhandelsbetrieben nicht sonderlich dicht. Die Größenstruktur ist bestimmt durch den größeren Lebensmittelanbieter (Netto), der ungefähr 45% der Verkaufsfläche des gesamten Zentrums belegt. Ergänzende Angebote aus dem Dienstleistungssektor kommen mit 46 Betrieben mehr als dreimal so häufig wie Einzelhandelsbetriebe vor. Sie konzentrieren sich auf Finanzdienstleistungen (30%), Gesundheitswesen (13%) und Gastronomie (13%). Die übrigen Betriebe verteilen sich auf andere Dienstleistungsbranchen. Die Angebotsergänzungen erzeugen Ansätze von Multifunktionalität, die zur Einstufung eines Nebenzentrums wichtig sind.</p> <p>Der Wochenmarkt im ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg ist ein Frequenzbringer der auf seinem neuen Standort auf dem Marktplatz Kundenfrequenz in die Altstadt zieht.</p> |
| <b>Städtebauliche Bewertung</b>                             | <p>Trotz der baulichen Kompaktheit des historischen Zentrums wirkt der Geschäftsbesatz lückenhaft. Er konzentriert sich im Wesentlichen auf die Hauptachse der Königstraße sowie die beiden zentralen Plätze (Marktplatz und Lindenplatz).</p> <p>Die städtebauliche Gestaltung ist durch den historischen und kleinteiligen Stadtgrundriss geprägt. Dies führt auch zu einer kleinteiligen Angebotsstruktur, die für die meisten Einzelhandelsbetriebe und Dienstleistungsbetriebe die Möglichkeiten einschränkt. Auch die Leerstände im ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg sind entsprechend strukturiert, so dass nur kleine Flächeneinheiten als Vermietungspotenzial zur Verfügung stehen. Immerhin sorgt der Wochenmarkt auf dem Marktplatz für eine begrenzte Frequenzwirkung.</p>   |
| <b>Abgrenzung des ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg</b> | <p>Die Abgrenzung des ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg ist bestimmt durch den Stadtgrundriss der historischen Altstadt. Der ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg ist nordwestlich von der Frankfurter Straße und südöstlich durch den Verlauf des Oder Kanals begrenzt.</p> <p>Die Längenausdehnung reicht im Norden von der Schützenstraße bis im Süden zur Goethestraße und hat eine Länge von rund 600 Metern.</p> <p>Die „natürliche“ Grenze des ZVB wird im Südwesten durch den Netto Standort durchbrochen. Dabei führt die Einbeziehung des Netto Standortes durch den Verlauf der Frankfurter Straße zu einer städtebaulichen Barriere.</p>  |



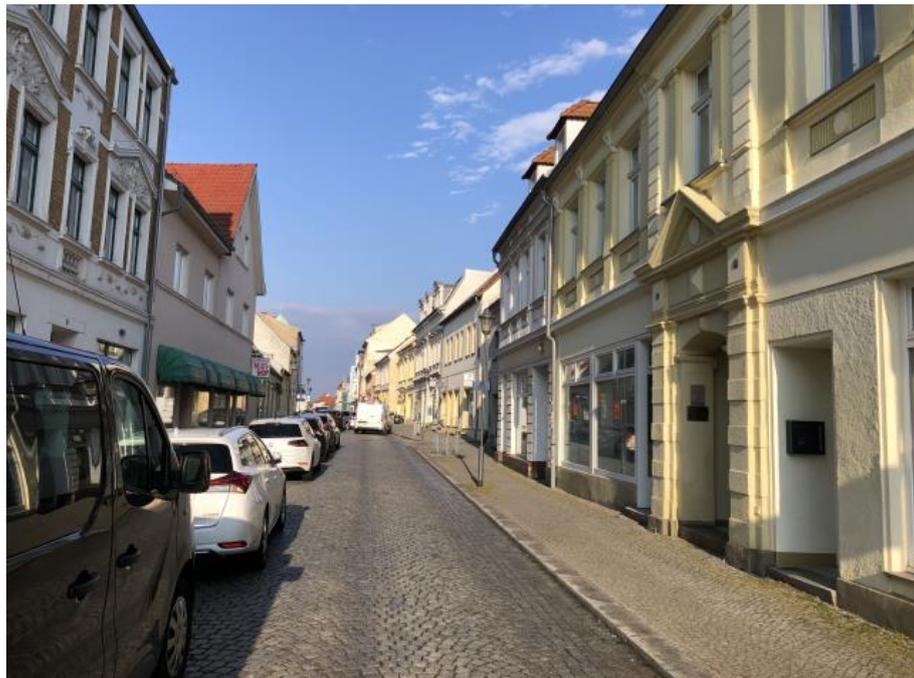
Die Grenzen des zentralen Versorgungsbereiches sind geprägt durch den Zuschnitt der Grundstücke innerhalb des Altstadtgebietes.

**ZVB Nebenzentrum  
Altstadt Fürsten-  
berg  
Marktplatz, Stand-  
ort des Wochen-  
marktes und gut  
genutzter Parkplatz**



Quelle: eigenes Foto, März 2021

**ZVB Nebenzentrum  
Altstadt Fürsten-  
berg  
geringe Passanten-  
frequenzen in der  
attraktiven  
Königstraße**



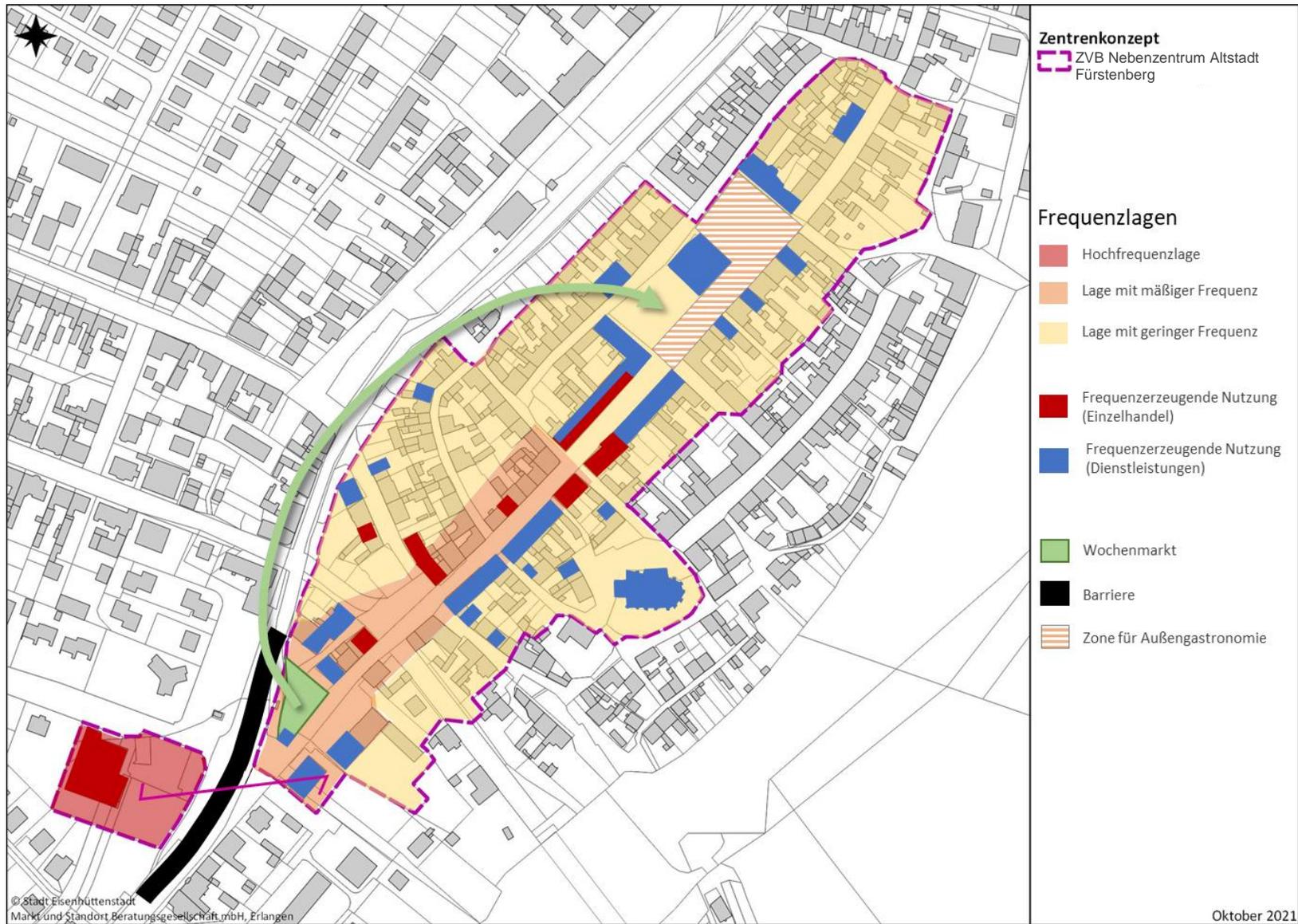
Quelle: eigenes Foto, März 2021

### 9.7.3 Entwicklungsziele

Die **Zentrenfunktion** des zentralen Versorgungsbereiches Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg für den Stadtteil soll erhalten bleiben. Die **traditionelle Orientierung** der dort wohnenden Bevölkerung auf das Zentrum soll genutzt und gefördert werden. Die **städtebaulichen Voraussetzungen** für eine positive Entwicklung sind vorhanden. Die Wohnnutzung wird ein wachsender und positiver Entwicklungsfaktor sein. Der ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg kann die erlittenen Funktionsverluste der vergangenen Jahre in Bezug auf den Einzelhandelsbesatz nicht wieder aufholen. Allerdings ist eine weitere Ausweitung der Dienstleistungsnutzungen, die ebenfalls eine zentrentypische Zentralität entwickeln können, möglich und zu befürworten.



Abbildung 90 Standortkonzept ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg





## 9.7.4 Handlungsempfehlungen

Die **Zentrenfunktion** soll beibehalten und weiterentwickelt werden. Die wesentlichen Merkmale wie:

- Städtebauliche und historische Einheit
- Konzentrierte gewerbliche Nutzungen in den Erdgeschosslagen
- Nahversorgungsfunktion
- Wochenmarkt

sind zu stärken.

Dabei wird die Versorgungsfunktion des Einzelhandels auf die Nahversorgung zurückgehen. Zentrenfunktion übernimmt zunehmend das Dienstleistungsangebot und die Gastronomie. Der ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg entwickelt sich zu einem attraktiven, angesagten Standort für Kreative, Gesundheitsdienstleistungen und Gastronomie. Diese Tendenz soll gefördert werden.

Die **Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg** aus dem Jahre 2009 wird überarbeitet. Die Einbeziehung des Netto Standortes in den ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg ist aus funktionalen und räumlichen Gründen geboten. Somit ist eine Querung der Frankfurter Straße in den ZVB einbezogen, wodurch eine Barrierewirkung innerhalb des ZVB akzeptiert wird.

Die **Nahversorgungsfunktion** wird durch die Einbeziehung des Netto Standortes gestärkt. Eine Weiterentwicklung des Netto Standortes ist damit auch über die Großflächigkeitsgrenze gewährleistet. Ein weiterer Ausbau der Nahversorgung sollte angestrebt werden. Dies könnte durch kleinere spezialisierte Anbieter, aber auch, bei Verfügbarkeit geeigneter Flächen, durch größere Betriebe geschehen.

Die Nutzung der Flächenpotenziale innerhalb des ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg wird kaum durchschlagende Effekte erzeugen können. Die Ladenleerstände im Zentrum haben nicht die notwendige Größe und Qualität, um moderne und zeitgemäße Einzelhandelskonzepte unterzubringen.

**Erweiterungswünsche** und **Neuansiedlungen** von Betrieben innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg sollten befördert und positiv begleitet werden. Dabei sollten die Ansiedlungen nicht auf Einzelhandel beschränkt bleiben, sondern auch die gesamte Dienstleistungspalette berücksichtigen. Großflächige Ansiedlungen oder Erweiterungen, insbesondere im Nahversorgungssektor, im räumlichen Umfeld außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg müssen auf ihre potenziell negativen Wirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich geprüft werden<sup>22</sup>.

Eine **Verdichtung des Betriebsbesatzes** (Handel und Dienstleistungen, insbesondere Gastronomie) in der Hauptachse (Königstraße) und rund um den Fürstenberger Markt sollte befördert werden.

Eine **städtebauliche Aufwertung** und die **Steigerung der Aufenthaltsqualität** um den **Markt** ist bereits vorgenommen worden. Der Wochenmarkt ist für den ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg ein attraktiver Anziehungspunkt. Er wird erhalten bleiben und weiterentwickelt werden. Eine Verlagerung des Wochenmarktes auf den Marktplatz in Fürstenberg vor dem historischen Rathaus wurde im Mai 2021 vollzogen. Dadurch ist der Kern des ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg belebt und aufgewertet worden.

**Außergastronomie** wertet das Zentrum auf und belebt den öffentlichen Raum. Sie steigert die Aufenthaltsqualität und wird die größten Effekte für das Fürstenberger Zentrum am Marktplatz im Umfeld des alten Rathauses erreichen. Dort ist die Ausweisung einer Außergastronomiezone sinnvoll, um eine zusätzliche Belebung des Zentrums zu erreichen. Der Wochenmarkt und die Außergastronomie werden sich gegenseitig in ihrer positiven und frequenzerzeugenden Weise verstärken.

---

<sup>22</sup> Siehe Handlungsgrundsätze B und D, in denen der Umgang mit nahversorgungsrelevanten Betrieben beschrieben wird. Handlungsgrundsatz B behandelt die Neuansiedlungen und Grundsatz D den Umgang mit dem Bestandsschutz



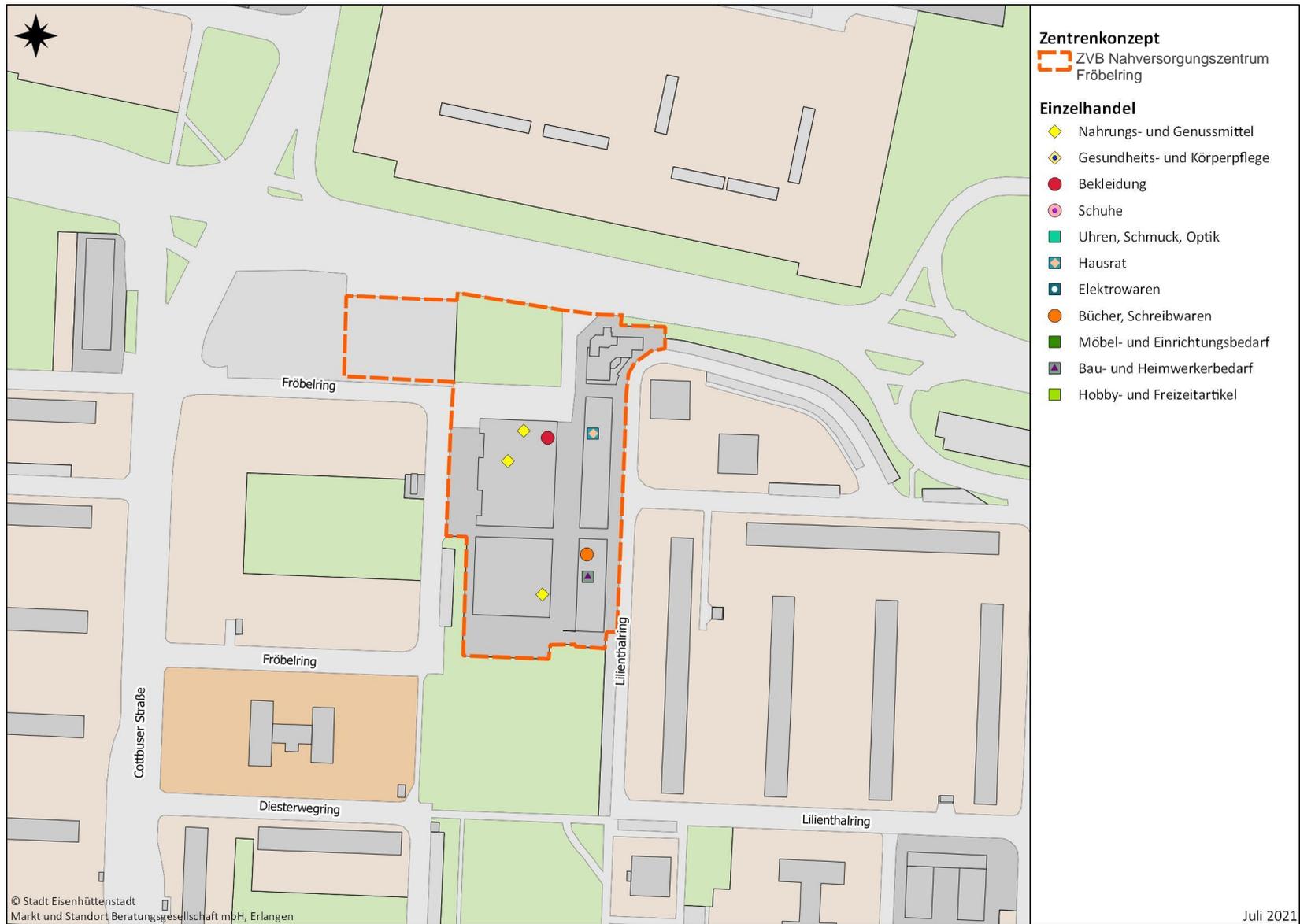
## 9.8 ZVB Nahversorgungszentrum Fröbelring

### 9.8.1 Gebietsbeschreibung

|  |   |
|--|---|
| <b>Status</b>                          | Der ZVB Nahversorgungszentrum Fröbelring, mit Zufahrt von der Straße der Republik aus, ist als Nahversorgungszentrum (NVZ) eingestuft und mit, im Vergleich zu den Nebenzentren, abgestufter Versorgungsbedeutung. Sie beschränkt sich im Wesentlichen auf die Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen Bedarfs.  |
| <b>Versorgungsgebiet</b>               | Der ZVB Nahversorgungszentrum Fröbelring liegt im zentralen Osten des Stadtgebietes und bindet Potenziale aus dem Kerngebiet der Stadt Eisenhüttenstadt (Wohnkomplex 6).  |
| <b>Versorgungsaufgabe</b>              | Als Nahversorgungszentrum hat der ZVB Nahversorgungszentrum Fröbelring die Versorgung der unmittelbaren Umgebung mit Gütern des täglichen Bedarfs zu gewährleisten. Die fußläufige Versorgung spielt im Segment der Nahversorgung eine wesentliche Rolle. Wie die Beschreibung der räumlichen Reichweite nahelegt, ist die Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums Fröbelring nicht nur fußläufig ausgerichtet.  |
| <b>Magnetbetriebe</b>                  | Als Magnetbetrieb fungiert der Lebensmitteldiscounter Netto. TEDI nimmt als zweiter Magnetbetrieb einen großen Teil der Verkaufsfläche ein. Kleinere ergänzende Shops runden das Angebot ab. Die Sparkassenfiliale ist in ein Selbstbedienungszentrum umgewandelt worden und hat Anziehungskraft für das Zentrum verloren.  |
| <b>Absatzwirtschaftliche Bewertung</b> | Der Geschäftsbesatz ist mit 7 Betrieben und einem größeren Lebensmittelanbieter (Netto) angemessen. Der Schwerpunkt des Verkaufsflächenangebotes von insgesamt 1.585 qm entfällt mit 700 qm auf den periodischen Bedarf. Bei den 885 qm aperiodisch belegter Verkaufsfläche handelt es sich vor allem um den zweiten Magnetbetrieb, den TEDI-Markt mit dem Sortimentsschwerpunkt Hausrat und Schreibwaren. Kleinere Fachgeschäfte und Dienstleister bilden eine gute Ergänzung für die Angebotsstruktur des Nahversorgungszentrums.             |
| <b>Städtebauliche Bewertung</b>        | <p>Der ZVB Nahversorgungszentrum Fröbelring ist kein gewachsenes Versorgungszentrum, sondern ein verkehrsgünstig gelegenes geplantes Nahversorgungszentrum. Es ist verkehrsorientiert im Hinblick auf den ÖPNV, aber auch für den Individualverkehr durch die günstige Lage an der Straße der Republik.</p> <p>Die Fußgängerfrequenz ist durchgängig gering. Die fußläufige Erreichbarkeit für die umliegende Bevölkerung ist gut. Trotzdem dürfte der Umsatzschwerpunkt des Nahversorgungszentrums eher beim autogestützten Kunden liegen.</p> |



Abbildung 91 2021 ZVB Nahversorgungszentrum Fröbelring





**ZVB Nahversorgungszentrum Fröbelring  
Netto als wichtigster  
Magnetbetrieb**



Quelle: eigenes Foto, März 2021

**ZVB Nahversorgungszentrum Fröbelring  
TEDI, der zweite  
Magnetbetrieb in der  
teilüberdachten Mall**



Quelle: eigenes Foto, März 2021

**Entwicklung im ZVB  
Nahversorgungszentrum Fröbelring**

Die Entwicklung des ZVB Nahversorgungszentrum Fröbelring ist seit 2009 weitgehend stabil.



### **Abgrenzung des ZVB Nahversorgungszentrum Fröbelring**

Die Abgrenzung des ZVB Nahversorgungszentrum Fröbelring ist bestimmt durch die genutzten Grundstücke. Die bauliche Struktur ist kompakt, ebenso wie die Abgrenzung. Eine eventuelle Ausweitung der Abgrenzung wäre grundsätzlich in Richtung Westen gegeben, wenn man die dortige Freifläche im Falle einer gewünschten Erweiterung einbeziehen würde.

### **9.8.2 Entwicklungsziele**

Die **Zentrenfunktion** des zentralen Versorgungsbereiches ZVB Nahversorgungszentrum Fröbelring für die Nahversorgung im zentralen östlichen Stadtgebiet soll erhalten und positiv entwickelt werden. Die **städtebaulichen Voraussetzungen** durch die gute Erreichbarkeit für den gesamten Modal Split machen das Nahversorgungszentrum wertvoll für die Grundversorgung. Diese Verkehrsgunst soll erhalten bleiben.

Das ZVB Nahversorgungszentrum Fröbelring soll die Nahversorgungsfunktion im zentralen Osten des Stadtgebietes ausfüllen, indem neben der Quantität auch die Qualität des Angebots mindestens auf heutigem Niveau gehalten wird. Die Wettbewerbswirkung durch den nahegelegenen nicht-integrierten Kaufland-Standort wirkt begrenzend auf die Entwicklungsmöglichkeiten des Standortes ein. Insofern ist eine Ausweitung des Wettbewerbseinflusses durch die Betriebe am Kaufland-Standort zu verhindern.

### **9.8.3 Handlungsempfehlungen**

Die **Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Nahversorgungszentrum Fröbelring** aus dem Jahre 2009 kann unverändert beibehalten werden.

Eine **Verdichtung des Betriebsbesatzes** (Neuansiedlung) durch einen Vollsortimenter wäre wünschenswert, ist innerhalb der derzeitigen Abgrenzung jedoch nicht realisierbar. Hinzu kommt die Wettbewerbswirkung des gegenüberliegenden Kaufland Standortes, der eine Ansiedlung derzeit verhindern dürfte. Kleinflächige ergänzende Anbieter aus dem periodischen Bedarfssegment und dem Dienstleistungssektor machen das Nahversorgungszentrum attraktiver und sollten im Rahmen der erschließbaren Flächenpotenziale (Leerstände) durchaus die Möglichkeit zur Ansiedlung erhalten.

**Erweiterungswünsche** von ansässigen Betrieben innerhalb des ZVB Nahversorgungszentrum Fröbelring, auch bei Großflächigkeit, sollten befördert und positiv begleitet werden. Vor allem ist die im Bau befindliche Erweiterung von Netto positiv zu bewerten. Die geplante Neuerrichtung eines Parkplatzes unmittelbar vor den Netto-Markt ist zu befürworten.

Großflächige Ansiedlungen oder Erweiterungen, insbesondere im Nahversorgungssektor, im **räumlichen Umfeld außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches** Nahversorgungszentrum Fröbelring, vor allem im Bereich des Sonderstandortes Kaufland, sollten entsprechend der Handlungsgrundsätze B und D auf ihre potenziell negativen Wirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich geprüft werden.

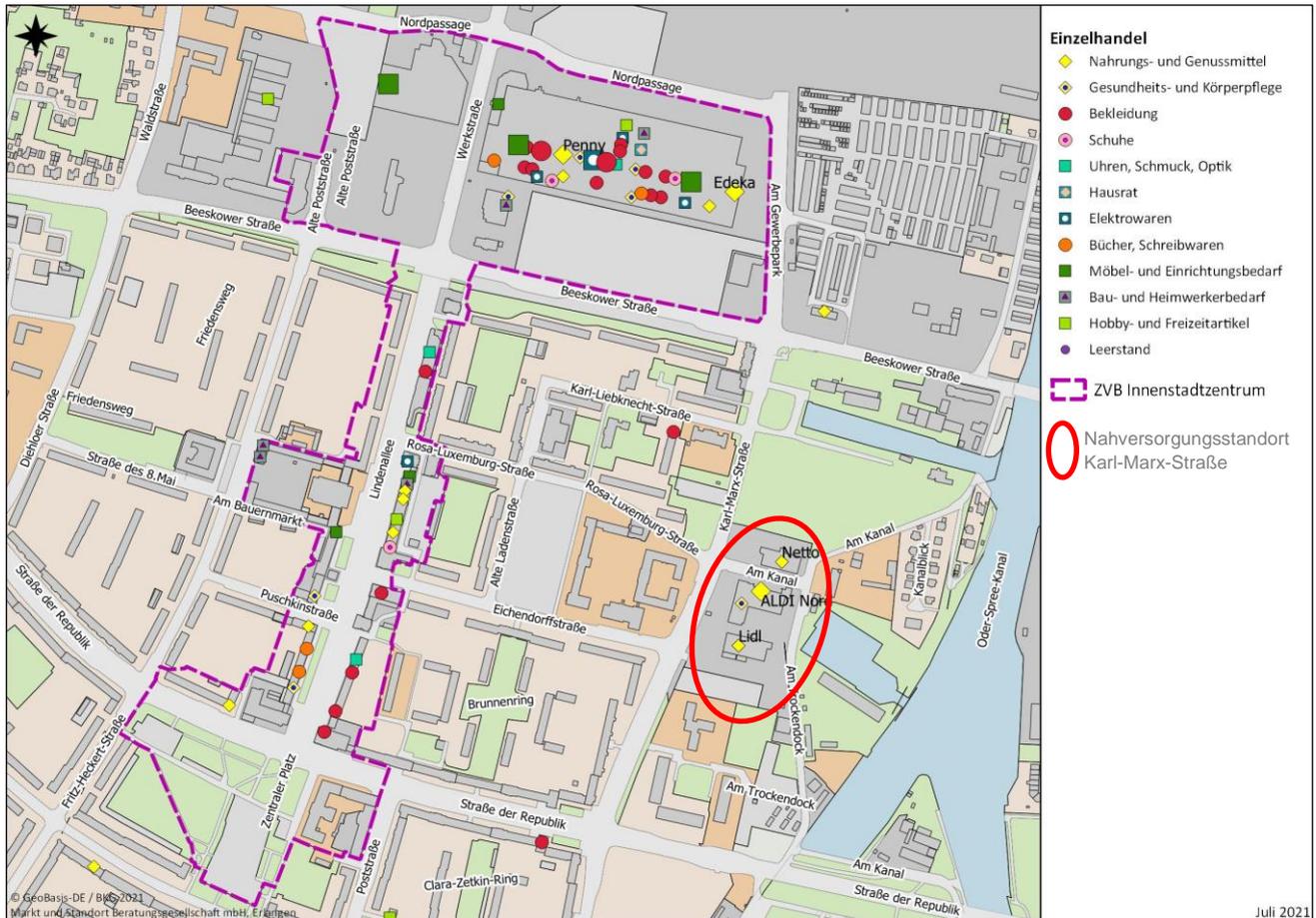


## 9.9 Nahversorgungsstandorte

### 9.9.1 Nahversorgungsstandort Karl-Marx-Straße

**Lage im Stadtgebiet** Die Ansammlung von Discountern in der Karl-Marx-Straße ist zentrumsnah in unmittelbarer Nähe zum ZVB Innenstadtzentrum. Insofern ist hier eine problematische Wettbewerbswirkung für den ZVB Innenstadtzentrum zu berücksichtigen.

Abbildung 92 Nahversorgungsstandort Karl-Marx-Straße



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung, 2021

#### **Bestand**

Insgesamt rund 2.400 qm Verkaufsfläche mit Nahversorgungssortimenten verteilen sich auf die drei Lebensmitteldiscounter Aldi, Lidl und Netto. Hinzu kommt noch eine Apotheke. Großflächigkeit im Sinne des §11 Abs.3 BauNVO ist aufgrund der Agglomerationssituation gegeben. Allerdings überschreitet derzeit nur Aldi die Großflächigkeitsgrenze.

#### **Siedlungsintegration**

Aufgrund der umliegenden Siedlungsstruktur ist der Standort als **wohnlagenintegriert** zu bewerten.

#### **Tragfähigkeit**

Das erreichbare Einwohnerpotenzial im fußläufigen Umkreis beträgt rund 8.000 Einwohner, was eine ausreichende Tragfähigkeit vermuten lässt.

#### **Entwicklungsoptionen**

Die integrierte Lage des Nahversorgungsstandortes und die vorhandene Tragfähigkeit zeigt die wichtige Nahversorgungsaufgabe dieses Standortes auf. Aufgrund der Lage innerhalb des fußläufigen Versorgungsbereiches des ZVB Innenstadtzentrum ist jedoch von einer erheblichen Wettbewerbswirkung auf die Nahversorgungsangebote im Innenstadtzentrum

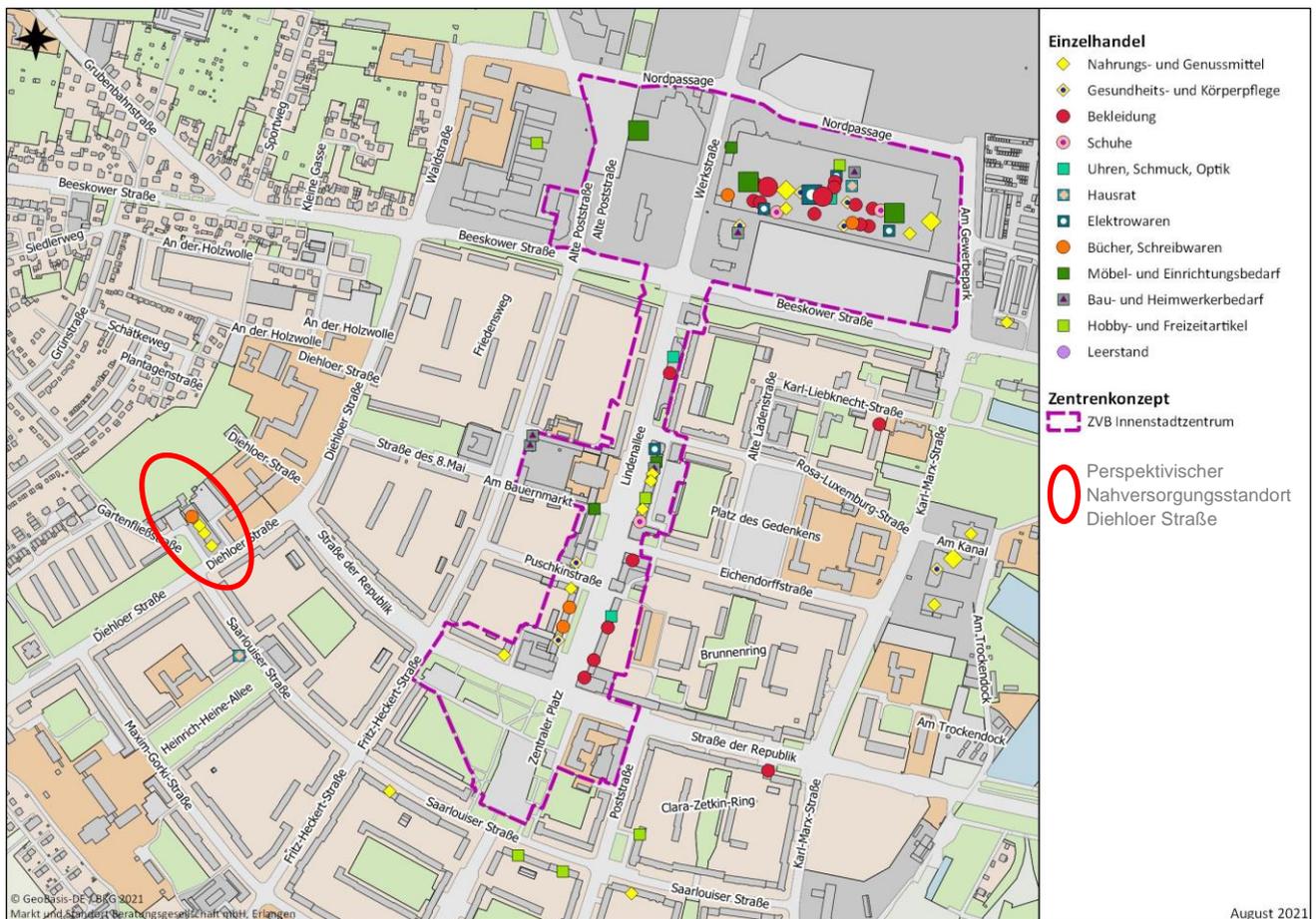


auszugehen. Deshalb ist eine Ausweisung als Nahversorgungszentrum mit einer freien Entwicklung im Nahversorgungssegment aus städtebaulichen Gründen nicht sinnvoll. Bestandsschutz für die ansässigen Betriebe ist jedoch gegeben. Eine gutachterliche Einzelfallprüfung jeder Veränderung ist in Bezug auf die Klärung der erwarteten Auswirkungen auf die innerstädtischen Angebotsstrukturen grundsätzlich erforderlich.

## 9.9.2 Perspektivischer Nahversorgungsstandort Diehloer Straße

**Lage im Stadtgebiet** Der Ausbau des Standortes an der Diehloer Straße kann die Nahversorgung im Stadtteil Schönfließ verbessern.

Abbildung 93 Perspektivischer Nahversorgungsstandort Diehloer Straße



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung, 2021

### Bestand

Derzeit ist ein kleiner NP-Discounter ansässig. Ergänzende Flächen stehen zum großen Teil leer. Es handelt sich laut Einzelhandelskonzept 2009 um einen Solitärstandort.



**Siedlungsintegration** Aufgrund der umliegenden Siedlungsstruktur ist der Standort als **wohnlagenintegriert** zu bewerten.

**Tragfähigkeit** Der Stadtteil Schönfließ sowie die angrenzenden Wohnkomplexe III und IV beinhalten insgesamt rund 6.000 Einwohner. Der Standort verfügt über ein ausreichendes Nahpotenzial, um eine Nahversorgungsfunktion für den Ortsteil Schönfließ übernehmen zu können.

**Entwicklungsoptionen** Im Einzelhandelskonzept 2009 wurde für den Stadtteil Schönfließ durch die Definition eines Suchraumes eine Standortentwicklung angeregt. Die Unterversorgung des westlichen Stadtteiles in Bezug auf die wohnungsnaher Versorgung ist offensichtlich und könnte durch die Etablierung des Nahversorgungsstandortes beseitigt werden.

Der aktuelle Standort um den NP-Markt ist räumlich beengt und in Bezug auf Parkmöglichkeiten nur begrenzt erreichbar. Leerstände, zu kleine Verkaufsflächeneinheiten und ein atypisches Umfeld (Sportanlagen) führen zu einer derzeit geringen Attraktivität des Standortes.

Mit der Ausweisung zum Nahversorgungsstandort Diehloer Straße wird der Zielsetzung Ausdruck verliehen, für den Stadtteil Schönfließ und die angrenzenden Areale die wohnungsnaher Versorgung zu verbessern. Im Vergleich zum Einzelhandelskonzept 2009 stellt die aktuelle Planung einen Fortschritt dar, da nun ein konkreter Standort für die weitere Entwicklung benannt werden kann.

Problematisch ist die starke Wettbewerbswirkung der beiden Sonderstandorte Marktkauf und Kaufland, die erhebliche Kaufkraftpotenziale binden und damit die Entwicklung dezentraler Nahversorgungsangebote maßgeblich verhindern können.

Der Nahversorgungsstandort Diehloer Straße wird lokale Versorgungsaufgaben übernehmen. Die Funktion beschränkt sich auf die Nahversorgung. Kleinere Angebotsergänzungen aus dem aperiodischen Segment sind sinnvoll.

Der Nahversorgungsstandort sollte, ergänzend zu dem ansässigen und möglicherweise zu erweiternden NP-Discounter, einen Vollsortimenter erhalten.



## 9.10 Sonderstandorte

Sonderstandorte dienen nicht der Nahversorgung und auch nicht zur Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Sortiment als Kernsortiment. Ihre Funktion beschränkt sich auf die Ergänzung des Angebotes in der Stadt Eisenhüttenstadt im Sinne einer Entlastung der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere des Innenstadtzentrums. Hier können großflächige Einzelhandelsangebote betrieben werden, deren Betriebsformen aufgrund des hohen Raumbedarfes und der nahezu ausschließlichen Autoorientierung in den zentralen Versorgungsbereichen keinen Platz finden können.

Wesentliche Voraussetzung für die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe in den ausgewiesenen Sonderstandorten ist die mangelnde Verfügbarkeit entsprechender Flächenpotenziale in den zentralen Versorgungsbereichen nach Maßgabe des Eisenhüttenstädter Standortkonzeptes. Darüber hinaus müssen die Kernsortimente des jeweiligen Betriebs in der Eisenhüttenstädter Liste als nicht-zentrenrelevant eingestuft sein. Im Kapitel 9.3 sowie im Handlungsgrundsatz C werden die Grundlagen sowie Vorgehensweise erläutert.

### 9.10.1 Sonderstandort Marktkauf

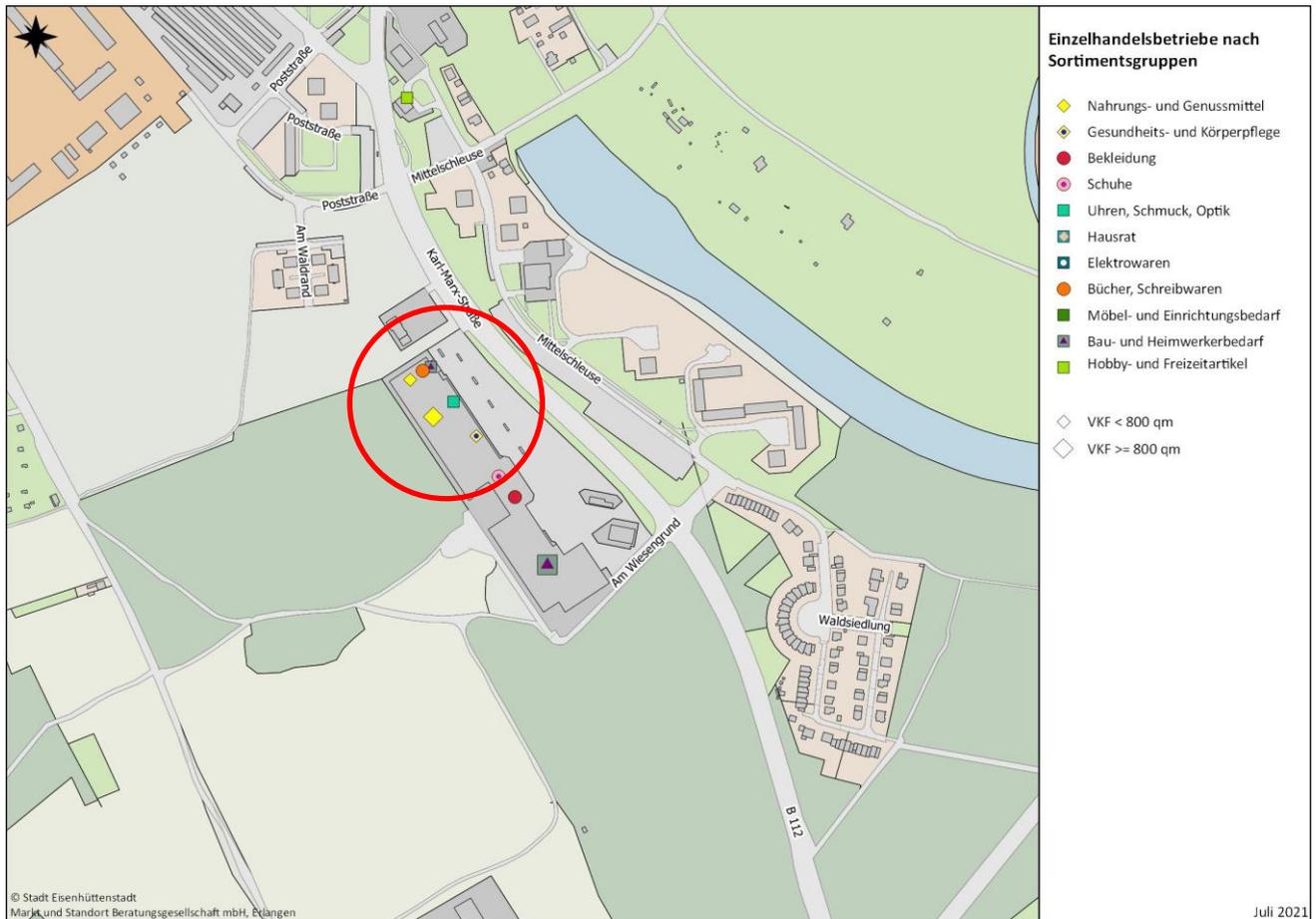
**Lage im Stadtgebiet** Der Standort verfügt über eine dezentrale, verkehrsorientierte Lage im südlichen Stadtgebiet.

**Siedlungsintegration** Der Sonderstandort ist nur in geringem Maße eingebunden in die Wohnsiedlungsstrukturen. Die Nahversorgungsanalyse ergibt einen geringen Beitrag des Standortes zur wohnungsnahen Versorgung.

**Einzelhandelsbestand** Der Bestand an Einzelhandelsverkaufsflächen am Sonderstandort Marktkauf liegt bei 14.815 qm. Die wichtigen Magnetbetriebe sind Marktkauf mit dem Angebotsschwerpunkt auf Lebensmitteln sowie Toom mit seinem Sortimentsschwerpunkt auf Bau- und Gartenartikel. Toom hat mittlerweile geschlossen, Obi wird voraussichtlich diesen Sortimentsschwerpunkt am Standort weiterbetreiben.



**Abbildung 94 Sonderstandort Marktkauf**



**Tabelle 20 Einzelhandelsbestand Sonderstandort Marktkauf**

| Sortimentsgruppe                    | Verkaufsfläche in qm |
|-------------------------------------|----------------------|
| Lebensmittel                        | 4.025                |
| Gesundheits- und Körperpflegebedarf | 215                  |
| Bekleidung                          | 705                  |
| Schuhe                              | 295                  |
| Uhren, Schmuck, Optik               | 75                   |
| Haushaltswaren, GPK                 | 840                  |
| Elektrowaren                        | 305                  |
| Bücher, Schreibwaren                | 95                   |
| Möbel und Einrichtungsbedarf.       | 235                  |
| Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf  | 7.830                |
| Spiel, Sport, Hobby                 | 195                  |
| Einzelhandel                        | 14.815               |

Quelle: eigene Erhebungen, 2021



## **Entwicklungsoptionen**

Der Sonderstandort Marktkauf ist ein geplanter Einzelhandelsstandort, der als Fachmarktzentrum konzipiert ist. Im Gegensatz zu den Zielfestlegungen für Sonderstandorte verfügt der Standort über einen hohen Anteil an zentrenrelevanten Sortimenten. Für alle Betriebe, auch für diejenigen mit zentrenrelevanten Sortimenten als Kernsortiment besteht Bestandschutz. Allerdings ist dieser Bestandsschutz passiv auszulegen, so dass über die geltenden Möglichkeiten des Baurechts hinaus (Vorhaben- und Erschließungsplan Nr. 001-91 für das Einkaufszentrum Marktkauf in Eisenhüttenstadt Karl-Marx-Straße B112) keine Möglichkeit der Veränderung besteht.

Neuansiedlungen und Verkaufsflächenerweiterungen mit zentrenrelevanten Sortimenten als Kernsortimente und für die Nahversorgung sind grundsätzlich auszuschließen. Dies dient zum einen der Sicherung aller zentralen Versorgungsbereiche im Stadtgebiet von Eisenhüttenstadt. Zum anderen soll die dezentrale Nahversorgung in den Nahversorgungszentren und an den Nahversorgungsstandorten geschützt und weiterentwickelt werden. Wünschenswert ist mittelfristig ein Rückbau der zentrenrelevanten Sortimente. Sonderstandorte sollen ausschließlich der Unterbringung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten dienen.

Vor diesem Hintergrund sind eventuelle Befreiungen von den Beschränkungen im Vorhaben- und Erschließungsplan Nr. 001-91 für das Einkaufszentrum Marktkauf in Eisenhüttenstadt Karl-Marx-Straße B112 nicht empfehlenswert.

Grundsätzlich sind vorgesehen Veränderungen im Rahmen einer Einzelfallprüfung auf ihre städtebauliche Verträglichkeit zu prüfen. Zentrenrelevante Sortimente als Randsortimente sind auf maximal 10% der Gesamtverkaufsfläche bzw. 800 qm beschränkt.

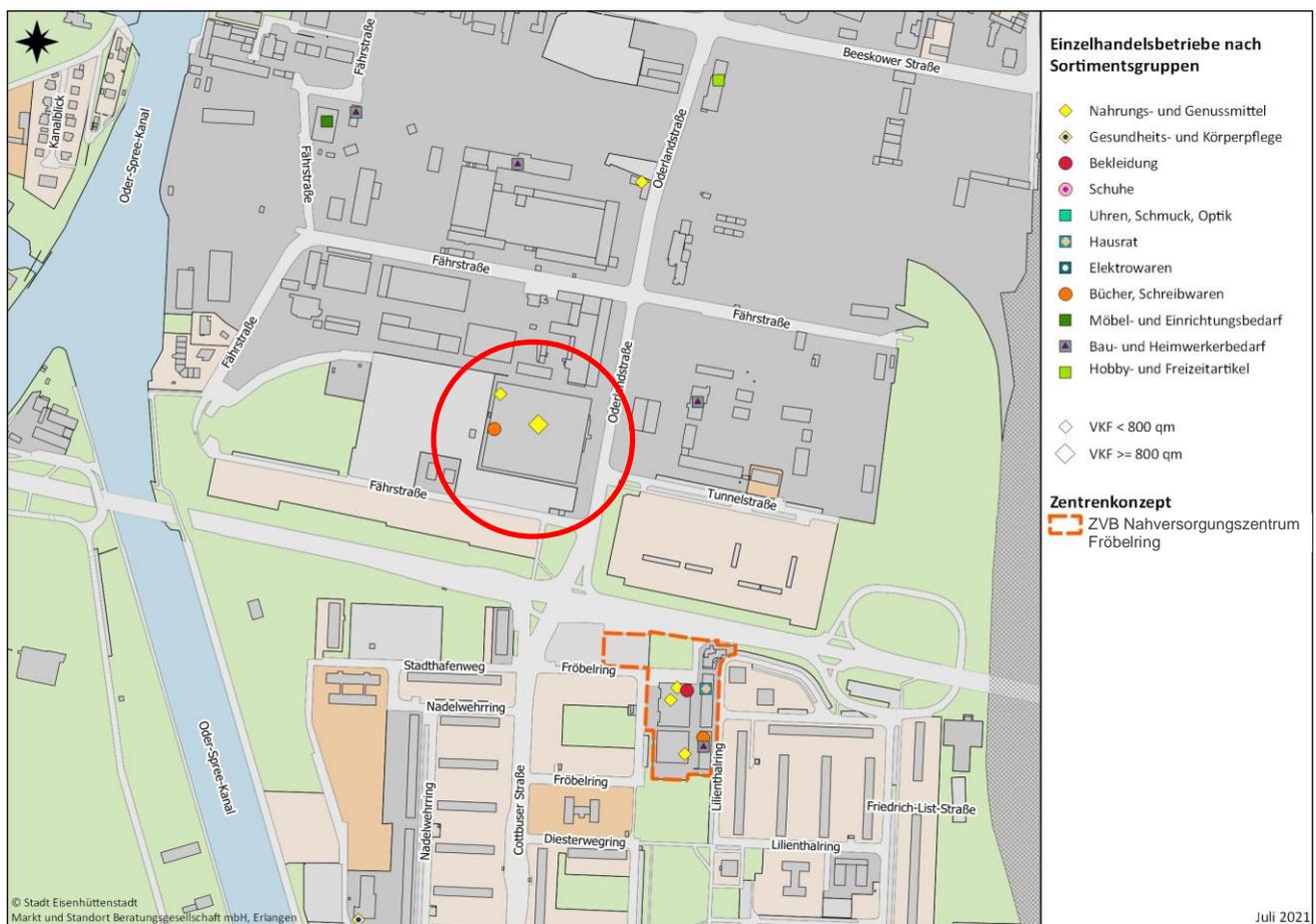


## 9.10.2 Sonderstandort Kaufland

**Lage im Stadtgebiet** Der Standort verfügt über zentrale Lage im Stadtgebiet von Eisenhüttenstadt. Er liegt in fußläufiger Distanz zum Nahversorgungszentrum Fröbelring. Erschlossen wird der Standort durch die Straße der Republik und die Fährstraße.

**Siedlungsintegration** Der Sonderstandort Kaufland liegt innerhalb gewerblicher Nutzungen und ist absentiert von nennenswerten Wohnnutzungen. Ein Beitrag zur fußläufigen Versorgung ist von diesem Standort nicht zu erwarten.

Abbildung 95 Sonderstandort Kaufland



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung, 2021

### **Einzelhandelsbestand**

Der Bestand an Einzelhandelsverkaufsflächen am Sonderstandort Kaufland beläuft sich auf rund 4.400 qm. Davon werden 3.650 qm für den Lebensmittelverkauf genutzt. Neben Kaufland sind dort noch eine Backverkaufsstelle und GECO Eisenhüttenstadt (Schreibwaren, Lottoannahmestelle) ansässig. Die beiden Filialisten Kik und Dänisches Bettenlager haben ihren Standort dort aufgegeben und sind nun Mieter im City Center im Innenstadtzentrum.

### **Entwicklungsoptionen**

Aufgrund der Festlegungen für Sonderstandorte sind zentrenrelevante Sortimente als Kernsortimente nicht zulässig. Dazu gehören auch Nahrungs- und Genussmittel. Somit besteht zwar für das Kaufland SB-Warenhaus Bestandsschutz, allerdings keine Erweiterungsoption, die nicht dem gültigen Vorhaben- und Erschließungsplan Nr. 05-02/92 „Kaufland Lidl & Schwarz, Fährstraße, Eisenhüttenstadt“ entsprechen würde.



Ein Ausbau des Sonderstandortes wäre ausschließlich mit Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten vorstellbar. Zentrenrelevante Sortimente als Randsortimente sind auf maximal 10% der Gesamtverkaufsfläche bzw. 800 qm beschränkt.

Neuansiedlungen und Verkaufsflächenerweiterungen mit zentrenrelevanten Sortimenten als Kernsortimente und für die Nahversorgung sind grundsätzlich auszuschließen. Dies dient zum einen der Sicherung aller zentralen Versorgungsbereiche im Stadtgebiet von Eisenhüttenstadt. Zum anderen soll die dezentrale Nahversorgung in den Nahversorgungszentren und an den Nahversorgungsstandorten geschützt und weiterentwickelt werden. Wünschenswert ist mittelfristig ein Rückbau der zentrenrelevanten Sortimente. Sonderstandorte sollen ausschließlich der Unterbringung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten dienen.

Vor diesem Hintergrund sind eventuelle Befreiungen von den Beschränkungen im Vorhaben- und Erschließungsplan Nr. 05-02/92 „Kaufland Lidl & Schwarz, Fährstraße, Eisenhüttenstadt“ nicht empfehlenswert.

Veränderungen und Neuansiedlungen sind im Einzelfall gutachterlich auf ihre städtebauliche Verträglichkeit zu prüfen. Insbesondere das Wettbewerbsverhältnis zum Nahversorgungszentrum Fröbelring ist hierbei im Auge zu behalten.

## 10 Sortimentskonzept für die Stadt Eisenhüttenstadt

Die Definition einer speziell für den Einzelhandel in der Stadt Eisenhüttenstadt aufgestellten, zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimentsliste ist wichtiger Bestandteil der vorliegenden Entwicklungskonzeption für die Stadt. Grundlage ist die aktuelle sortimentscharfe Erhebung aller Betriebe im Stadtgebiet.

Ausgangspunkt der „Eisenhüttenstädter Liste“ sind die Vorgaben der Landes- und Regionalplanung, die lokalen Gegebenheiten und die bereits dargestellten Entwicklungspotenziale des Einzelhandels. Entscheidend bei der Festlegung der Sortimentsliste sind die erhobenen Sortimente innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Treten hier einzelne Sortimente nicht mehr oder nur noch in Teilsortimenten innerhalb von Fachgeschäften auf, so sinkt deren Zentrenrelevanz. Ebenso als Bewertungskriterium fließt die Gewichtung der Ansiedlungsperspektiven einzelner Warengruppen für die Innenstadtlagen ein. Hier wurde im Besonderen nach marktüblichen Standortpräferenzen die Marktfähigkeit von bestimmten Betriebstypen und Flächenverfügbarkeiten bewertet. **Die Eisenhüttenstädter Sortimentsliste von 2009 ist als Ausgangspunkt der Aktualisierung zu sehen.**

### 10.1 Definition der Zentrenrelevanz

Generell ist festzuhalten, dass großflächig angebotene zentrenrelevante Sortimente nur innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zulässig sind. Großflächige Ansiedlungsausschlüsse betreffen somit die zentrenrelevanten Sortimente als Kernsortimente sowie für die Nahversorgung außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Gleichzeitig sind nach Möglichkeit großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten mit Priorität im Innenstadtzentrum oder den ausgewiesenen Sonderstandorten anzusiedeln. In der Eisenhüttenstädter Liste werden drei Sortimentskategorien verwendet.

Die **zentrenrelevanten Sortimente für die Nahversorgung** gehören zum periodischen Bedarf, der regelmäßig und häufig (täglich bis wöchentlich) befriedigt wird. Es handelt sich um die Deckung der Grundbedürfnisse der Verbraucher (Lebensmittel, Drogeriewaren, etc.).

Nahversorgungsrelevante Sortimente sind auch als zentrenrelevant eingestuft.



**Zentrenrelevante Sortimente als Kernsortiment** sind leicht zu transportieren, werden in zentralen Lagen angeboten, sind oft qualitativ und preislich hochwertig, sind oft spezialisiert und benötigen eine hochfrequente Umgebung. Sie brauchen die Agglomeration und sind in der Regel beratungsintensiv. Sie gehören der aperiodischen Bedarfsgruppe an.

**Nicht-zentrenrelevante Sortimente** werden in der Regel großflächig angeboten und sind schon wegen des Flächenbedarfs ihrer spezifischen Absatzformen selten in zentralen Versorgungsbereichen untergebracht. Ihr Transport ist meist aufwendig und sie werden meist an nicht-integrierten, verkehrlich gut erreichbaren Standorten angeboten. Sie gehören der aperiodischen Bedarfsgruppe an.

Die **Zentrenrelevanz von Sortimenten**, also die Trennung in zentrenrelevant und nicht-zentrenrelevant, wird durch folgende Kriterien bestimmt:

- *Verteilung der Sortimente im Stadtgebiet*  
Wo liegen die räumlichen Angebotsschwerpunkte?
- *Bedeutung der Zentrenstrukturen*  
Wie groß ist die Bedeutung der Angebotsstrukturen in den zentralen Versorgungsbereichen?
- *Betriebsformenkonzepte*  
Ist die Eignung von Betriebsformenkonzepten für zentrale Versorgungsbereiche gegeben?
- *Frequenzerzeugung*  
Wie hoch ist die Abhängigkeit der Sortimente von einem stark frequentierten Umfeld?
- *Wertigkeit, Qualität, Preisniveau*  
Sind die Sortimente geprägt durch hohe Qualität und Preise oder sind sie discountorientiert und niedrigpreisig?
- *Agglomerationsabhängigkeit*  
Sind die sortimentspezifischen Betriebstypen abhängig von der Nachbarschaft zu anderen Betrieben?
- *Transport*  
Können Sortimente gut transportiert werden oder sind Transportmittel erforderlich?
- *Spezialisierungsgrad*  
Werden Sortimente hoch spezialisiert in großer Sortimentstiefe angeboten?
- *Beratungs- und Personalintensität*  
Sind die Sortimente beratungs- und damit personalintensiv?
- *Standortkosten*  
Sind die sortimentspezifischen Betriebskonzepte von geringen Standortkosten abhängig?

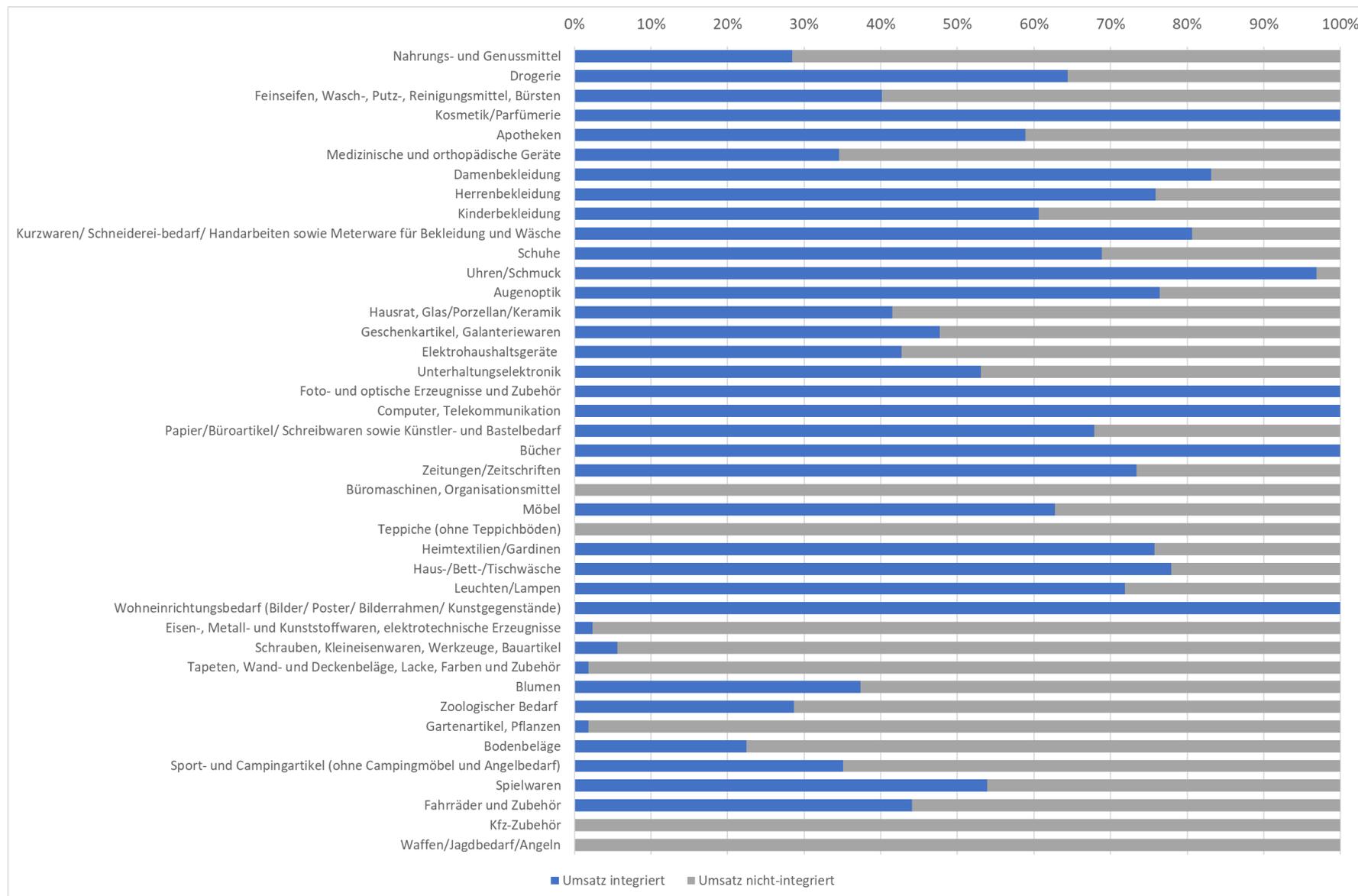
Darüber hinaus entsteht die Zentrenrelevanz von Sortimenten durch Präsenz in den zentralen Versorgungsbereichen, aber auch durch ihre potenzielle Bedeutung für die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche. Auch das Verbraucherverhalten ist für die Einstufung maßgeblich. Wo werden bestimmte Sortimente erwartet bzw. von Verbrauchern überwiegend gekauft? Daraus ergeben sich im Wesentlichen auch die Standortpräferenzen der unterschiedlichen Betriebsformen.

## 10.2 Verteilung der Sortimente auf die Gebietskategorien in Eisenhüttenstadt

Die folgende Abbildung zeigt die aktuelle Verteilung der Sortimente in Eisenhüttenstadt auf das Innenstadtzentrum und das übrige Stadtgebiet. Es zeigt sich die Dominanz der Verkaufsflächen auf die Gebiete außerhalb des Innenstadtzentrums. Es gibt tatsächlich nur acht Sortimentsgruppen, die mehr Verkaufsflächen innerhalb als außerhalb des Innenstadtzentrums aufweisen. Wie im Jahr 2009 auch sind die „Leitsortimente“ der Innenstädte, wie Bekleidung, Lederwaren, Schuhe, Uhren, Schmuck oder Bücher gleichwohl überwiegend im Innenstadtzentrum ansässig.



**Abbildung 96 Verteilung der Verkaufsflächen nach integrierten und nicht-integrierten Lagen (Sortimentsgliederung kleinteilig)**



Quelle: eigene Darstellung und Erhebungen 2021



Die überwiegende Mehrzahl der Sortimentsgruppen sind mehrheitlich innerhalb zentraler Versorgungsbereiche angesiedelt. Hier sind neben den typisch innenstadtrelevanten auch die nahversorgungsrelevanten Sortimentsgruppen wie Lebensmittel, Drogeriewaren, Apothekensortimente, Zeitschriften oder Schreib- und Papierwaren zu finden.

Eine Besonderheit in Eisenhüttenstadt stellt der hohe Anteil üblicherweise nicht-zentrenrelevanter Sortimente, wie z.B. Möbel dar.

Der LEP HR legt eine Liste mit zentrenrelevanten Sortimenten fest, von denen in begründeten Ausnahmefällen in den Kommunen abgewichen werden darf. Eine solche Abweichung ist allerdings in Eisenhüttenstadt nicht erforderlich.

### 10.3 Eisenhüttenstädter Liste

Die aktuelle Festlegung der zentrenrelevanten Sortimente weicht in keinem Fall von der Sortimentsliste aus dem Jahr 2009 ab. Nach eingehender Prüfung und trotz Veränderungen in den Angebotsstrukturen ergibt sich keine Notwendigkeit, die Sortimentsliste von 2009 anzupassen.

Als Grundlage zur Beschreibung der Sortimentsgruppe wird die „Klassifikation der Wirtschaftszweige – mit Erläuterungen 2003“ des Statistischen Bundesamtes verwendet. Die aktuellere WZ 2008 findet hier keine Verwendung, da sie im Rahmen der Anpassung an europäische Standards einen geringeren Detaillierungsgrad in der Gruppentiefe aufweist als noch die WZ 2003. Die WZ2003 ist beim Statistischen Bundesamt nach wie vor verfügbar und kann somit ohne Einschränkung angewendet werden.

**Tabelle 21 Nahversorgungsrelevante Sortimente in Eisenhüttenstadt**

| Zentrenrelevante Sortimente für die Nahversorgung |             |   |
|---|-------------|---|
| Blumen  | aus 52.49.1 | Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen und Saatgut<br>(NUR: Blumen)  |
| Drogerie,<br>Kosmetik/Parfümerie                  | 52.33       | Einzelhandel mit Parfümeriewaren und Körperpflegemitteln  |
|   | aus 52.49.9 | Sonstiger Facheinzelhandel, anderweitig nicht genannt (NUR: Einzelhandel mit Waschmitteln für Wäsche, Putz- und Reinigungsmitteln, Bürstenwaren und Kerzen) |
| Nahrungs- und Genussmittel                        | 52.11.1     | Einzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren, ohne ausgeprägten Schwerpunkt   |
|   | 52.2        | Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren  |
| Pharmazeutische Artikel (Apotheke)                | 52.31.0     | Apotheken   |
| Zeitungen/Zeitschriften                           | aus 52.47.2 | Einzelhandel mit Büchern und Fachzeitschriften<br>(NUR Fachzeitschriften)   |
|   | 52.47.3     | Einzelhandel mit Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen   |

Quelle: Einzelhandelskonzept für die Stadt Eisenhüttenstadt, 2009

Da keine Notwendigkeit besteht, die Zentrenrelevanz von Sortimenten im Vergleich zu 2009 zu verändern, werden hier die Originaltabellen aus dem Einzelhandelskonzept 2009 verwendet.



**Tabelle 22 Zentrenrelevante Sortimente in Eisenhüttenstadt (1)**

| <b>Kurzbezeichnung Sortiment</b>  | <b>Nr. nach WZ 2003</b> | <b>Bezeichnung nach WZ 2003<br/>(WZ 2003 = Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistisches Bundesamtes, Ausgabe 2003)</b>   |
|---|-------------------------|--|
| <b>Zentrenrelevante Sortimente</b>  |                         |  |
| Augenoptik  | 52.49.3                 | <i>Augenoptiker</i>  |
| Bekleidung<br>(ohne Sportbekleidung)  | 52.42                   | <i>Einzelhandel mit Bekleidung</i>   |
| Bettwaren   | <i>aus 52.41.1</i>      | <i>Einzelhandel mit Haushaltstextilien<br/>(daraus nur: Einzelhandel mit Bettwaren)</i>  |
| Bücher  | <i>aus 52.47.2</i>      | <i>Einzelhandel mit Büchern und Fachzeitschriften<br/>(NUR: Bücher)</i>  |
| Computer<br>(PC-Hardware und -Software)   | 52.49.5                 | <i>Einzelhandel mit Computern, Computerteilen,<br/>peripheren Einheiten und Software</i>   |
| Elektrohaushaltsgeräte (dar-<br>aus nur Elektro-Kleingeräte)                                    | <i>aus 52.45.1</i>      | <i>E-Kleingeräte: Einzelhandel mit elektrischen Haus-<br/>haltsgeräten, anderweitig nicht genannt (NUR Einzel-<br/>handel mit Elektrokleingeräten einschließlich<br/>Näh- und Strickmaschinen)</i>     |
| Elektrohaushaltsgeräte (dar-<br>aus nur Elektro-Großgeräte)                                     | <i>aus 52.45.1</i>      | <i>E-Großgeräte: Einzelhandel mit elektrischen Haus-<br/>haltsgeräten, anderweitig nicht genannt<br/>(NUR Einzelhandel mit Elektrogroßgeräten)</i>   |
| Foto- und optische Erzeugnis-<br>se und Zubehör   | 52.49.4                 | <i>Einzelhandel mit Foto- und optischen Erzeugnissen<br/>(ohne Augenoptiker)</i>   |
| Glas/Porzellan/Keramik  | 52.44.4                 | <i>Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen und<br/>Glaswaren</i>   |
| Haus-/Bett-/Tischwäsche   | <i>aus 52.41.1</i>      | <i>Einzelhandel mit Haushaltstextilien (darunter NICHT:<br/>Einzelhandel mit Bettwaren und Matratzen)</i>  |
| Heimtextilien/Gardinen  | 52.44.7                 | <i>Einzelhandel mit Heimtextilien</i>  |
| Hausrat   | <i>aus 52.44.3</i>      | <i>Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen (darunter<br/>NICHT: Einzelhandel mit Bedarfsartikeln für den Gar-<br/>ten, Möbeln und Grillgeräten für Garten und Camping,<br/>Kohle-, Gas- und Ölöfen)</i> |
| Kinderwagen   | <i>aus 52.44.6</i>      | <i>Einzelhandel mit Holz-, Kork-, Flecht- und Korbwaren<br/>(daraus nur: Kinderwagen)</i>  |
| Kurzwaren/ Schneiderei-<br>bedarf/ Handarbeiten sowie<br>Meterware für Bekleidung und<br>Wäsche | 52.41.2                 | <i>Einzelhandel mit Kurzwaren, Schneidereibedarf,<br/>Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und<br/>Wäsche</i>   |
| Leuchten/Lampen   | 52.44.2                 | <i>Einzelhandel mit Beleuchtungsartikeln</i>   |
| Medizinische und orthopädi-<br>sche Geräte  | 52.32.0                 | <i>Einzelhandel mit medizinischen und orthopädischen<br/>Geräten</i>   |
| Musikinstrumente und<br>Musikalien  | 52.45.3                 | <i>Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien</i>   |

Quelle: Einzelhandelskonzept für die Stadt Eisenhüttenstadt, 2009



**Tabelle 23 Zentrenrelevante Sortimente in Eisenhüttenstadt (2)**

| Kurzbezeichnung Sortiment   | Nr. nach WZ 2003 | Bezeichnung nach WZ 2003<br>(WZ 2003 = Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistisches Bundesamtes, Ausgabe 2003)          |
|---|------------------|---|
| <b>Zentrenrelevante Sortimente</b>  |                  |   |
| Papier/Büroartikel/ Schreibwaren sowie Künstler- und Bastelbedarf                   | 52.47.1          | <i>Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln</i>   |
|   | aus 52.49.9      | <i>Sonstiger Facheinzelhandel<br/>(NUR: Einzelhandel mit Organisationsmitteln für Bürozzwecke)</i>                                |
| Schuhe, Lederwaren  | 52.43            | <i>Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren</i>  |
| Spielwaren  | 52.48.6          | <i>Einzelhandel mit Spielwaren</i>  |
| Sport- und Campingartikel (ohne Campingmöbel und Angelbedarf)                       | 52.49.8          | <i>Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel)</i>  |
| Telekommunikationsartikel   | 52.49.6          | <i>Einzelhandel mit Telekommunikationsendgeräten und Mobiltelefonen</i>   |
| Teppiche (ohne Teppichböden)  | aus 52.48.1      | <i>Einzelhandel mit Tapeten und Bodenbelägen<br/>(daraus nur: Einzelhandel mit Teppichen)</i>                                     |
| Uhren/Schmuck   | 52.48.5          | <i>Einzelhandel mit Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck</i>  |
| Unterhaltungselektronik   | 52.45.2          | <i>Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik und Zubehör</i>   |
| Waffen/Jagdbedarf/Angeln  | aus 52.49.9      | <i>Sonstiger Facheinzelhandel a.n.g.<br/>(daraus nur: Einzelhandel mit Handelswaffen, Munition, Jagd- und Angelgeräten)</i>       |
| Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/ Poster/ Bilderrahmen/ Kunstgegenstände | aus 52.48.2      | <i>Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel</i>       |
|   | aus 52.44.6      | <i>Einzelhandel mit Holz-, Kork-, Flecht- und Korbwaren<br/>(darunter NICHT: Möbel aus Holz, Kork, Flechtwerk oder Korbwaren)</i> |
| Zoologischer Bedarf und lebende Tiere   | 52.49.2          | <i>Einzelhandel mit zoologischen Bedarf und lebenden Tieren</i>   |

Quelle: Einzelhandelskonzept für die Stadt Eisenhüttenstadt, 2009



**Tabelle 24 Nicht-zentrelevante Sortimente in Eisenhüttenstadt**

| <b>Nicht zentrenrelevante Sortimente</b>   |                        |   |
|--|------------------------|---|
| <b>Baumarkt-Sortiment im engeren Sinne</b> | <i>aus 52.46</i>       | <i>Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf (daraus nicht: Garten- und Campingartikel, Kfz- und Fahrradzubehör)</i> |
|  | <i>und aus 52.44.3</i> | <i>Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen (daraus nur: Kohle-, Gas- und Ölöfen)</i>   |
|  | <i>und aus 52.48.1</i> | <i>Einzelhandel mit Tapeten und Bodenbelägen (daraus nicht: Einzelhandel mit Teppichen)</i>   |
|  | <i>und aus 52.45.1</i> | <i>Einzelhandel elektrotechnischen Erzeugnissen (daraus nur: Einzelhandel mit anderweitig nicht genannten elektrotechnische Erzeugnissen)</i>       |
| <b>Fahrräder und Zubehör</b>               | <i>52.49.7</i>         | <i>Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör</i>  |
| <b>Gartenartikel (ohne Gartenmöbel)</b>    | <i>aus 52.44.3</i>     | <i>Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen (daraus nur: Bedarfsartikel und Grillgeräte für den Garten)</i>   |
|  | <i>und aus 52.46.1</i> | <i>Einzelhandel mit Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren (daraus nur: Rasenmäher, Eisenwaren und Spielgeräte für den Garten)</i>                     |
| <b>Kfz-Zubehör</b>                         | <i>50.30.3</i>         | <i>Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör</i>   |
| <b>Möbel</b>                               | <i>52.44.1</i>         | <i>Einzelhandel mit Wohnmöbeln</i>  |
|  | <i>und aus 52.49.9</i> | <i>Sonstiger Facheinzelhandel (daraus nur: Einzelhandel mit Büromöbeln)</i>   |
|  | <i>und aus 52.44.3</i> | <i>Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen (daraus nur: Möbel für Garten und Camping)</i>  |
|  | <i>und aus 52.44.6</i> | <i>Einzelhandel mit Holz-, Kork-, Flecht- und Korbwaren (daraus nur: Einzelhandel mit Korbmöbeln)</i>   |
|  | <i>und aus 52.50.1</i> | <i>Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen</i>  |
| <b>Pflanzen/ Samen</b>                     | <i>aus 52.49.1</i>     | <i>Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen und Saatgut (daraus nur: Einzelhandel mit Pflanzen und Saatgut)</i>  |

Quelle: Einzelhandelskonzept für die Stadt Eisenhüttenstadt, 2009



## 11 Handlungsgrundsätze im Umgang mit Einzelhandel

Die folgenden Handlungsgrundsätze sollen helfen, mit künftigen Veränderungswünschen von Einzelhandelsbetrieben im Stadtgebiet umzugehen. Dabei geht es um die mögliche Entwicklung neuer Standorte für den Einzelhandel ebenso wie um die Beurteilung von Verlagerungs- und Erweiterungsvorhaben. Die Handlungsgrundsätze sollen die Stadt Eisenhüttenstadt unterstützen, Vorhaben des Einzelhandels einfach auf ihre voraussichtliche Verträglichkeit mit dem Einzelhandelskonzept zu prüfen. Diese Prüfung ersetzt nicht die notwendigen bauleitplanerischen Festsetzungen und Abwägungen, nicht die üblichen Genehmigungsverfahren und nicht die immer notwendigen gutachterlichen Einzelfallprüfungen.

Die Handlungsgrundsätze orientieren sich an den unterschiedlichen Versorgungsfunktionen der zentralen Versorgungsbereiche und den Bedarfsstufen der Einzelhandelssortimente. Daraus ergeben sich Handlungsgrundsätze für Einzelhandelsbetriebe mit

- zentrenrelevante Sortimente als Kernsortiment,
- zentrenrelevante Sortimente für die Nahversorgung,
- zentrenrelevante Sortimente als Randsortiment,
- nicht-zentrenrelevante Sortimente.

Ergänzend wird der Umgang mit dem Bestandsschutz von Einzelhandelsbetrieben beschrieben.



## 11.1 Handlungsgrundsatz A

### Handlungsgrundsatz A

„Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten als Kernsortimente“

Die Standorte von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten als Kernsortimente (ohne zentrenrelevante Sortimente als Nahversorgungsortimente, Eisenhüttenstädter Liste) sollen sich auf die ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereich beschränken.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne von §11 Abs.3 BauNVO mit zentrenrelevanten Sortimenten als Kernsortimente sollen primär und ohne Einschränkung in den **zentralen Versorgungsbereichen Innenstadtzentrum** ansässig sein.

Einzelhandelsbetriebe **unterhalb der Großflächigkeitsschwelle** mit zentrenrelevanten Sortimenten als Kernsortimente sollen grundsätzlich **in den ausgewiesenen Einzelhandelsstandorten** (primär in den ZVB) angesiedelt werden. Ein Ausschluss zentrenrelevanter Betriebe an nicht siedlungsintegrierten Standorten muss durch die entsprechende Gestaltung der Bauleitplanung im Stadtgebiet geregelt werden. Insbesondere der Ausschluss in ausgewiesenen Gewerbe- und Industriegebieten sollte flächendeckend geregelt sein.

Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten als Kernsortimente **außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche** genießen Bestandsschutz. Der individuelle Umgang mit dem Bestandsschutz ist abhängig von der Einstufung des Standortes in Bezug auf seine Siedlungsintegration und seine funktionale Wirkung auf umliegende zentrale Versorgungsbereiche. Im Falle von Erweiterungen und anderen nutzungsbezogenen Veränderungen sind Einzelfallentscheidungen mit gutachterlicher Begründung erforderlich.



## 11.2 Handlungsgrundsatz B

### Handlungsgrundsatz B

„Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten für die Nahversorgung“

Die Standorte von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten für die Nahversorgung (Eisenhüttenstädter Liste) sollen auf die ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche beschränkt werden. Für die Stärkung und Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung können sie auch an städtebaulich integrierten Standorten in den Stadtteilen zugelassen werden, wenn sie sich funktional in das Nahversorgungsnetz eingliedern.

Standorte von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten für die Nahversorgung sollen **grundsätzlich innerhalb der ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche (Innenstadtzentrum, Nebenzentrum, Nahversorgungszentrum)** realisiert werden. Die Verkaufsflächengröße soll der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches und den im jeweiligen Einzugsgebiet verfügbaren Potenzialen entsprechen. Die entsprechende Größenordnung ist bei Neuansiedlungen oder Erweiterungen auf der Grundlage von Einzelfallprüfungen städtebaulich verträglich festzulegen. Standorte von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten für die Nahversorgung sind auch **außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche** möglich, wenn sie dazu beitragen, die wohnungsnah Grundversorgung im Stadtgebiet Eisenhüttenstadt zu verbessern.

Dazu müssen diese Standorte folgende Bedingungen erfüllen:

- Der Standort muss innerhalb des ausgewiesenen Siedlungsgebietes der Stadt Eisenhüttenstadt liegen.
- Der Standort muss städtebaulich in Wohnsiedlungsgebieten **integriert** sein.
- Den Standort sollen in **fußläufiger Distanz** möglichst viele Verbraucher erreichen können.
- Der Standort muss überwiegend **der Nahversorgung dienen**.
- Der Standort darf keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche verursachen.

Zur Prüfung dieser Standortvoraussetzungen ist eine gutachterliche Einzelfallprüfung erforderlich. Insbesondere der Nachweis der Nahversorgungsfunktion, der Wohnsiedlungsintegration und der Verträglichkeit für die zentralen Versorgungsbereiche ist zu erbringen.

Die **funktionale Einordnung in das Nahversorgungsnetz** (Entfernung zu zentralen Versorgungsbereichen) ist ein weiterer wesentlicher Aspekt der Sicherung einer verbrauchernahen Nahversorgung. Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten mit Standorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche könnten, schöpfen sie Potenzial aus deren fußläufigen Einzugsbereichen, die Nahpotenziale der Anbieter innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche einschränken und deren Versorgungsfunktion maßgeblich beeinträchtigen. Deshalb sollten sich das fußläufige Einzugsgebiet des Vorhabens außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und der fußläufige Einzugsbereich des zentralen Versorgungsbereiches nicht wesentlich überschneiden. Größere Nahversorgungsbetriebe verfügen, über das fußläufige Versorgungsgebiet hinaus, in der Regel über einen Einzugsbereich, der durch Fahrradfahrer, Autofahrer und Nutzer des ÖPNV erschlossen wird. Insofern sollen nur die fußläufigen Kernzonen der Vorhabens- oder Bestandsstandorte überschneidungsfrei bleiben. Überschneidungen in den weiteren Zonen des Einzugsbereiches dienen dem Wettbewerb und nutzen dem Verbraucher.

Die Überschneidungsfreiheit der Kernzonen (fußläufige Versorgungsgebiete) der Einzugsbereiche hat auch Konsequenzen für den Umgang mit bestehenden Nahversorgungsbetrieben. Die Qualität



des Bestandsschutzes ansässiger Nahversorgungsbetriebe hängt somit zum einen von der Siedlungsintegration des Standortes, von der Nahversorgungsfunktion und zum anderen von der Lage zu den zentralen Versorgungsbereichen ab.

Der ausgewiesene Nahversorgungsstandort Karl-Marx-Straße und der perspektivische Nahversorgungsstandort Diehloer Straße erfüllen diese Bedingungen. Darüber hinaus sind derzeit keine weiteren Nahversorgungsstandorte erforderlich.



## 11.3 Handlungsgrundsatz C

### Handlungsgrundsatz C

#### „Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten“

Großflächige Einzelhandelbetriebe i.S.v. §11 Abs. 3 BauNVO mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (Eisenhüttenstädter Liste) sollen in zentralen Versorgungsbereichen ansässig sein. Darüber hinaus sind Sonderstandorte für Fachmärkte zur Aufnahme solcher Einzelhandelsbetriebe vorgesehen. Auch Solitärstandorte sind für die Aufnahme solcher Einzelhandelsbetriebe in Ausnahmefällen möglich. Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sollen die zentrenrelevanten Sortimente als Randsortimente begrenzt werden.

Die **ausgewiesenen Sonderstandorte für Fachmärkte „Marktkauf“ und „Kaufland“** dienen der Entlastung der zentralen Versorgungsbereiche, indem großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten, die aufgrund ihrer typischen Betriebskonzepte nicht mit den städtebaulichen Möglichkeiten und Konzepten der zentralen Versorgungsbereiche vereinbar sind, dort ansässig sein können.

Die Sonderstandorte für Fachmärkte sind vorrangig für die Aufnahme großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit **nicht-zentrenrelevantem Sortiment** vorgesehen. Dort ansässige Betriebe mit zentrenrelevantem Sortiment als Kernsortiment genießen Bestandsschutz, der aber passiv (ohne Erweiterungsmöglichkeit über das bestehende Baurecht hinaus) gehandhabt werden sollte.

Die **zentrenrelevanten Sortimente als Randsortimente** sollen i.S.v. §11 Abs.3 BauNVO je Betrieb begrenzt werden. Ein inhaltlicher Bezug der Randsortimente zum Kernsortiment ist Voraussetzung für die Zulässigkeit der zentrenrelevanten Sortimente als Randsortimente. Sie dürfen nur einen untergeordneten Teil der Verkaufsfläche einnehmen. Die Größe der Verkaufsflächen mit zentrenrelevanten Sortimenten als Randsortimente ist je Betriebe auf 10% der Gesamtverkaufsfläche zu beschränken.

Grundsätzlich ist bei der Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten eine gutachterliche Einzelfallprüfung, insbesondere zur Bestimmung der Dimensionierung der Kernsortimente, aber vor allem zur Festlegung der städtebaulich verträglichen Größenordnung zentrenrelevanter Sortimente als Randsortimente durchzuführen.



## 11.4 Handlungsgrundsatz D

### Handlungsgrundsatz D

„Umgang mit dem Bestandsschutz von Einzelhandelsbetrieben“

Grundsätzlich genießen genehmigte Einzelhandelsbetriebe auch außerhalb ausgewiesener Standortbereiche Bestandsschutz. Abhängig von der Standortlage soll die Stadt Eisenhüttenstadt den Umfang des Bestandsschutzes entsprechend der jeweiligen städtebaulichen Beurteilung festlegen.

Einzelhandelsbetriebe, auch außerhalb der ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche, genießen grundsätzlich Bestandsschutz. Die Regelungen zum Umfang des Bestandsschutzes hängen von folgenden Faktoren ab:

- Standortlage im Siedlungsgebiet
- Standortintegration
- Funktionale Einordnung in das Versorgungsnetz (Standortlage zu zentralen Versorgungsbereichen)
- Versorgungsfunktion

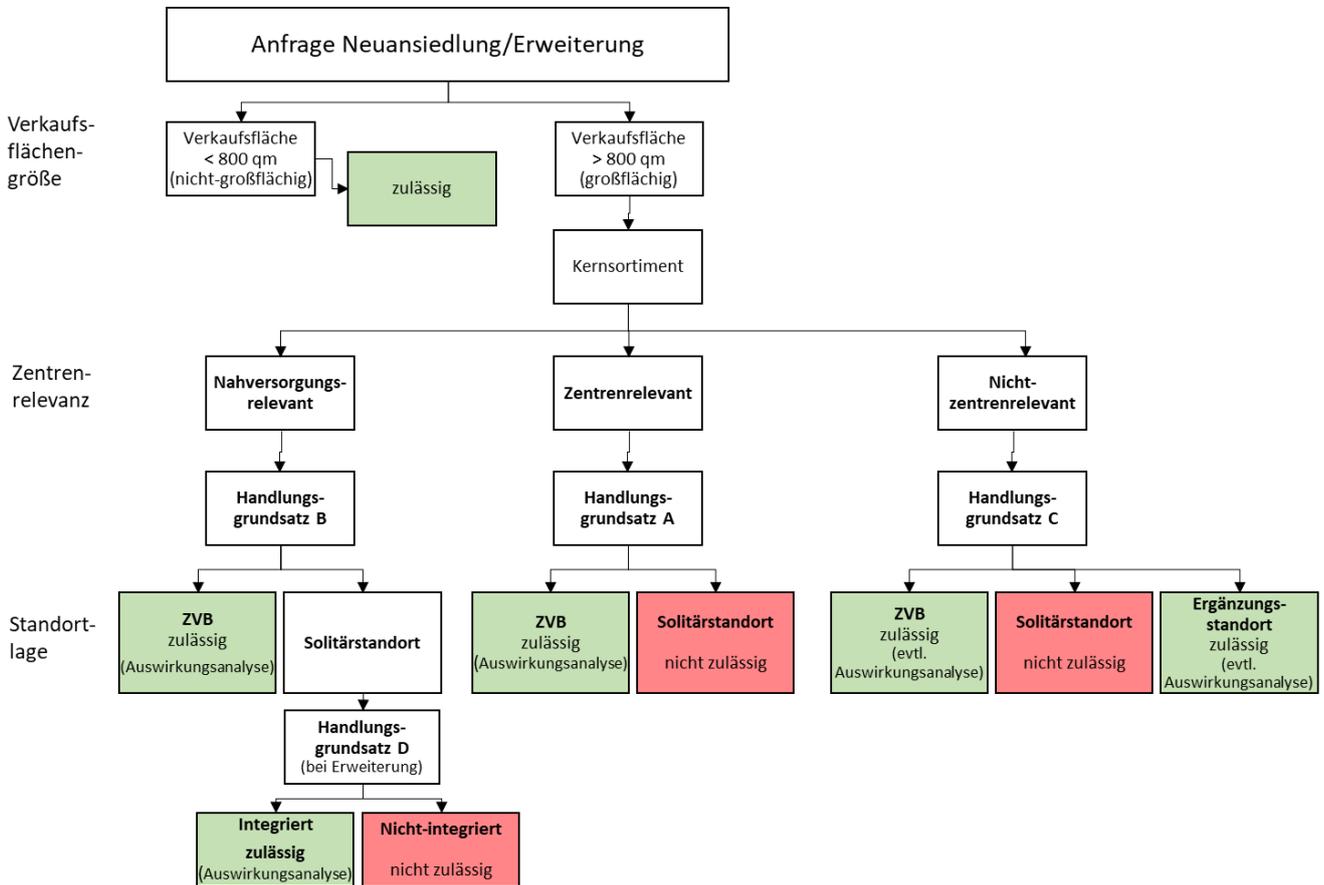
Es sind zwei Arten des Bestandsschutzes zu unterscheiden. Der **aktive Bestandsschutz** erlaubt wettbewerbsbedingte Anpassungen von Verkaufsflächengrößen und Sortimenten, soweit der ursprüngliche Charakter und die Versorgungsaufgabe des Einzelhandelsbetriebes beibehalten bleibt. Im Falle von Agglomerationen sind Neuansiedlungen zur Ergänzung des Standortangebotes nicht durch den aktiven Bestandsschutz gedeckt. Hier ist die städtebauliche Überprüfung im Rahmen einer Neuansiedlungsprüfung vorzunehmen.

Im Gegensatz dazu sind beim **passiven Bestandsschutz** Veränderungen über die vorliegenden bau- und nutzungsrechtlichen Genehmigungen hinaus nicht möglich.



Eine zusammenfassende Darstellung aller Handlungsgrundsätze findet sich in der folgenden Abbildung, die die Zusammenhänge und Abhängigkeiten zwischen den vier Handlungsgrundsätzen deutlich macht.

**Abbildung 97 Entscheidungsmatrix für Ansiedlungs- und Erweiterungsanfragen großflächiger Einzelhandelsbetriebe**



Quelle: eigene Darstellung, 2021



## 12 Umsetzungshilfen

Neben den Handlungsgrundsätzen werden die allgemeinen Ausführungen auf der Grundlage der planungsrechtlichen Regeln die Umsetzungshilfen für das Einzelhandelskonzept konkretisieren.

### 12.1 Beurteilung von Erweiterungsabsichten und Ansiedlungsvorhaben

Ist absehbar, dass durch Ansiedlungswünsche von Einzelhandelsunternehmen keine zusätzliche Steigerung der städtischen Gesamtzentralität entsteht, sondern lediglich traditionelle Einzelhandelslagen oder bestehende und für innenstadtrelevante und nicht zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente vorgesehene Sonderstandorte in ihrer Bedeutung geschwächt werden, sind diese aus städtebaulicher Sicht abzuwehren.

Grundsätzlich sollte bei der Genehmigung von Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevantem und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment beachtet werden, dass auch hier nur eine begrenzte Verträglichkeit gegeben ist. Ein reiner Verdrängungswettbewerb führt zu vermehrten Leerständen in Sondergebieten oder den zentralen Versorgungsbereichen, woraus wiederum regelmäßig ein Umnutzungsdruck in höherwertige Nutzungen, das heißt i.d.R. innenstadtrelevanter Einzelhandel, entsteht.

Nach § 1 Abs. 5 BauNVO kann im Bebauungsplan festgesetzt werden, dass bestimmte Arten von Nutzungen, die im Plangebiet an sich allgemein zulässig sind, nicht zulässig oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können. Die allgemeine Zweckbestimmung des Baugebietes muss gewahrt bleiben. Unter „Arten von Nutzungen“ sind die in den Baugebietsvorschriften verwendeten Nutzungsbegriffe zu verstehen. Auf der Grundlage dieser Ermächtigungsnorm können auch Einzelhandelsnutzungen (als Arten von Nutzungen) in Mischgebieten, Gewerbegebieten und Industriegebieten generell ausgeschlossen werden. Der Ausschluss muss jedoch städtebaulich erforderlich sein (§ 1 Abs. 3 BauGB) und den Anforderungen des Abwägungsgebotes (§ 1 Abs. 7 BauGB) genügen.

### 12.2 Baurechtliche Einordnung von Einzelhandelsansiedlungen in Baugebieten

#### 12.2.1 Gewerbegebiete

Für kleinflächige Einzelhandelsbetriebe (Verkaufsfläche unter 800 qm) existiert eine dem § 11 Abs. 3 BauNVO vergleichbare einschränkende gesetzliche Vorgabe mit Blick auf deren mögliche städtebauliche Auswirkungen nicht. In Dorfgebieten, Mischgebieten, Gewerbegebieten und Industriegebieten sind Einzelhandelsbetriebe entweder ausdrücklich oder aber als Unterart der Nutzungsart „sonstige Gewerbebetriebe aller Art“ allgemein zulässig.

Grundsatz einzelhandelsbezogener Festsetzungen ist der generelle Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben im Gewerbegebiet GE gemäß § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO als Unterart von Gewerbebetrieben aller Art gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 BauNVO. Die Differenzierung dieser Nutzungsart erfolgt auf der Grundlage des § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO. Der Begründungsansatz für solche Festsetzungen ist das Konzentrationsgebot von Einzelhandelsflächen auf die bestehenden Zentren (Zentrale Versorgungsbereiche). **Grundsätzliche Zielausrichtung für Flächen in Gewerbegebieten ist die Freihaltung und Nutzung von Gewerbeflächen für produzierende Gewerbe - und Handwerksbetriebe.**

Der Gebietscharakter des Gewerbegebietes wird durch den Ausschluss von Einzelhandel (Ausnahme Brennstoffhandel und Kfz-Handel) nicht beeinträchtigt, da Gewerbegebiete vorwiegend der Unterbringung von nicht erheblich belästigenden Gewerbe- und Handwerksbetrieben dienen.

Weiterer Gegenstand der Festsetzungen ist die Zulässigkeit von an den Endverbraucher gerichteten Verkaufsstätten von Gewerbebetrieben aller Art (einschließlich Handwerksbetrieben). **Der Verkauf von Waren und deren Herstellung erfolgt direkt am Produktionsstandort.** In der Regel weisen solche Betriebe eine eigenständige von der Produktion getrennte Verkaufsstätte auf. Diese erfüllt die Merkmale für einen selbständigen Einzelhandelsbetrieb, wenn sie einen eigenen Eingang hat und unabhängig von dem Produktionsbereich des Betriebes geschlossen und geöffnet werden kann. In diesen Fällen ist der Betrieb baurechtlich sowohl als Einzelhandelsbetrieb als auch als Produktions- bzw. Handwerksbetrieb zu werten. Die Verkaufsstätte muss in **einem unmittelbaren räumlichen und funktionalen Zusammenhang mit dem entsprechenden Gewerbebetrieb stehen** und sich diesem in seiner Größe deutlich unterordnen.



Es erfolgt eine Differenzierung nach Unterarten der baulichen Nutzung gemäß § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO. Dieser sog. „Werksverkauf“ ist als eigener Anlagentyp im Gewerbegebiet zulässig und kann innenstadtrelevante und nicht-innenstadtrelevante Warensortimente aus der eigenen Produktion in untergeordneter Größenordnung anbieten. Die Zulässigkeit dient der wirtschaftlichen Unterstützung der anzusiedelnden Produktions- oder Handwerksnutzungen und liegt deshalb zugleich auch im Interesse der wirtschaftlichen Entwicklung des Standortes und der gewollten Nutzungsmischung. Insofern ist die untergeordnete Handelsfunktion bewusst deutlich anders bewertet als eigenständiger Einzelhandel, selbst wenn dieser das gleiche Sortiment anbieten sollte.

### **12.2.2 Industriegebiete**

Um die Industriegebiete denjenigen Betrieben vorzubehalten, die wegen ihres hohen Störgrades durch Emissionen in anderen Gebieten nicht zulässig sind, sollten Einzelhandelsbetriebe sowie Verkaufsstellen von Handwerksbetrieben und anderen Gewerbebetrieben, die sich ganz oder teilweise an Endverbraucher wenden, in Bebauungsplangebiet mit GI-Festsetzung nach § 9 BauNVO grundsätzlich ausgeschlossen werden.

### **12.2.3 Neue Sondergebiete mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten**

Um unerwünschte landesplanerische und städtebauliche Auswirkungen grundsätzlich auszuschließen und die zukünftige Flächenentwicklung in den Sondergebieten (SO Einzelhandel) gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO planungsrechtlich abzusichern, werden Begrenzungen der zulässigen Verkaufsfläche und genaue Sortimentsfestsetzungen erforderlich. Insbesondere wird es notwendig, verbindliche und definitorisch eindeutige Festsetzungen der innenstadtrelevanten Sortimente vorzunehmen. Hierzu sollte die vorab definierte Liste der innenstadtrelevanten Sortimente als Grundlage dienen. Nach den Vorgaben des Landesentwicklungsprogrammes (LEP HR) sind die innenstadtrelevanten Sortimente in SO-Gebieten außerhalb der Stadtzentren auf maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche oder eine innenstadtverträgliche Größe zu begrenzen. In jedem Fall ist eine Einzelfallabwägung und -entscheidung notwendig.

Wird durch eine Sondergebietsfestsetzung ein Standort für einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO mit einem nicht innenstadtrelevanten und nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment zugelassen, sollten die zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente des Einzelhandelsbetriebs exakt beschrieben und in ihrer Verkaufsfläche begrenzt werden, um einer potenziellen Gefährdung des Entwicklungsziels der Sicherung und Stabilisierung zentraler Versorgungsbereich entgegenzuwirken (Abwägungsfall).

### **12.2.4 Mischgebiete**

Mischgebiete zeichnen sich dadurch aus, dass die Hauptnutzungsarten nicht soweit entflochten werden können, dass größere Bereiche entstehen, in denen die eine oder andere Nutzungsart ein solches Übergewicht bekommt, dass de facto ein Wohngebiet oder ein Gewerbegebiet entsteht. In der Praxis ist es nicht einfach, allein durch die Mischgebietsfestsetzung eine gleichgewichtige Mischung von Wohnen und Gewerbe sicherzustellen. Schon gar nicht wird so eine gemischte Nutzung einzelner Grundstücke erreicht. Auch wenn bei einer schrittweisen Entwicklung des Gebietes dasjenige Vorhaben, das zum „Umkippen“ des Mischgebietes führt, nur schwer zu bestimmen ist, muss die Bauaufsichtsbehörde im Einzelfall in Abstimmung mit der Gemeinde prüfen, ob die Eigenart des Baugebietes durch das Vorhaben nicht mehr gewahrt wäre, sodass es gemäß § 15 BauNVO nicht zugelassen werden kann.

### **12.2.5 Standorte im Innenbereich gemäß §34 BauGB**

#### **12.2.5.1 Sonstige Lagen und Standorte**

Für die dezentralen Lagen und Standorte gilt weiter allgemein der passive Bestandsschutz. Bei Sortimentsumgestaltung oder Umnutzung in andere Betriebsformen ist auf die Eisenhüttenstädter Liste zurückzugreifen und es sind die städtebaulichen Auswirkungen auf die Zentralen Versorgungsbereiche zu prüfen. Zukünftige Ansiedlungen von (großflächigen) Einzelhandelsbetrieben sollten sich je-



doch zwingend auf die Zentralen Versorgungsbereiche beschränken. Ansiedlungen von großflächigen Betrieben mit der Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel (Nahversorger) sind derzeit nicht notwendig.

Flächen im Innenbereich (Beurteilungsgrundlage § 34 BauGB) mit potentieller Eignung (in Bezug auf den Gebietscharakter, ihre Lage, Ausdehnung, Grundstückszuschnitt oder einer vorhandenen Baustruktur) zur Ansiedlung von Einzelhandelsflächen außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche sind zwingend durch Änderung der Flächennutzungs- und Bebauungspläne zu überplanen.

### **12.2.5.2 Exkurs zu § 34 – Zulässigkeit von Vorhaben innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile**

(1) Innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile ist ein Vorhaben zulässig, wenn es sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und die Erschließung gesichert ist. Die Anforderungen an gesunde Wohn- und Arbeitsverhältnisse müssen gewahrt bleiben; das Ortsbild darf nicht beeinträchtigt werden.

(2) Entspricht die Eigenart der näheren Umgebung einem der Baugebiete, die in der auf Grund des § 9a erlassenen Verordnung bezeichnet sind, beurteilt sich die Zulässigkeit des Vorhabens nach seiner Art allein danach, ob es nach der Verordnung in dem Baugebiet allgemein zulässig wäre; auf die nach der Verordnung ausnahmsweise zulässigen Vorhaben ist § 31 Abs. 1, im Übrigen ist § 31 Abs. 2 entsprechend anzuwenden.

(3) Von Vorhaben nach Absatz 1 oder 2 dürfen keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein.

(3a) Vom Erfordernis des Einfügens in die Eigenart der näheren Umgebung nach Absatz 1 Satz 1 kann im Einzelfall abgewichen werden, wenn die Abweichung

1. der Erweiterung, Änderung, Nutzungsänderung oder Erneuerung eines zulässigerweise errichteten Gewerbe- oder Handwerksbetriebs oder der Erweiterung, Änderung oder Erneuerung einer zulässigerweise errichteten baulichen Anlage zu Wohnzwecken dient,
2. städtebaulich vertretbar ist und
3. auch unter Würdigung nachbarlicher Interessen mit den öffentlichen Belangen vereinbar ist.

Satz 1 findet keine Anwendung auf Einzelhandelsbetriebe, die die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung beeinträchtigen oder schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden haben können.

Anmerkungen:

Nur ein Vorhaben, das innerhalb eines im Zusammenhang bebauten Ortsteils ausgeführt werden soll, ist nach § 34 BauGB zugelassen. Das setzt in räumlicher Hinsicht dreierlei voraus:

- einmal muss das zu bebauende Grundstück von relevanter Bebauung umgeben sein,
- diese relevante Bebauung muss in einem Zusammenhang stehen und
- der Bebauungszusammenhang muss einem Ortsteil angehören.

Ob ein unbebautes Grundstück, das sich einem Bebauungszusammenhang anschließt, diesen Zusammenhang fortsetzt oder ihn unterbricht, hängt davon ab, inwieweit nach der maßgeblichen Betrachtungsweise der Verkehrsauffassung die aufeinanderfolgende Bebauung trotz der vorhandenen Baulücke den Eindruck der Geschlossenheit oder Zusammengehörigkeit vermittelt. Ein unbebautes und auch nicht optisch durch Bebauung geprägtes Grundstück am Rande eines Bebauungszusammenhangs kann dann (ausnahmsweise) noch zum Innenbereich gehören, wenn es ihm, etwa wegen eines hinter ihm liegenden Geländehindernisses oder wegen anderer topografischer Verhältnisse, bei wertender Betrachtung im Einzelfall zugerechnet werden muss.<sup>23</sup>

Nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB richtet sich die planungsrechtliche Zulässigkeit baulicher Vorhaben im unbeplanten Innenbereich nach dem sich aus der vorhandenen Bebauung ergebenden Maßstab.

---

23 BVerwG, Beschl. v. 1.8.1994 – 4 B 203/93 – juris



Erst wenn der maßgebliche Rahmen ermittelt ist, stellt sich die weitere Frage, ob sich das zur Prüfung stehende Vorhaben in ihn i.S.d. § 34 BauGB einfügt. Das bedeutet allerdings, dass – gleichsam auf der ersten Stufe der Betrachtung – alles an Bebauung in den Blick zu nehmen ist, was in der näheren Umgebung tatsächlich vorhanden ist. Eine Beschränkung auf das, was von der vorhandenen Bebauung städtebaulich wünschenswert oder auch nur vertretbar ist, darf insoweit nicht vorgenommen werden. Auch eine städtebaulich unerwünschte Bebauung darf bei der Bildung des Maßstabs nicht einfach von vornherein vernachlässigt werden.

Die bauplanungsrechtliche Zulässigkeit wird im unbeplanten Innenbereich nach § 34 Abs. 1 BauGB innerhalb des Bezugsrahmens der näheren Umgebung durch vier Kriterien bestimmt, nämlich

- die Art und
- das Maß der baulichen Nutzung,
- die Bauweise und
- die Grundstücksfläche, die überbaut werden soll.

Mit diesen Tatbestandsmerkmalen hat es, von

- der Sicherung der Erschließung,
- den Anforderungen an gesunde Wohn- und Arbeitsverhältnisse sowie
- dem Schutz des Ortsbildes

abgesehen, sein Bewenden.

§ 34 Abs. 3 BauGB enthält eine weitere, einschränkende Zulässigkeitsvoraussetzung für Vorhaben nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB. Zweck der Vorschrift ist der Schutz zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden vor schädlichen Auswirkungen durch Vorhaben, die nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB grundsätzlich zulässig wären. Dies betrifft vor allem Vorhaben des (großflächigen) Einzelhandels, die städtebaulich negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche verursachen.<sup>24</sup>

Von Abs. 3 erfasst werden insbesondere Einzelhandelsbetriebe, und zwar auch nicht-großflächige.<sup>25</sup> Damit fallen auch Fachmärkte oder Lebensmitteldiscounter mit weniger als 800qm Verkaufsfläche, also unterhalb der vom BVerwG<sup>26</sup> gezogenen Grenze der Großflächigkeit, unter diese Regelung. Entscheidend ist allein, ob von ihnen schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche ausgehen können.<sup>27</sup>

§ 34 Abs. 3 BauGB will schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche vermeiden. Anders als § 11 BauNVO verlangt diese Vorschrift konkrete, also nachweisbare schädliche Auswirkungen. Deshalb findet hier die Vermutungsregel des § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO keine Anwendung,<sup>28</sup> weder unmittelbar noch entsprechend.

Maßgeblich sind nach der Rechtsprechung<sup>29</sup> drei Gesichtspunkte:

- das Vorhaben – in der Praxis ein großflächiger oder nichtgroßflächiger Einzelhandelsbetrieb – soll außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches angesiedelt werden;
- das Warenangebot dieses Einzelhandelsbetriebes soll gerade (auch) solche Sortimente umfassen, die in Konkurrenz stehen zu den für die gegebene Versorgungsfunktion des betreffenden zentralen Versorgungsbereiches typischen Sortimenten;
- das Vorhaben lässt nach seiner konkreten Lage und Ausgestaltung erwarten, dass die Funktionsfähigkeit des betroffenen zentralen Versorgungsbereichs insbesondere durch zu erwartende Kaufkraftabflüsse in beachtlichem Ausmaß beeinträchtigt und damit gestört wird.

Liegt das Vorhaben im oder zu nahe am zentralen Versorgungsbereich, kann es dessen Funktion nicht stören. § 34 Abs. 3 BauGB normiert keinen Konkurrenzschutz der vorhandenen Betriebe. Aus der Voraussetzung der Sortimentsidentität folgt, dass ein Nahversorgungszentrum, welches ganz

<sup>24</sup> Vgl. RegE, BT-Drucks. 15/2250, S. 54.

<sup>25</sup> OVG Münster, Ur. v. 19.6.2008 – 7 A 1392/07 – BauR 2008, 2025.

<sup>26</sup> BVerwG, Ur. v. 24.11.2005 – 4 C 10/04 – BauR 2006, 639.

<sup>27</sup> Kuschnerus, Rn. 326.

<sup>28</sup> BVerwG, Ur. v. 12.2.2009 – 4 B 3.09 – BauR 2009, 944; BVerwG, Ur. v. 17.12.2009 – 4 C 1.08 – BauR2010, 732, 733.

<sup>29</sup> BVerwG, Ur. v. 11.10.2007 – 4 C 7.07 – BauR 2008, 315; OVG Münster, Ur. v. 11.12.2006 – 7 A 964/05 – BauR 2007, 848.



überwiegend Güter des kurzfristigen Bedarfs anbietet, in seiner Funktion nicht durch die Errichtung etwa eines Elektrofachmarktes beeinträchtigt wird. Umgekehrt kann ein Einzelhandelsbetrieb schädliche Auswirkungen erwarten lassen, der gerade die Sortimente anbietet, die in dem Versorgungsbereich von einem „Magnetbetrieb“ angeboten werden.

Einzelhandelsbetriebe, die sich wegen § 34 Abs. 3 BauGB nicht einfügen, können auch nicht nach Maßgabe des § 34 Abs. 3a BauGB zugelassen werden. Auf § 34 Abs. 2 BauGB ist die Regelung nicht anwendbar. Hierfür besteht auch kein Bedürfnis, weil Vorhaben, die ihrer Art nach in dem jeweiligen Baugebiet nicht allgemein zulässig sind, im Wege der Ausnahme oder Befreiung zugelassen werden können (§ 34 Abs. 2 Hs. 2 BauGB).

Eine Überprüfung von Festsetzungen in z.B. Mischgebieten (MI) ist die Konsequenz. Eine Regelung wäre hier mit Hilfe § 9 Abs. 2a BauGB einen einfachen Bebauungsplan mit Ausschluss von Einzelhandel als übergeordnete Planung über die betroffenen Gebiete zu legen.

### **12.3 Nachnutzung/ Umnutzung von Leerständen**

Bevorzugt vor Neubau, sind Leerstände mit neuen Nutzungen zu füllen, soweit diese eine zeitgemäße Vermarktung oder Überführung in neue (Einzelhandels-) Nutzungen erlauben.

## **13 Beschlussfassung des Einzelhandelskonzeptes**

Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Eisenhüttenstadt sollte vom Eisenhüttenstädter Stadtrat als Planungsgrundlage im Sinne eines Entwicklungskonzeptes gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB beschlossen werden.

### **13.1 Planungserfordernis**

Die Durchsetzung der konzeptionellen Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes erfordert eine flächendeckende Anpassung der Bauleitplanung mit dem Ziel, aus städtebaulicher Sicht unerwünschte großflächige Einzelhandelsansiedlungen außerhalb der vorgeschlagenen Standortbereiche zu lenken.

Entsprechend der Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes erfordern städtebaulich sinnvolle großflächige Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben eine städtebauliche Prüfung der zu erwartenden Auswirkungen auf bestehende Versorgungsstandorte in Bezug auf die Vorgaben des § 11 Abs. 3 BauNVO oder § 34 Abs. 3 BauGB sowie der konzeptionellen Übereinstimmung mit den Handlungsgrundsätzen des Einzelhandelskonzeptes.

Insbesondere der B-Plan Nr. 31-03/09 Textbebauungsplan Einzelhandel erfordert Anpassungen in den Fällen, in denen sich Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche verändert haben.

### **13.2 Notwendige Anpassungen im „Textbebauungsplan Einzelhandel“**

Der rechtskräftige Bebauungsplan (B-Plan) Nr. 31-03/09 „Textbebauungsplan Einzelhandel“ (1. Änderung) stellt die wichtigste baurechtliche Grundlage zur Steuerung des Einzelhandels im Stadtgebiet von Eisenhüttenstadt dar. Mögliche Veränderungen des Textbebauungsplanes Einzelhandel würden insbesondere den räumlichen Geltungsbereich sowie die festgesetzten zentrenrelevanten Sortimente betreffen. Vor diesem Hintergrund ist zu prüfen, inwieweit Veränderungen im Rahmen der Aktualisierung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Eisenhüttenstadt zu Anpassungserfordernissen im Textbebauungsplan führen.

Die Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche werden nachrichtlich in den Textbebauungsplan Einzelhandel aus dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept übernommen. Hier ist ein Hinweis auf die nachrichtliche Übernahme aus dem aktuellen Einzelhandels- und Zentrenkonzept notwendig, weil sich die Abgrenzung der ZVB Innenstadtzentrum und Nebenzentren Altstadt Fürstenberg verändert haben.

Weitere Veränderungen des Textbebauungsplanes Einzelhandel“ sind nicht erforderlich, da die Eisenhüttenstädter Liste im Rahmen der Aktualisierung des Einzelhandels- und Zentrenkonzept nicht verändert wurde.



## 14 Anhang

### 14.1 Verzeichnisse

#### 14.1.1 Abbildungsverzeichnis

|              |   |    |
|--------------|---|----|
| Abbildung 1  | Ober- und Mittelzentren im Land Brandenburg                                     | 10 |
| Abbildung 2  | Wirkungsgefüge am Standort Eisenhüttenstadt                                     | 11 |
| Abbildung 3  | Anteil des Einzelhandelsumsatzes an den Konsumausgaben der Privathaushalte      | 12 |
| Abbildung 4  | Entwicklungspfade des Einzelhandels in Deutschland                              | 15 |
| Abbildung 5  | Umsatzentwicklung des stationären und des Online-Einzelhandels 2000 bis 2020    | 19 |
| Abbildung 6  | Regionale Einordnung der Stadt Eisenhüttenstadt                                 | 23 |
| Abbildung 7  | Entwicklung der Einwohnerzahl Eisenhüttenstadt seit 2012                        | 23 |
| Abbildung 8  | Bevölkerungsentwicklung in Brandenburg von 1991 bis 2017                        | 24 |
| Abbildung 9  | Szenarien zur Bevölkerungsentwicklung bis 2035                                  | 25 |
| Abbildung 10 | Vorausschätzung der Bevölkerungsentwicklung in Brandenburg 2017 bis 2030        | 26 |
| Abbildung 11 | Siedlungsstruktureller Kreistyp   | 27 |
| Abbildung 12 | Einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex 2020 im regionalen Vergleich (BRD=100)   | 28 |
| Abbildung 13 | Einzugsbereich der Stadt Eisenhüttenstadt                                       | 29 |
| Abbildung 14 | Versorgungsbedeutung der Städte in der Region und Einordnung Eisenhüttenstadts  | 30 |
| Abbildung 15 | Umsatz- und Kaufkraftentwicklung in den Städten der Region                      | 31 |
| Abbildung 16 | Betriebsgrößenstruktur der Einzelhandelsbetriebe                                | 36 |
| Abbildung 17 | Einzelhandelsbestand im gesamten Stadtgebiet von Eisenhüttenstadt (Übersicht)   | 38 |
| Abbildung 18 | Einzelhandelsbestand im zentralen Stadtgebiet von Eisenhüttenstadt (Kernstadt)  | 39 |
| Abbildung 19 | Einzelhandelsbestand im Innenstadtzentrum von Eisenhüttenstadt                  | 40 |
| Abbildung 20 | Einzelhandelsbestand in der Innenstadt (Verkaufsflächen)                        | 41 |
| Abbildung 21 | Einzelhandelsbestand im ZVB Nahversorgungszentrum Fröbelring                    | 42 |
| Abbildung 22 | Einzelhandelsbestand im ZVB Nahversorgungszentrum Fröbelring (Verkaufsflächen)  | 42 |
| Abbildung 23 | Einzelhandelsbestand im ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg                   | 43 |
| Abbildung 24 | Einzelhandelsbestand im ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg (Verkaufsflächen) | 43 |
| Abbildung 25 | Zentralitätsquote Eisenhüttenstadt 2008 und 2020 (Gesamt)                       | 46 |
| Abbildung 26 | Zentralitätsquote Eisenhüttenstadt 2008 und 2020 (kurzfristiger Bedarf)         | 47 |
| Abbildung 27 | Kaufkraft und Umsatz in den Sortimentsgruppen                                   | 48 |
| Abbildung 28 | Zentralitätsquoten in den Sortimentsgruppen                                     | 48 |
| Abbildung 29 | Zielzentralitäten in den Sortimentsgruppen in Eisenhüttenstadt                  | 50 |
| Abbildung 30 | Verteilung der tatsächlichen Stichprobe (Interviews)                            | 51 |
| Abbildung 31 | Wohnort der Teilnehmer der Online-Befragung                                     | 53 |
| Abbildung 32 | Einkaufsort Lebensmittel (Telefoninterview)                                     | 54 |



|              |   |    |
|--------------|---|----|
| Abbildung 33 | Anteil der Befragten in % nach Wohnort (Stichprobengebiet), die in Eisenhüttenstadt Lebensmittel einkaufen            | 55 |
| Abbildung 34 | Wohnort und Einkaufsziele der befragten beim Lebensmitteleinkauf  | 56 |
| Abbildung 35 | Wichtigster Einkaufsort für Lebensmittel (Telefoninterview)   | 57 |
| Abbildung 36 | Einkauf von Lebensmitteln über das Internet oder den Versandhandel  | 58 |
| Abbildung 37 | Einkaufsort Drogeriewaren (Telefoninterview)  | 58 |
| Abbildung 38 | Wohnort und Einkaufsziel der Befragten beim Kauf von Drogeriewaren  | 59 |
| Abbildung 39 | Wichtigster Einkaufsort Drogeriewaren (Telefoninterview)  | 60 |
| Abbildung 40 | Einkauf von Drogeriewaren über das Internet oder den Versandhandel  | 60 |
| Abbildung 41 | Einkaufsort Bekleidung und Schuhe (Telefoninterview)  | 61 |
| Abbildung 42 | Wichtigster Einkaufsort für Bekleidung und Schuhe   | 62 |
| Abbildung 43 | Einkauf von Bekleidung und Schuhen über das Internet oder den Versandhandel   | 62 |
| Abbildung 44 | Einkaufsort Haushaltswaren (Telefoninterview)   | 63 |
| Abbildung 45 | Einkaufsort Elektrowaren (Telefoninterview)   | 63 |
| Abbildung 46 | Einkaufsort Bücher/Schreibwaren (Telefoninterview)  | 64 |
| Abbildung 47 | Einkaufsort Möbel- und Einrichtungsbedarf (Telefoninterview)  | 64 |
| Abbildung 48 | Einkaufsort Bau- und Heimwerkerbedarf (Telefoninterview)  | 65 |
| Abbildung 49 | Einkaufsort Bau- und Heimwerkerbedarf (Telefoninterview)  | 65 |
| Abbildung 50 | Fehlende Einzelhandelsortimente oder -branchen (Telefoninterview)   | 66 |
| Abbildung 51 | Verkehrsmittelnutzung beim Einkauf von Artikeln des täglichen Bedarfs (Telefoninterview)                              | 67 |
| Abbildung 52 | Verkehrsmittelnutzung beim Einkauf von anderen Artikeln (Telefoninterview)  | 68 |
| Abbildung 53 | Beurteilung Warenangebot Eisenhüttenstadt (Telefoninterview)  | 69 |
| Abbildung 54 | Beurteilung des ZVB Innenstadtzentrum Eisenhüttenstadt (Telefoninterview)   | 70 |
| Abbildung 55 | Beurteilung des Nebenzentrums Fürstenberg (Telefoninterview)  | 71 |
| Abbildung 56 | Analyse Nahversorgungsqualität (Distanz Wohngebäude zu Angebotsstandorten), Lebensmittelhandwerk Eisenhüttenstadt     | 73 |
| Abbildung 57 | Analyse Nahversorgungsqualität (Distanz Wohngebäude zu Angebotsstandorten), Lebensmitteldiscounter Eisenhüttenstadt   | 74 |
| Abbildung 58 | Analyse Nahversorgungsqualität (Distanz Wohnen zu Angebot), Lebensmittelvollsortimenter Eisenhüttenstadt              | 75 |
| Abbildung 59 | Analyse Nahversorgungsqualität (Distanz Wohngebäude zu Angebotsstandorten), Alle Betriebsformen Eisenhüttenstadt      | 76 |
| Abbildung 60 | Analyse Nahversorgungsqualität (Distanz Wohnen zu Angebot), Alle Betriebsformen Eisenhüttenstadt, ohne Drogeriemärkte | 77 |
| Abbildung 61 | Größere Nahversorgungsstandorte in Eisenhüttenstadt   | 78 |
| Abbildung 62 | Vielfalt der Nahversorgung  | 83 |
| Abbildung 63 | Zusammenhänge bei der Nahversorgung   | 84 |
| Abbildung 64 | Konkurrenz und Arbeitsteilung im aperiodischen Bedarfssegment des Einzelhandels im städtischen Standortsystem         | 85 |
| Abbildung 65 | Kriterien zur Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen   | 89 |



|              |  |     |
|--------------|--|-----|
| Abbildung 66 | Schutzfunktion durch Zentrenkonzept und Baurecht   | 89  |
| Abbildung 67 | Standortstruktursystem für die Stadt Eisenhüttenstadt (Zielsetzung)  | 91  |
| Abbildung 68 | Standortkonzept Eisenhüttenstadt 2021  | 94  |
| Abbildung 69 | Systematik der City-Monitor Bewertung  | 95  |
| Abbildung 70 | Betriebsformen in zentralen Versorgungsbereichen   | 96  |
| Abbildung 71 | Warenpräsentation in den zentralen Versorgungsbereichen von Eisenhüttenstadt                                     | 96  |
| Abbildung 72 | Schaufenstergestaltung in den zentralen Versorgungsbereichen von Eisenhüttenstadt                                | 97  |
| Abbildung 73 | Zielgruppenorientierung in den zentralen Versorgungsbereichen von Eisenhüttenstadt                               | 97  |
| Abbildung 74 | Angebotsqualität in den zentralen Versorgungsbereichen von Eisenhüttenstadt                                      | 98  |
| Abbildung 75 | Preisorientierung der Einzelhandelsbetriebe in den zentralen Versorgungsbereichen von Eisenhüttenstadt           | 98  |
| Abbildung 76 | Frequenz an den Standorten der Betriebe in den zentralen Versorgungsbereichen von Eisenhüttenstadt               | 99  |
| Abbildung 77 | Leerstände im ZVB Innenstadtzentrum von Eisenhüttenstadt   | 100 |
| Abbildung 78 | Leerstände im zentralen Versorgungsbereich Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg                                     | 101 |
| Abbildung 79 | Veränderung der Abgrenzung „Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt“   | 102 |
| Abbildung 80 | Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadtzentrum  | 103 |
| Abbildung 81 | Einzelhandelsbestand Innenstadtzentrum nach Sortimenten  | 105 |
| Abbildung 82 | Agglomerationen und Verdichtungen im Innenstadtzentrum von Eisenhüttenstadt (Einzelhandel)                       | 106 |
| Abbildung 83 | Agglomerationen und Verdichtungen im Innenstadtzentrum von Eisenhüttenstadt (Dienstleistungen)                   | 107 |
| Abbildung 84 | Einkaufslagen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum  | 110 |
| Abbildung 85 | Standortkonzept ZVB Innenstadtzentrum (Grundzüge)  | 112 |
| Abbildung 86 | Akteure in der Stadt   | 115 |
| Abbildung 87 | Veränderung der Abgrenzung „ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg“   | 118 |
| Abbildung 88 | Einzelhandelsbestand 2021 ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg  | 119 |
| Abbildung 89 | Ergänzende Nutzungen (Dienstleistungsbestand 2021) ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg                         | 120 |
| Abbildung 90 | Standortkonzept ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg  | 123 |
| Abbildung 91 | 2021 ZVB Nahversorgungszentrum Fröbelring  | 126 |
| Abbildung 92 | Nahversorgungsstandort Karl-Marx-Straße  | 129 |
| Abbildung 93 | Perspektivischer Nahversorgungsstandort Diehloer Straße  | 130 |
| Abbildung 94 | Sonderstandort Marktkauf   | 133 |
| Abbildung 95 | Sonderstandort Kaufland  | 135 |
| Abbildung 96 | Verteilung der Verkaufsflächen nach integrierten und nicht-integrierten Lagen (Sortimentsgliederung kleinteilig) | 138 |
| Abbildung 97 | Entscheidungsmatrix für Ansiedlungs- und Erweiterungsanfragen großflächiger Einzelhandelsbetriebe                | 149 |



### 14.1.2 Tabellenverzeichnis

|            |  |     |
|------------|--|-----|
| Tabelle 1  | Ausgewählte Trends im Einzelhandel   | 13  |
| Tabelle 2  | Durchschnittliche Zahl von Artikeln in ausgewählten Betriebstypen                                      | 13  |
| Tabelle 3  | Treiber und Gegenkräfte bei der Online-Entwicklung (Auswahl)   | 15  |
| Tabelle 4  | Veränderungsraten Online und Offline 2019 nach Branchen im Vergleich zum Vorjahr                       | 16  |
| Tabelle 5  | Anteile der Branchen am Offline- und Onlinevolumen   | 17  |
| Tabelle 6  | Gefährdungspotenzial für Branchen durch den Online-Handel  | 18  |
| Tabelle 7  | Mittlere Ausgaben im Einzelhandel (nach Sortimentsgruppen) in € pro Kopf und Jahr (Bundesdurchschnitt) | 33  |
| Tabelle 8  | Einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach Sortimentsgruppen in der Stadt Eisenhüttenstadt                  | 34  |
| Tabelle 9  | Verkaufsflächen des Einzelhandels 2020 in Eisenhüttenstadt   | 35  |
| Tabelle 10 | Verkaufsflächenverteilung im Stadtgebiet nach Standortlagen  | 36  |
| Tabelle 11 | Verkaufsflächen nach Sortimenten in den Solitärlagen Eisenhüttenstadts                                 | 37  |
| Tabelle 12 | Entwicklung des Einzelhandelsbestandes 2008 bis 2020   | 44  |
| Tabelle 13 | Entwicklung des Einzelhandelsbestandes 2008 bis 2020 (Umsatz)  | 45  |
| Tabelle 14 | Bipolare Entwicklung der Verbraucheransprüche  | 49  |
| Tabelle 15 | Dienstleistungsbetriebe im ZVB Innenstadtzentrum   | 104 |
| Tabelle 16 | Einzelhandelsbesatz im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum (Betriebe, Verkaufsflächen)      | 104 |
| Tabelle 17 | Einzelhandelsbesatz im zentralen Versorgungsbereiche Innenstadtzentrum (Umsätze)                       | 108 |
| Tabelle 18 | Entwicklung der Verkaufsflächen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum 2009 bis 2020        | 108 |
| Tabelle 19 | Dienstleistungsbetriebe im ZVB Nebenzentrum Altstadt Fürstenberg                                       | 117 |
| Tabelle 20 | Einzelhandelsbestand Sonderstandort Marktkauf  | 133 |
| Tabelle 21 | Nahversorgungsrelevante Sortimente in Eisenhüttenstadt   | 139 |
| Tabelle 22 | Zentrenrelevante Sortimente in Eisenhüttenstadt (1)  | 140 |
| Tabelle 23 | Zentrenrelevante Sortimente in Eisenhüttenstadt (2)  | 141 |
| Tabelle 24 | Nicht-zentrenrelevante Sortimente in Eisenhüttenstadt  | 142 |



## 14.2 Absatzformen – Definitionen

### Lebensmittel SB-Laden

Ein Lebensmittel SB-Laden ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 qm Verkaufsfläche, das vor allem Lebensmittel in Selbstbedienung anbietet. Der Umsatzschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln und dient vor allem der Grundversorgung.

### Supermarkt

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von 400 qm bis 1500 qm Nahrungs- und Genussmittel, einschließlich Frischwaren, sowie Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs anderer Branchen überwiegend in Selbstbedienung anbietet. Der Anteil der Non-Food Fläche beträgt i.d.R. nicht mehr als ein Drittel der gesamten Verkaufsfläche. Der Umsatzschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln mit ca. 86 % des Gesamtumsatzes.

### Lebensmittel-Discounter

Ein Lebensmittel-Discounter ist ein Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von 250 qm bis 1400 qm ein eng begrenztes Sortiment mit schnell umzuschlagenden Artikeln des täglichen Bedarfs in totaler Selbstbedienung anbietet. Das Frischwarensortiment ist - wenn überhaupt vorhanden - stark reduziert. Es dominiert das Angebot im Trockensortimentsbereich. Der Umsatzschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln mit ca. 90 % des Gesamtumsatzes. Die Marketingstrategie ist preisorientiert.

### Verbrauchermarkt

Ein Verbrauchermarkt ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 1000 qm (nach amtlicher Statistik) bzw. 1500 qm (nach EHI Köln) ein breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln sowie an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs überwiegend in Selbstbedienung anbietet. Die Verkaufsflächenobergrenze liegt bei ca. 3000 qm. Der Umsatzschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln mit ca. 70 % des Gesamtumsatzes.

### SB-Warenhaus

Ein SB-Warenhaus ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 3000 qm (nach amtlicher Statistik), von 4000 qm (nach EHI Köln), von 5000 qm (nach internationaler Abgrenzung) ein umfassendes Sortiment des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs von bis zu ca. 100.000 Artikeln anbietet. Der Umsatzschwerpunkt liegt i.d.R. bei Nahrungs- und Genussmitteln (Lebensmittelvollsortiment mit Frischwaren) mit ca. 62 % des Gesamtumsatzes.

### Warenhaus

Ein Warenhaus ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und tiefes Sortiment mehrerer Branchen mit hohem Servicegrad im mittleren bis gehobenen Preisniveau anbietet. Die Warensortimente umfassen überwiegend Non-Food Güter mit Schwerpunkt bei Bekleidung und Textilien. Hinzu kommen Lebensmittel, Gastronomie, Reisevermittlung, Friseur und Finanzdienstleistungen. Nach der amtlichen Statistik ist eine Verkaufsfläche von mindestens 2500 qm erforderlich.

### Kaufhaus

Ein Kaufhaus ist ein größerer Einzelhandelsbetrieb, der Waren aus zwei oder mehr Branchen, davon mindestens eine Warengruppe in tiefer Gliederung, anbietet. Kaufhäuser mit Textilien, Bekleidung und verwandten Sortimenten sind am stärksten verbreitet. Die Größe liegt i.d.R. ab ca. 1000 qm Verkaufsfläche.

### Fachgeschäft

Ein Fachgeschäft ist ein branchengebundener Einzelhandelsbetrieb, der ein branchenspezifisches Sortiment in großer Auswahl und unterschiedlichem Preis- und Qualitätsniveau anbietet. Beratung und Kundendienst gehören zum Serviceumfang. Die Größe von Fachgeschäften liegt i.d.R. deutlich unter 800 qm Verkaufsfläche.

### Fachmarkt



Ein Fachmarkt ist ein großflächiger, meist ebenerdiger Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche ab ca. 800 qm ein breites und tiefes Sortiment aus einem Warenbereich (z.B. Bekleidung, Schuhe), einem Bedarfsbereich (z.B. Sport-, Elektro-, Spielwaren-, Möbel und Baufachmarkt) oder einer Zielgruppe (z.B. Design-Möbelhaus) anbietet. Die Warenanordnung ist i.d.R. übersichtlich bei niedrigem bis mittlerem Preisniveau. Je nach Fachmarkttyp wird Beratung und Service angeboten. Die Verkaufsflächengrenzen sind generell nicht festzulegen. Sie liegen bei Schuh- und Drogeriefachmärkten bei ca. 400-1000 qm Verkaufsfläche, bei Bekleidungs- und Sportfachmärkten bei ca. 1000-1500 qm Verkaufsfläche, bei Spielwaren- und Elektrofachmärkten bei ca. 2000-4000 qm Verkaufsfläche, bei Baumärkten bei ca. 2000 bis ca. 15.000 qm Verkaufsfläche und bei Möbelfachmärkten bis zu ca. 50.000 qm Verkaufsfläche.

#### Geschäftsfläche

Die Geschäftsfläche eines Handelsbetriebes ist die gesamte betrieblich genutzte Fläche für Verkauf-, Ausstellungs-, Lager-, Versand-, Büro-, sowie Personal- und Sozialzwecke. Dies schließt überbaute Flächen und Freiflächen, nicht aber Parkplätze ein.

#### Verkaufsfläche

Die Verkaufsfläche eines Handelsbetriebes ist die gesamte, für den Kunden zugängliche, Fläche auf welcher der Verkauf getätigt wird. Hierzu zählen Standflächen für die Ladeneinrichtung, Ausstellungsflächen sowie Freiflächen, Gänge und Treppen innerhalb des Verkaufsraumes.

#### Marktgebiet/Einzugsbereich

Das Marktgebiet bzw. der Einzugsbereich umfasst jenes Gebiet, aus dem sich zum überwiegenden Teil die Kunden des Einzelhandels einer Gemeinde oder eines Einzelbetriebes rekrutieren. Die Größe des Einzugsgebietes ist abhängig von der Verkaufsfläche eines Einzelbetriebes bzw. der Gesamtverkaufsfläche der Innenstadt einer Gemeinde. Die Größe des Marktgebietes kann auf der Basis von Distanz- und Zeitisochronen sowie empirischer Erfahrungswerte, auf der Basis von Pendlerverflechtungen, auf der Basis von Befragungen von Passanten/Kunden in den Innenstadtlaufwegen und an bestehenden Betrieben ermittelt werden. Dabei hat die Attraktivität der Konkurrenz (Nachbarstädte, absatzformgleiche Betriebe) einen erheblichen Einfluss auf das Marktgebiet.

#### Kaufkraft (Potential)

Die Kaufkraft, auch Kaufkraftpotential, Marktpotential oder einfach Potential, bezeichnet das innerhalb des Marktgebietes zur Verfügung stehende Ausgabenvolumen der dort lebenden Bevölkerung für einzelhandelsrelevante Güter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs innerhalb eines Jahres. Das einzelhandelsrelevante Marktpotential wird in den 11 Markt und Standort Warengruppen auf Basis der Umsatzsteuerstatistik und verschiedener statistischer Analysen berechnet und mit einem regionalspezifischen Kaufkraftindex des Markt und Standort Instrumentes „Regionale Kaufkraftpotentiale“ gewichtet.

Die einzelhandelsrelevante durchschnittliche Kaufkraft (ungewichtet) eines bundesdeutschen Einwohners - in der Abgrenzung der Markt und Standort Systematik - liegt, je nach konjunktureller Lage, zwischen etwa 4.850.- Euro und 5.400.- Euro pro Jahr. Davon zu unterscheiden ist die „allgemeine Kaufkraft“, die auch Ausgaben für Miete, Eigentum, Vorsorge, Ersparnis und andere, nicht einzelhandelsrelevante, Güter umfasst.

Für die neuen Bundesländer werden Werte erzielt, die bei etwa 70-85 Prozent der Werte für die alten Bundesländer liegen.

#### Umsatz

Der Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes umfasst den Erlös aus verkauften Waren bzw. Dienstleistungen, inklusive der Umsatzsteuer (bzw. Mehrwertsteuer aus Kundensicht). Die Ermittlung der Umsätze eines Betriebes kann auf Basis von Einzelhandelsbefragungen (schriftlich, telefonisch, persönlich) oder über eine Schätzung der Verkaufsfläche und branchenüblicher durchschnittlicher Raumleistungen (Umsatz je qm Verkaufsfläche) ermittelt werden. Hierzu sind umfangreiche primärstatistische und sekundärstatistische Erhebungen erforderlich.

#### Raumleistung/Flächenproduktivität



Die durchschnittliche Raumleistung/Flächenproduktivität ist definiert als Umsatz je qm Verkaufsfläche. Durchschnittliche Raumleistungen werden branchen- und absatzformenspezifisch ermittelt. Die Höhe hängt von der Lage, der Art, dem Erscheinungsbild, der Qualität und der Verkaufsfläche des Einzelbetriebes ab. Der Ermittlung durchschnittlicher Raumleistungskennziffern liegen primär- und sekundärstatistische Analysen zugrunde. Die Basis sind amtliche Statistiken, Fachstatistiken und Veröffentlichungen (Presse, Geschäftsberichte). Sie setzen ein umfassendes Berichtswesen voraus.

#### Umsatzerwartung

Die Umsatzerwartung drückt den an einem bestimmten Standort voraussichtlich erzielbaren Umsatz eines Einzelbetriebes aus. Er entspricht somit einem Erwartungswert unter Berücksichtigung der wirtschaftlichen Verhältnisse. Die Höhe ist abhängig von Standort, Branche, Marktpotential und Konkurrenzsituation. Umsatzerwartungen werden mittels branchenüblicher distanzabhängiger Marktanteile (Marktanteilkonzept), mittels zeit- und distanzabhängiger Kaufkraft- und Konkurrenzanalysen (Ökonometrische Methode) und mittels gewichteter branchenbezogener, firmen- und größenspezifischer Umsatzleistung je qm Verkaufsfläche (Produktivitätskonzept) ermittelt. Markt und Standort bemisst die Umsatzerwartung auf der Basis aller drei üblichen Verfahren unter Berücksichtigung des Einkaufsverhaltens der Marktgebietsbevölkerung (Markt und Standort-metrisches Konzept).



## 14.3 Markt und Standort Warengruppensystematik 2021

### 1. Nahrungs- und Genussmittel

Fleischerei (ohne Pferdefleischerei)  
Pferdefleischerei  
Bäckerei, Konditorei  
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren  
Reformwaren  
Milch, Milcherzeugnisse, Fettwaren, Eier  
Fisch, Fischerzeugnisse  
Wild, Geflügel  
Süßwaren  
Kaffee, Tee, Kakao  
Fleisch, Fleischwaren  
Brot, Konditorwaren  
Kartoffeln, Gemüse, Obst  
Sonstige Nahrungsmittel  
Wein, Spirituosen  
Bier, alkoholfreie Getränke  
Tabakwaren  
(enthält Supermärkte, SB-Märkte, Kioske und SBW+VM aus Umlage)

### 2. Gesundheits- und Körperpflegeartikel

Apotheken  
Medizinisch-Orthopädische Artikel  
Parfümerien (Kosmetikartikel, Körperpflegemittel u.a. über Umlage)  
Drogerien (u.a. pharmazeutische u. chemikalische Erzeugnisse u.a. über Umlage)  
Feinseifen, Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel, Bürsten

### 3. Textilien, Bekleidung, Lederwaren

Textilien, Bekleidung  
Herrenoberbekleidung, Berufs- und Lederbekleidung  
Damenoberbekleidung, Berufs- und Lederbekleidung  
Kinderbekleidung, Bekleidungszubehör für Kinder u. Säuglinge  
Kürschnerwaren (Pelzfelle, Pelzbekleidung)  
Pullover, Strümpfe, Herrenwäsche, Damenblusen, Bekleidungszubehör  
Damenwäsche, Miederwaren  
Kopfbedeckung, Schirme, Stöcke  
Kurzwaren, Schneidereibedarf  
Handarbeiten, Handarbeitsbedarf  
Meterware für Bekleidung, Haus-, Tisch- und Bettwäschestoff  
Lederwaren, Täschnerwaren (Taschen, Koffer, Mappen, Börsen u.a.)

### 4. Schuhe

Straßen- und Hausschuhe  
Sportschuhe (o. Spezialsportschuhe wie Berg-Wanderschuhe)

### 5. Uhren, Schmuck, Optik

Optik (Brillen, Mikroskope, Ferngläser, Barometer, Lupen o. med. Artikel)  
Uhren, Edelmetallwaren, Schmuck (u.a. Edelmetallbestecke u. -tafelgeräte)

### 6. Hausrat



Hausrat aus Eisen, Metall, Kunststoff (nichtelektrische Haushalts- und Küchenkleingeräte, Koch- und Bratgeschirre, Tafelgeschirr, Küchen- und Haushaltsbehälter, Artikel für den Garten, Möbel- und Grillgeräte  
für Garten und Camping, ohne Öfen, Herde)  
Schneidwaren, Bestecke (o. Edelmetallwaren wie Silberbestecke)  
Feinkeramik, Glaswaren, Porzellan, Steingut  
Galanteriewaren, Geschenkartikel (u.a. Raucherzubehör, Kunstblumen, Wandteller, Kerzenständer)  
Näh- und Strickmaschinen

#### 7. Elektro

Herde, Waschmaschinen, Kühlschränke, Öfen (weiße Ware)  
Rundfunk-, Fernseh-, phonotechnische Geräte, CD, Video (braune Ware)  
Foto-, Kino- und Projektionsgeräte, Fotozubehör (braune Ware)  
Computer, Telekommunikation, Zubehör

#### 8. Bücher, Schreibwaren

Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel  
Bücher, Fachzeitschriften  
Unterhaltungszeitschriften, Zeitungen  
Büromaschinen, Organisationsmittel (u.a. Schreibmaschinen, Diktiergeräte, Ordner, Hefter, aber o. Büromöbel: anteilig 25 %)

#### 9. Möbel- und Einrichtungsbedarf

Möbel (incl. Büromöbel)  
Korb-, Kork- und Flechtwaren  
Antiquitäten, antike Teppiche, Münzen und Edelmetallwaren  
Kunstgegenstände, Bilder (o. Antiquitäten)  
Kunstgewerbliche Erzeugnisse, Devotionalien  
Gardinen, Dekostoffe, Decken, Stuhlaufgaben, Kissen, Gobelins  
Teppiche, Läufer, Kelims  
Bettwaren, Bettdecken, Kopfkissen, Matratzen, Bettfedern, Daunen  
Lampen, Leuchten  
Haus- und Tischwäsche, Handtücher, Tischdecken, Servietten, Bettwäsche

#### 10. Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf

Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren (aus Umlage)  
Schrauben, Kleineisenwaren, Werkzeuge, Bauartikel u.ä.  
Tapeten, Wand- und Deckenbeläge  
Bodenbeläge (Bahnenware, Fliesen, Kunststoff, Linoleum, o. Teppiche)  
Elektrotechnische Erzeugnisse (Drähte, Kabel, Akku, Trafo u.a.)  
Lacke, Farben, Polituren, Klebstoffe, Malerpinsel u.a. Zubehör  
Blumen, Pflanzen, Blumentöpfe und -erde  
Heim- und Kleintierfutter, Tiere, Sämereien, Düngemittel  
Sonstiger Baubedarf (Schnittholz, Kunststoffplatten, Baustoffe, Schleifmittel, technische Gummi- und Lederwaren, Asbest, Glas- und Keramikstoffe)



## 11. Hobby- und Freizeitartikel

Musikinstrumente, Musikalien

Sammlerbriefmarken

Kfz-Zubehör (Autopflegemittel u.a. anteilig 25 %)

Fahrräder, Motorräder und -roller, Mopeds, Zubehör und Reifen

Waffen, Munition, Jagdgeräte

Spielwaren (Kinderroller, Puppen, Puppenwagen, Spiele, Scherzartikel, Feuerwerkskörper)

Sportartikel (Sportbekleidung, Spezialsportschuhe, Berg- und Wanderschuhe, Zelte, Schlafsäcke, Turngeräte,

Sport- und Freizeitboote (einschl. Motorsportboote und Jachten))

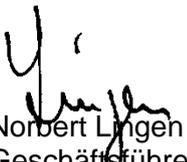
Die Ausarbeitung sowie die Entwurfsvorlagen fallen unter § 2, Abs.2, sowie § 31, Abs.2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart wurde, sind Vervielfältigungen (auch auszugsweise), Weitergabe oder Veröffentlichung (auch auszugsweise) nur nach vorheriger ausdrücklicher und schriftlicher Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt. Sämtliche Rechte, vor allem Urheberrechte, verbleiben bei der Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH, Erlangen.

Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH

Am Weichselgarten 26

91058 Erlangen

Erlangen, 13. Oktober 2021

  
Norbert Lingen  
Geschäftsführer