



STADT VETSCHAU/SPREEWALD

Město Wětošow/Błota

Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Stand: 20. Juli 2012

Herausgeber:

Stadt Vetschau/Spreewald

Zu diesem Dokument

Diese 2. Fassung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes basiert auf den Quellen:

- 1. Fassung, erstellt durch die BSM – Beratungsgesellschaft für Stadterneuerung und Modernisierung mbH in Zusammenarbeit mit dem Büro Standort Handel – Diplom-Ökonom Michael Giese in der letzten Version vom Juli 2010 (Planungsstand November 2009)
- der vollständigen „Einzelhandelserfassung Brandenburg 2010/2011“ als Gemeinschaftsinitiative die IHK, dem Handelsverband Berlin-Brandenburg und der gemeinsamen Landesplanungsabteilung des Landes Brandenburg und dem Land Berlin. Auftragnehmer war die Firma Stadt + Handel Dipl. Ing.e Beckmann und Föhner GmbH, Karlsruhe (Planungsstand 30.06.2010). Die Quelle wird als [S+H 2010] bezeichnet.

Änderungen und Ergänzungen zur alten Fassung sind farblich gekennzeichnet. Sind wesentliche Sachen entfernt worden, so ist dies als Fußnote vermerkt.

Die im Jahr 2010 vorgelegte Fassung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wurde durch die Gremien der Stadt Vetschau/Spreewald nicht beschlossen. Ein wesentlicher Grund war die Diskussion um die genaue Begrenzung des zentralen Versorgungsbereiches der Stadt und eine Standortbestimmung eines Marktes sowie die damit zusammenhängenden unklaren Aussagen. Deshalb wurden viele Teile des Konzeptes überarbeitet, um künftig eine koordinierte Entwicklung in diesem Sektor zu erreichen. Hier wurden durch die Aufstellung des Bebauungsplanes „Stadtmitte“ bereits Instrumentarien in Angriff genommen. Gleichzeitig wurden für die Erfassung von Betrieben auf die aktuellere Studie von Stadt+Handel (2010) zurückgegriffen.

Diese Endfassung wurde von der Stadtverwaltung ohne weitere Beauftragung durch ein Büro erstellt und beinhaltet Standpunkte zu den wichtigsten strategischen Stadtentwicklungsfragen im Bereich des Einzelhandels. Es liefert in **der Analyse das Grundlagenmaterial und die umfassende Bestandsaufnahme für die Betrachtung des Einzelhandels in Vetschau** sowie deren **städtebauliche Auswirkungen**. Es liefert ein **Entwicklungskonzept und Empfehlungen für die Umsetzung**.

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis.....	v
Begriffserklärungen.....	v
Vorwort	vi
1. Ausgangssituation	1
1.1. Anlass und Zielsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts.....	1
1.2. Rechtliche Verbindlichkeit, Übernahme in andere B-Pläne	2
1.3. Methodik und Inhalte	3
2. Die Struktur des Einzelhandels der Stadt Vetschau	4
2.1. Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche.....	4
2.2. Ausstattung mit Verkaufsfläche je Einwohner	6
2.3 Zur räumlichen Verteilung des Vetschauer Einzelhandels	8
2.3.1. Kernstadt.....	8
2.3.2 Ortsteile	10
2.4. Bewertung der Angebotsqualität des Vetschauer Einzelhandels.....	14
2.5 Die Rolle benachbarter Einzelhandelsstandorte im engeren Umfeld.....	16
3. Die wichtigsten Rahmenbedingungen des Vetschauer Einzelhandels	18
3.1. Einwohner und Einwohnerentwicklung	18
3.2. Kaufkraft, Nachfragevolumen und Kaufkraftbindung	19
3.3 Planerische Vorgaben.....	22
3.3.1. Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg (LEP B-B)	22
3.3.2. Flächennutzungsplan (FNP) der Stadt Vetschau/Spreewald	23
3.3.3. Integriertes Stadtentwicklungskonzept (INSEK) Vetschau/Spreewald.....	23
3.4. Städtebauliche und bauliche Rahmenbedingungen.....	24
4. Weitere Entwicklung des Vetschauer Einzelhandels	26
4.1. Künftige Entwicklung der Kaufkraft, des Nachfragevolumens und der Verkaufsfläche	26
4.2. Zur künftigen Standortverteilung des Einzelhandels der Stadt Vetschau/S.....	28
4.2.1. Kernstadt Vetschau	28
4.2.2. Orts- und Siedlungsteile	29
5. Entwicklungskonzept.....	32
5.1. Ausgangspunkte.....	32
5.2. Leitbild.....	33

5.3. Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche und weiterer Einzelhandelsgebiete	34
5.4. Maßnahmen.....	35
5.4.1. Bebauungsplan im Sinne des §9 Abs. 2a BauGB	35
5.4.2 Regeln zur Ansiedlung von neuen Einzelhandelsbetrieben.....	43
5.4.3 Altstadtmanagement	44
5.4.4 Flächen- und Leerstandsmanagement	46
5.4.5 Entwicklungsmaßnahmen im Altstadtbereich	47
Anhang.....	vii
Tabellenverzeichnis.....	vii
Kartenverzeichnis	vii
Anlagenverzeichnis.....	vii

Abkürzungsverzeichnis

VKF	Verkaufsfläche
IHK	Industrie- und Handelskammer
LBV	Landesamt für Bauen und Verkehr
KKZ	Kaufkraftkennziffer
UKZ	Umsatzkennziffer
E	Einwohner
DL	Dienstleistungen
S+H	Stadt und Handel
KF, MF, LF	Kurz-, mittel- und Langfristig
Z-R	Zentrenrelevanter Einzelhandel
NZ-R	Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel
NV-R	Zentrenrelevanter Einzelhandel der Nahversorgung
BauGB	Baugesetzbuch

Begriffserklärungen

Einzelhandel

Der für die IHK-Untersuchung genutzte Begriff des Einzelhandels „umfasst dabei jene Institutionen, deren wirtschaftliche Tätigkeit ausschließlich oder überwiegend dem Einzelhandel im funktionellen Sinne zuzuordnen ist. Ein Betrieb wird demnach dem Einzelhandel zugerechnet, wenn die Wertschöpfung der Einzelhandelstätigkeit größer ist als aus sonstigen Tätigkeiten“ (S+H 2010, S. 10). Als typische Tätigkeit im Einzelhandel werden das Beschaffen von Waren, das Zufügen zu einem Sortiment und der Verkauf an Endverbraucher gesehen. Ausgenommen sind Autohandel sowie Handel mit Brennstoffen.

Zentrenrelevanter Einzelhandel

Der zentrenrelevante Einzelhandel ist ein Einzelhandel mit einem speziellen Sortiment, der normalerweise vornehmlich in Innenstädten anzutreffen ist. Eine ausführliche Erläuterung finden Sie auf Seite 38.

Zentraler Versorgungsbereich

Ist ein räumlich abgrenzbarer Bereich einer Gemeinde, der auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Vgl. BVerwG, Urteil am 10.11.2008, AZ 4 C 7.07

Kaufkraft für Konsumzwecke verfügbares Einkommen für Verbraucherhaushalte

Vorwort

Die Stadt Vetschau/Spreewald hat in den letzten Jahren enorme Veränderungen erlebt. Der Abriss des Großkraftwerks und die Einstellung des Braunkohletagebaus haben zu enormen Umwälzungen im Wirtschaftsgefüge der Stadt und infolgedessen zu einem erheblichen Bevölkerungsrückgang geführt.

Mit dieser Entwicklung verbunden war ein Rückgang des örtlichen Kaufkraftpotenzials und damit eine qualitative, quantitative und räumliche Verschiebung des Schwerpunkts im Einzelhandel. Insbesondere die Verlagerung des Einzelhandels von der Altstadt der Kernstadt Vetschau auf zahlreiche nicht-integrierte Standorte hat der Altstadt erheblich geschadet. Dies führte trotz erfolgreich durchgeführter Sanierungsmaßnahmen in der Altstadt zu einem schleichenden Bedeutungsverlust dieser Innenstadt.

Ziel der weiteren Stadtentwicklungspolitik und des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzepts ist es daher, der Altstadt wieder die Bedeutung zuzuführen, die ihr historisch und städtebaulich zusteht und ihre Rolle als wichtigster zentraler Versorgungsbereich zu stärken. Daneben soll jedoch auch die örtliche Versorgung der Bevölkerung mit Waren des kurzfristigen Bedarfs („Nahversorgung“) sichergestellt werden.

Diese Ziele sollen mit den vorgeschlagenen Maßnahmen, insbesondere der Aufstellung eines Bebauungsplans zum Schutze der zentralen Versorgungsbereiche, der Steuerung neuer Einzelhandelsansiedlungen durch klare Regeln sowie flankierende organisatorische und städtebauliche Maßnahmen, erreicht werden.

Das Konzept sollte eine Wirkdauer von 10 Jahren haben, aber mit einer Neufassung des Flächennutzungsplanes angepasst werden.

1. Ausgangssituation

1.1. Anlass und Zielsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts

Als Folge des Strukturwandels des Einzelhandels verändert sich die Versorgungsstruktur der Städte dynamisch. Große Teile des Warenangebotes werden in großflächigen Betriebsformen des Einzelhandels angeboten. Besonders deutlich wird dies im Lebensmitteleinzelhandel, wo die Nah- und Grundversorgung heute überwiegend von Discountmärkten wahrgenommen wird. Aber auch Sortimente, die üblicherweise in den Zentren der Städte angesiedelt sind wie Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Unterhaltungselektronik/elektrische Haushaltgeräte, Sportartikel oder Spielwaren/Kleinkindbedarf werden heute in diskontierten Betriebsformen angeboten. Diese Betriebe benötigen eine stetig steigende Verkaufs- und Grundstücksfläche, um den Anforderungen an eine zeitgemäße Sortimentsauswahl und Warenpräsentation gerecht werden und ein aus Sicht der Händler notwendiges Parkplatzangebot bereitstellen zu können.

Die flächenintensiven Standortanforderungen können oftmals in den bestehenden Zentren nicht erfüllt werden und führen zu einer Ansiedlung an städtebaulich nicht integrierten Standorten. So werden die gewachsenen Zentren nicht nur hinsichtlich ihrer Nahversorgungsfunktion geschwächt, sondern verlieren durch die Ausdünnung der innenstadttypischen Branchen ihre Rolle als Haupteinkaufsbereich der Städte. Neben den zurückgehenden Angeboten werden die Innenstädte durch die durch Abwanderung entstehenden Leerstände zusätzlich geschädigt. Der hierdurch entstehende Imageverlust und die in vielen Fällen folgenden, weniger attraktiven Nachmieter tragen weiter zur Schwächung der betroffenen Zentren bei.

Diese in vielen Städten Deutschlands zu beobachtenden Entwicklungen sind auch in der Stadt Vetschau/Spreewald klar zu erkennen und haben zu einer deutlichen Schwächung der traditionell als Versorgungszentrum dienenden Altstadt geführt. Insbesondere der Leerstand in der Altstadt bei gleichzeitiger Zunahme der Verkaufsfläche in nicht integrierten Lagen lässt erheblichen Planungs- und Steuerungsbedarf erkennen.

Ziel des vorliegenden Konzepts ist daher die Schaffung belastbarer Grundlagen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Vetschau/Spreewald. Hierzu wird der Stadtverwaltung ein übersichtliches Instrument in Form tabellarischer und kartografischer Darstellungen

gen an die Hand gegeben, woraus die gebietsbezogene Versorgungssituation, die Abgrenzung der Versorgungsbereiche sowie mögliche Flächen und Ausschlussgebiete für Einzelhandelsansiedlungen zu entnehmen sind. Die zu gebenden Handlungsempfehlungen für Politik und Verwaltung zeigen Möglichkeiten der informellen und der formellen Steuerung auf. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept dient dabei als wichtige Grundlage für die planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung und den Schutz der zentralen Versorgungsbereiche über das mit den Novellen von 2004 und 2007 erweiterte Instrumentarium des Baugesetzbuches (BauGB).

Die Ziele des Konzeptes sind somit zusammenfassend:

- Stärkung und Stabilisierung der Vetschauer Altstadt
- Sicherstellung einer ausgewogenen und differenzierten Versorgungsstruktur in der Stadt Vetschau/Spreewald
- Schaffung einer Handlungsgrundlage für Standortentscheidungen und planerische Steuerungsprozesse
- Hinweise auf die weitere Entwicklung ausgewiesener Bereiche

1.2. Rechtliche Verbindlichkeit, Übernahme in andere B-Pläne

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept wird als städtebauliches Entwicklungskonzept bzw. als sonstige städtebauliche Planung i.S.d. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB erarbeitet und soll als solche durch die Stadtverordnetenversammlung der Stadt Vetschau/Spreewald beschlossen werden. Es ist daher bei der Aufstellung von Bauleitplänen im Rahmen der Abwägung besonders zu berücksichtigen.

Dies gilt insbesondere bei Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB, die der Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche dienen sollen. Die Ergebnisse des vorliegenden Konzepts können außerdem zur Beurteilung einer Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung sowie schädlicher Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche gem. § 2 Abs. 2 BauGB und § 34 Abs. 3 BauGB maßgeblich herangezogen werden.

Die Regelungen des Konzeptes, die in einem strategischen Bebauungsplan festgeschrieben werden, werden durch spätere Festsetzungen in B-Plänen geändert. Daher sollten die Emp-

fehlungen dieses Konzeptes und die Festsetzungen eines strategischen Bebauungsplanes immer in neu aufzustellende Bebauungspläne übernommen werden, sobald sie Gebiet und Belange dieses Konzeptes berühren.

1.3. Methodik und Inhalte

Als Grundlage zur Beurteilung des Einzelhandelsangebotes dient die Studie „Einzelhandels-erfassung Brandenburg 2010/11“, die sämtliche Einzelhandelsbetriebe der Stadt Vetschau einschließlich ihrer Ortsteile erfasst hat. Erfasst wurde die jeweilige Verkaufsfläche der Betriebe, außerdem erfolgte die branchenspezifische Zuordnung ihres Warensortimentes.

Diese Bestandsaufnahme diente sowohl als Grundlage für die Beschreibung und Bewertung der Versorgungssituation in der Stadt Vetschau als auch zur Beurteilung der Angebote im Zentrum der Stadt. Für die Festlegung und Abgrenzung der städtischen Zentren bildete der Bestand des Einzelhandels eines von mehreren Kriterien. So wurden außerdem räumliche Barrieren und städtebauliche Strukturen ebenso berücksichtigt wie die Erreichbarkeit der Angebote.

Das Zentrenkonzept besteht somit aus den folgenden Teilen:

- Darstellung und Bewertung der gegenwärtigen Versorgungssituation
- Bewertung der Angebotsqualität der wichtigsten Einzelhandelslagen, insbesondere der Innenstadt
- Räumliche Abgrenzung der Zentren
- „Ansiedlungsregeln“ für die Neuansiedlung von Einzelhandelsflächen innerhalb und außerhalb der Zentren

Zusätzlich werden Empfehlungen und Hinweise gegeben, wie die Inhalte und Ziele des Einzelhandels und Zentrenkonzepts im Rahmen der städtischen Planungen, insbesondere der Bauleitplanung umgesetzt werden können. Hierzu erfolgt bereits im Rahmen des vorliegenden Konzepts eine Beurteilung der Siedlungsflächen nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB. Diese Einordnung kann später zur Grundlage eines Bebauungsplan gem. § 9 Abs. 2a BauGB zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche herangezogen werden.

2. Die Struktur des Einzelhandels der Stadt Vetschau

2.1. Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche

Die Daten für die Erfassung der Betriebe und Verkaufsfläche stammen aus der Einzelhandelserfassung des Büros Stadt und Handel, die auf den Stichtag 31.12.2012 durchgesehen und aktualisiert worden ist.

In der Auswertung sind in der gesamten Stadt Vetschau/Spreewald inklusive Ortsteile **84** Einzelhandelsbetriebe angesiedelt. Die Verkaufsfläche beträgt **14.308 Quadratmeter**. Außerdem sind **26** leerstehende Ladenlokale mit **1.700** Quadratmetern registriert. Davon sind **326 Quadratmeter** in zentral gelegenen Ladenlokalen, die kurz- und mittelfristig nicht mehr für Einzelhandelsnutzungen zur Verfügung stehen, eingerechnet. Das ergibt eine Leerstandsquote von **23,9 Prozent**.

Nicht eingerechnet wurden Ladenlokale, die früher für Einzelhandel genutzt worden, aber zum Stichtag in einem Dienstleistungsgewerbe betrieben worden, und deshalb nicht mehr zum Einzelhandel gezählt werden können. Es kann nicht ausgeschlossen werden, hier wieder eine Einzelhandelsnutzung zu etablieren. Die potenzielle Verkaufsfläche beträgt **326 Quadratmeter**.

Eine Übersicht zeigt diese Tabelle:

		VKF pro E	
Verkaufsfläche (genutzt)	m²	14.308	1,64
Anzahl Betriebe (aktiv)		86	
Verkaufsfläche leerstehend	m²	1.700	
Verkaufsfläche dauerhaft leerstehend	m²	330	
Summe Verkaufsfläche inklusive Leerstand	m²	16.338	1,87
Leerstandsquote (VKF)	%	12,43	
Leerstandquote (Ladenlokale)	%	23,89	

Einwohneranzahl: 8.739

Tabelle 1: Auswertung Verkaufsflächen in Vetschau/Spreewald, Quelle: S+H 2010

Die erfassten Betriebe weisen folgende Struktur auf:

SORTIMENTE		Bedarf			Relevanz ¹	
		KF	MF	LF	NV-R	Z-R
Nahrungs- und Genussmittel	5.356	x			x	
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	755	x			x	
Papier, Bürobedarf, Schreibwaren, Zeitungen, Zeitschriften, Bücher	288	x			x	
Blumen, Pflanzen, Saatgut	491	x				x
Textilien	149		x			x
Bekleidung	1.398		x			x
Schuhe, Lederwaren	233		x			x
Haushaltsgegenstände	512		x			x
Zoologischer Bedarf	361		x			x
Fahrräder und -zubehör	164		x			x
Sport- und Campingartikel	12		x			x
Spielwaren	37		x			x
Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren	104		x			
Anstrichmittel	120		x			
Bau- und Heimwerkerbedarf	1.372		x			
Gartenbedarf: Beetpflanzen, Wurzelstöcke, Blumenerde	433		x			
Beleuchtungsartikel	74			x		
kermische Erzeugnisse und Glaswaren	192			x		x
elektr. Haushaltsgeräte, Unterhaltungselektronik, Musikinstrumente	560			x		x
Augenoptik	150			x		x
Foto/ optische Erzeugnisse	3			x		x
Computer/ Hard- und Software	54			x		x
Heimtextilien	233			x		x
Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbl. Erzeugnisse	217			x		x
Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck	51			x		x
sonstiger Facheinzelhandel	237			x		x
Antiquitäten und Gebrauchtwaren	45			x		x
Tapeten und Bodenbeläge	394			x		
Möbel und Einrichtungsbedarf	265			x		
Kraftwagenteile und Zubehör	3			x		
Kraftradtteile und Zubehör	45			x		

Tabelle 2: Auflistung nach Sortimenten. Quelle: S+H 2010.

Die Hälfte der Verkaufsfläche wird von Waren des kurzfristigen Bedarfs (alle Güter, die von Verbrauchern in der Regel unmittelbar nach dem Kauf ge- oder verbraucht werden) eingenommen, ein Drittel von Waren mittelfristigen Bedarfs. Das restliche Fünftel nehmen Waren des langfristigen Bedarfs ein (die für einen längeren Nutzungszeitraum angeschafft werden). Den Spitzenplatz nimmt das Sortiment für **Nahrungs- und Genussmittel, das mit 37 Prozent der Verkaufsfläche** beansprucht.

Die Einzelhandelsbetriebe sind überwiegend kleinteilig strukturiert. **Nur 9 Betriebe besitzen mehr als 300 Quadratmeter Verkaufsfläche. Das sind:**

4 Lebensmitteldiscounter	Aldi, Netto (schwarz), Netto (rot), Penny
1 Textildiscounter	kik
1 Vollsortiment-Supermarkt	REWE
2 Fachmärkte	Petzold, Przygode
1 Discount-Markt	Tedi

Auf diese Betriebe entfallen knapp 60 Prozent der gesamten aktiven Verkaufsfläche. Dies bedeutet, dass der Einfluss großflächiger Anbieter auf die Versorgung der Vetschauer Bevölkerung verhältnismäßig groß ist. Dies betrifft auch die Standortverteilung.

2.2. Ausstattung mit Verkaufsfläche je Einwohner

Die Verkaufsfläche pro Einwohner liegt für die Gesamtstadt Vetschau bei **1,64 Quadratmeter pro Einwohner** und damit im Schnitt der ostdeutschen Bundesländer. **Er liegt aber unter dem Durchschnitt von Brandenburg¹ (1,79 m²/E).** Zählt man die leerstehenden Ladenlokale (als potenzielle Verkaufsfläche) hinzu, erreicht Vetschau den Wert von **1,87 m²/E** und liegt damit ebenfalls unter dem brandenburgischen Durchschnitt von **1,98 m²/E**. Der Landkreis OSL liegt mit **2,02 m²/E** weit darüber.

¹ Quelle: Einzelhandelserfassung Brandenburg 2010 / 2011

Verkaufsfläche im Vergleich:

	VKF/E (m ²) (genutzt)	VKF/E (m ²) (gesamt)	Leerstand (%)	
			(Lokale)	(VKF)
Vetschau/S.	1,64	1,87	23,89	12,43
Stadt Lübbenau/S.	2,48		23,80	
Landkreis OSL	2,02			
Kammerbezirk	2,00		32,00	13,00
Land Brandenburg	1,79	1,98		10,00
Durchschnitt Neue L.	1,62			
Bundesdurchschnitt	1,46			

Tabelle 3: Verkaufsfläche und Leerstandsquoten der Stadt Vetschau und Vergleich. Quelle: S+H 2010

Umliegende Städte im ländlichen Raum wie Calau (1,51 m²/E) und Altdöbern (0,73) weisen niedrigere, die größere Stadt Lübbenau (2,48) und das Cottbus-nahe Kolkwitz (1,91) höhere Zahlen auf.

Die Verkaufsfläche von Waren der nahversorgungsrelevanten Sortimente liegt in Vetschau bei 6.399 m² oder 0,73 m² pro Einwohner weit höher als im Brandenburger Durchschnitt von 0,56 m²/E und sogar leicht über dem Durchschnitt des Landkreises Oberspreewald-Lausitz (0,70 m²/E) und kann damit mehr als gesättigt bezeichnet werden.

Sonstige zentrenrelevante Sortimente haben eine Verkaufsfläche von 5.099 m² oder 0,58 m² pro Einwohner, die leicht unter dem Durchschnitt liegt. Niedriger liegen die Zahlen in nicht zentrenrelevanten Einzelhandel, wo Vetschau mit 0,32 m²/E unter dem Durchschnitt von 0,56 liegt. Der Anteil an der Versorgung bzw. Überversorgung mit Waren der Nahversorgung entfällt in Vetschau nahezu ausschließlich auf Betriebe mit hoher Verkaufsfläche (Lebensmitteldiscounter).

VKF	14.308	Bedarf			Relevanz		
		KF	MF	LF	NV-R	Z-R	NZ-R
		6.890	4.895	2.523	6.399	5.099	2.810
Anteil (%)		48,15	34,21	17,63			
pro Einwohner		0,79	0,56	0,29	0,73	0,58	0,32
Vergleich Brandenbg.					0,59	0,61	0,59
Vergleich OSL					0,70	0,66	0,67

Tabelle 4: Strukturierung der Verkaufsfläche nach Bedarf und Zentrenrelevanz. Quelle: S+H 2010

Gegenüber der Bestandserfassung durch die Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH (GMA) aus dem Jahr 1997 ist die Verkaufsfläche je Einwohner zurückgegangen. Damals wurden 105 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 15.250 m² erfasst. Bezogen auf die damalige Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet des Vetschauer Einzelhandels errechneten sich **1,36 m² VKF** je Einwohner.

Der Rückgang der Verkaufsfläche des Vetschauer Einzelhandels gegenüber 1997 deutet auf einen bereits damals überhöhten Einzelhandelsbestand hin. Er ist darüber hinaus Folge der rückläufigen Bevölkerungsentwicklung und der daraus resultierenden sinkenden Kaufkraft. Auch Gründe der Betriebsführung, die Überalterung der Betriebsinhaber und fehlender Nachwuchs, nicht mehr wettbewerbsfähige Standorte und Konzepte von Einzelhandelsbetrieben u.v.a.m. können für den Rückgang der Verkaufsfläche verantwortlich sein.

2.3 Zur räumlichen Verteilung des Vetschauer Einzelhandels

2.3.1. Kernstadt

Das Gros der Einzelhandelsangebote von Vetschau sind in der Kernstadt angesiedelt. Hier befinden sich **69** der erfassten **84** Einzelhandelsbetriebe (**82 %**). Diese verfügen zusammen über **13.528 m²** Verkaufsfläche, das sind **95%** der Gesamt-Verkaufsfläche der Stadt.

Innerhalb des historischen Altstadtkerns befinden sich **23 Einzelhandelsgeschäfte**, die nur **1.890 m² Verkaufsfläche** (= **13,2 % der Gesamt-Verkaufsfläche der Stadt**) auf sich vereinen.

Der Altstadt kern wurde wie folgt abgegrenzt:

- Am Markt
- Markt/Kirchstraße
- Richard-Hellmann-Straße
- Cottbuser Straße (bis Rondell)
- Berliner Straße (zwischen Markt und Ernst-Thälmann-Straße)
- **Bahnhofstraße (Hospitalplatz – Karl-Marx-Straße)**

In direktem Anschluss an diesen Altstadt kern befindet sich zudem eine Filiale der REWE-Gruppe. Sie bietet auf einer Verkaufsfläche von 1.240 m² vorwiegend Waren des kurzfristigen Bedarfs an. Die Mehrzahl der Läden befindet sich dabei nicht nur im unmittelbaren Bereich des Marktes, sondern vor allem auch im Bereich des Hospitalplatzes an der Cottbuser- und Bahnhofstraße.

Weitere, vorwiegend kleinteilige Einzelhandelsangebote befinden sich im weiteren Verlauf der Bahnhofstraße. Hier sind 7 Betriebe angesiedelt, die über 1.481 m² Verkaufsfläche verfügen. Wichtigster Anbieter mit einem größeren Flächenangebot ist die Fa. Petzold, die hier einen „Wohnstore“ Markt für Wohnungseinrichtungen (mehrheitlich nicht zentrenrelevantes Sortiment) sowie einen Drogeriemarkt betreibt.

Ein weiterer Ansiedlungsschwerpunkt, der vorwiegend der Nahversorgung der umliegenden Wohnsiedlung mit Angeboten des kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfs dient, befindet sich an der Kraftwerkstraße. Hier ist das in den 1990er Jahren entstandene „Einkaufszentrum am Wasserturm“ angesiedelt, das nach der Schließung des dortigen **Plus-Marktes und später der Schlecker-Filiale und des Cafés seine ursprüngliche Bedeutung** weitgehend eingebüßt hat. Die Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln wird heute durch den gegenüberliegenden Netto-Markt an der Kraftwerkstraße 2A wahrgenommen. Die insgesamt sechs an der Kraftwerkstraße angesiedelten Einzelhandelbetriebe verfügen über **1.409 m² Verkaufsfläche**. Ebenfalls der Nahversorgung dient ein weiteres Zentrum an der Pestalozzi-Straße. Ein Lebensmittel-Discountmarkt der Fa. Penny sowie weitere kleinteilige Anbieter von regionaltypischen Lebensmitteln, Getränken, Zeitungen/Zeitschriften, Blumen vervollständigen das Ensemble. **In der Nähe wurde eine Filiale der kik Textilien & Non-Food GmbH**

eröffnet. An der Pestalozzistraße befinden sich vier Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 956 m².

Neben den dargestellten, durch die Agglomeration mehrerer Betriebe gekennzeichneten Einzelhandelslagen ist sowohl innerhalb des Stadtgebietes als auch an dessen Rand eine Reihe von Betrieben an Einzelstandorten angesiedelt.

Zu ihnen gehören insbesondere die folgenden mit zentrenrelevanten Sortimenten:

- Netto-Discountmarkt und Getränkehandel – Berliner Straße
- Aldi-Discountmarkt Cottbuser Straße²
- Blumenhaus Nandiko – Wilhelm-Pieck-Straße
- Multimarkt – Juri-Gagarin-Straße.
- Bau- und Heimwerkermarkt/Gartencenter Przygode – Reptener Chaussee (zusammen mit Getränkemarkt) – mit mehrheitlich nicht zentrenrelevantem Sortiment

Die an Einzelstandorten angesiedelten Einzelhandelsbetriebe verfügen mit rd. 7.700 m² Verkaufsfläche über den höchsten Verkaufsflächenanteil der Stadt.

2.3.2 Ortsteile

Von den insgesamt 20 Orts- bzw. bewohnten Gemeindeteilen, die sich außerhalb der Kernstadt Vetschau/Spreewald befinden, verfügen nur acht über eigenständige Einzelhandelsangebote. Insgesamt 15 Betriebe verfügen zusammen über 825 m² Verkaufsfläche.

Die durchschnittliche Betriebsgröße von 55 m² VKF je Ladeneinheit deutet darauf hin, dass die Versorgungsfunktion dieser Einzelhandelseinrichtungen nur gering ist.

Über mehrere Angebote verfügt lediglich der mit rd. 700 Einwohnern größte Ort Raddusch. Hier sind 3 Betriebe angesiedelt, darunter ein Lebensmittelmarkt, ein Bäcker und ein Hofladen.

Ein weiterer Lebensmittelmarkt befindet sich im Ortsteil Missen. Wie in Raddusch handelt es sich um einen ehemaligen, aus DDR-Zeit stammenden (Konsum-) Markt geringer Größe. Neben diesem Markt ist in Missen ein Blumenladen angesiedelt.

² Der Aldi-Markt an der Cottbuser Straße befindet sich zwar in Nähe der Wohnsiedlung an der Kraftwerkstraße, stellt jedoch einen solitären Standort dar. Hierfür spricht die geringe, für einen Markt der Aldi-Gruppe untypische geringe Frequentierung.

Nennenswert ist der Spreewaldmarkt in Göritz, der mit rd. 90 m² Verkaufsfläche die größte Ladeneinheit der Ortsteile darstellt. Der neu errichtete Markt gehört der Göritzer Agrar-GmbH, die auch den Hofladen in Fleißdorf betreibt.

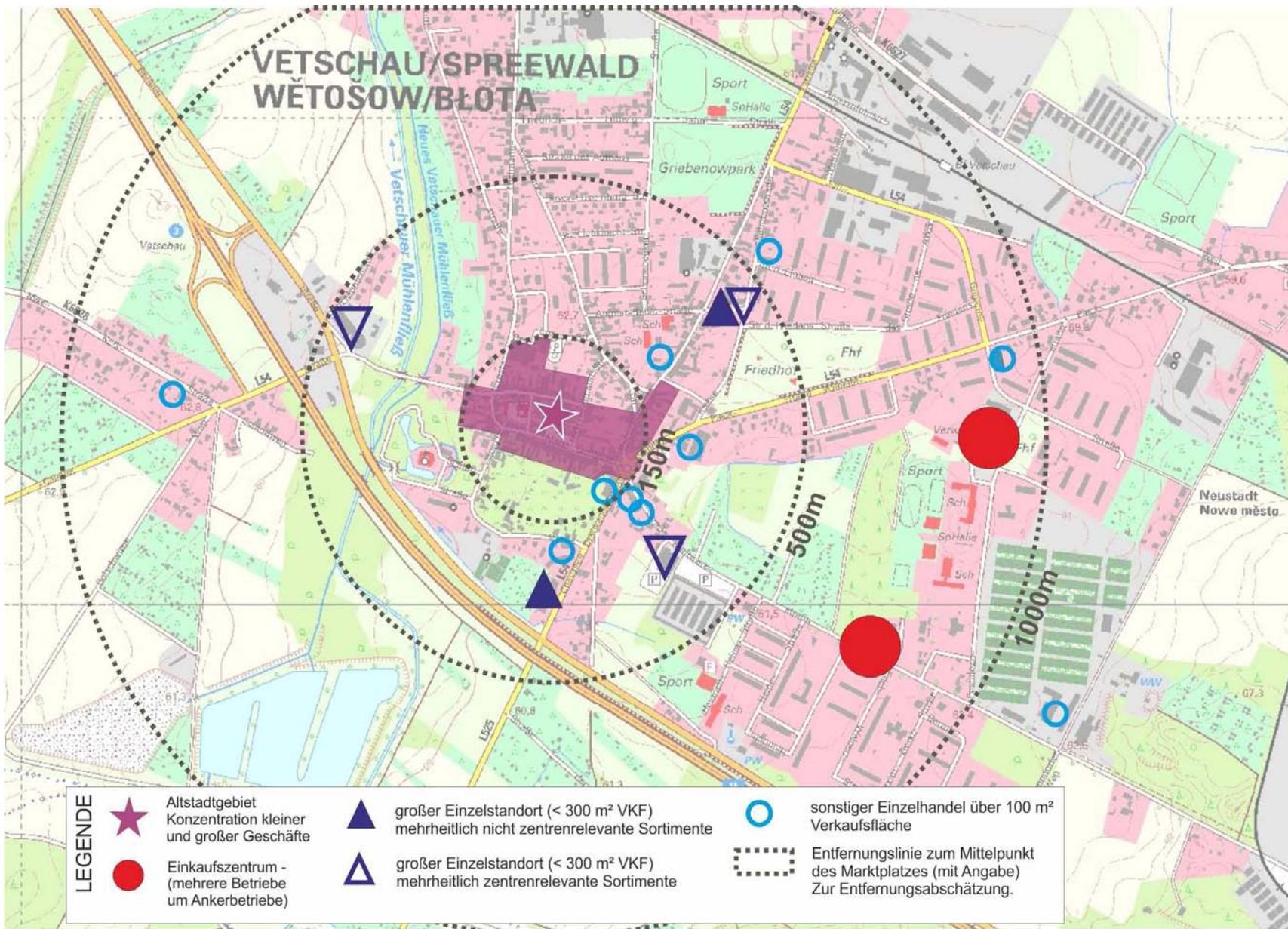
Über weitere Ladeneinheiten verfügen die Ortsteile Koßwig, Laasow und Ogrosen. Bei letzterem handelt es sich um einen Hofladen, der in einem Produzentenverbund ökologische Produkte verkauft (Fleisch, Käse, Gemüse). Der Vertrieb dieser Waren reicht bis nach Berlin. Die Ortsteile ohne stationäre Ladeneinheiten – und teilweise auch diejenigen, die über stationäre Angebote verfügen – werden in turnusmäßigen Abständen von mobilen Anbietern aufgesucht. Dabei handelt es sich um Verkaufswagen, die Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren, Obst und Gemüse, Geflügel, Eier oder verschiedene andere Lebensmittel anbieten. Die meist an festen Stand-plätzen anbietenden mobilen Versorger haben i. d. R. feste Angebotstage, die je nach Größe des Ortes schwanken.

Zusammenfassung:

RÄUMLICHE VERTEILUNG

Gebiet	Anzahl Betriebe	VKF (m ²)	VKF (%)
Altstadtkern	23	1.890	13,2
Bahnhofstr.	7	1.481	10,4
Kraftwerkstr.	6	1.409	9,8
Pestalozzistr.	4	956	6,7
Einzelstandorte	31	7.747	54,1
Kernstadt insgesamt	71	13.483	94,2
Orts-/Siedlungsteile	15	825	5,8
Gesamtes Stadtgebiet	86	14.308	100,0

Tabelle 5: Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Vetschau/Spreewald. Quelle: S+H 2010



Plan 1: Einzelhandelsverteilung in der Kernstadt Vetschau 2010



Abbildung 1: Altstadtkern



Abbildung 2: Bereich Juri-Gagarin-Straße



Abbildung 3: Bereich Kraftwerkstraße



Abbildung 4: Einzelstandorte Calauer Kreuzung, Bahnhofstraße und Reptener Chaussee

2.4. Bewertung der Angebotsqualität des Vetschauer Einzelhandels

Der Großteil der Angebote des Vetschauer Einzelhandels ist im mittleren bis unteren Angebotsgenre angesiedelt. Dies ist zum einen der Tatsache geschuldet, dass der größere Teil der Einzelhandelsangebote der Stadt dem Lebensmittel-Einzelhandel zugeordnet ist, bei dem sich die Angebote – bedingt durch die im Stadtgebiet vorhandenen Lebensmittel-Discountmärkte – im niedrigen Preissegment bewegen.

Zum anderen sind höherwertige Angebote allenfalls vereinzelt, z.B. in den Branchen Foto/Optik oder Uhren/Schmuck angesiedelt. In wichtigen innenstadt-relevanten Branchen wie Bekleidung/Textilien oder Schuhe/Lederwaren sind Angebote des gehobenen Genres gar nicht vertreten.

Ein wichtiger Grund für die geringe Angebotsqualität des Vetschauer Einzelhandels ist in der Standortverteilung der Betriebe in der Kernstadt zu suchen. Die Mehrzahl der in der Kernstadt angesiedelten Einzelhandelsangebote befindet sich außerhalb der Altstadt. Der Altstadt kern selbst, der aufgrund seiner stadträumlichen und baulichen Voraussetzungen für die Ansiedlung höherwertiger Einzelhandelsangebote geeignet wäre, hat – aus Sicht des Einzelhandels – die hierfür die vorhandenen Möglichkeiten nicht annähernd genutzt. Neben wenigen Angeboten des kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfs (Fleischer, Bäcker, Drogeriewaren, Apotheke) sind hier nur einzelne Angebote des mittel- und langfristigen Bedarfs angesiedelt. Diese bewegen sich vornehmlich im mittleren und vor allem unteren Preisgenre (u.a. Bekleidung, Spielwaren, Haushaltswaren).

Ladengestaltung und Angebotspräsentation des Einzelhandels der Altstadt halten heutigen Anforderungen nicht stand. Der räumlich attraktivste Standort im Eckbereich des Marktes ist durch einen „Multimarkt“ belegt, der ein gemischtes Sortiment des unteren Preisgenres führt (Am Markt 32).

Bedenklich ist vor allem die Tatsache, dass im Bereich des Marktes einschließlich dessen Fortsetzung durch die Cottbuser Straße (**bis Hospitalplatz**) allein zehn Ladeneinheiten leer stehen. **Zum Vergleich: Im gleichen Bereich sind 23 Betriebe/Ladeneinheiten** belegt. Neben den Leerständen ist ein Teil der am Markt befindlichen Gebäude nicht für Erdgeschossnutzungen ausgebaut (z.B. Am Markt 4: Rechtsanwaltspraxis ohne Gewerbeeinheit im Erdgeschoss). Die Öffnungszeiten der inhabergeführten Einzelhandelsbetriebe sind – anders als in den Zentren vieler anderer Städte – in Vetschau nur ein Randproblem. Zwar gibt es Mittags-

schließungen und Schließzeiten an Werktagen ab 18 Uhr. Als Grund für die geringe Frequenz der Altstadt können sie jedoch nicht herangezogen werden.

Bestandteil des Marktes ist ein zweimal – gegen Ende der Woche – durchgeführter Wochenmarkt. Die Qualität dieses Marktes entspricht dem überwiegend geringen Niveau der in diesem Bereich angesiedelten Läden. Hervorzuheben ist einzig der Stand der Göritzer Agrar-GmbH, die an ihrem Stand frisches Obst und Gemüse sowie Blumen anbietet. Das Gros der Angebotsfläche des Wochenmarktes wird von Billigtextilien, Trödel, niedrig-preisigen Lederwaren (Taschen) und Haushaltswaren belegt³.

Dienstleistungsangebote sind im Marktbereich nur gering vertreten (Reinigungsannahme/Änderungsschneiderei, Friseur/Kosmetik, Bankfiliale, Post). Das Niveau dieser Betriebe ist – ähnlich dem der Einzelhandelsangebote – nur gering.

Gastronomische Angebote, die als ständig geöffnete Einrichtungen zur Verfügung stehen, sind im Marktbereich lediglich vier angesiedelt. **Nennenswert ist davon das „Brauhaus“, dass sich um ein zeitgemäßes Angebot bemüht, genauso wie die Gestaltung des zukünftigen Café Tassilo⁴. Beide liegen aber nicht direkt am Markt, sondern in der Richard-Hellmann-Straße etwas abseits. Dies kann nur durch konsequente Beschilderung und gestaltete Außenbereiche kompensiert werden. Eine Schlüsselfrage bleibt die Zukunft des „Ratskellers“, ohne den der Markt seiner Funktion nicht gerecht werden kann.**

Außerhalb des Altstadt-kerns bewegen sich die Einzelhandelsangebote auf ähnlichem Niveau wie in der Altstadt. Teilweise ist durch Neubau oder durch Neugestaltung von Ladeneinheiten ein Bemühen um eine zeitgemäße Gestaltung erkennbar (z.B. Wohnstore und Drogeriemarkt Petzold, Spreewaldmarkt – Bahnhofstraße, Angebote im Nahversorgungszentrum Pestalozzistraße, „In-deed“ – EKZ am Wasserturm). Diese hervorzuhebenden Einzelfälle werden jedoch von Ladeneinheiten begleitet, die entweder nicht mehr als zeitgemäß einzustufen sind oder einen ungünstigen Standort aufweisen.

Mit Ausnahme des Spreewaldmarktes in Göritz und der Hofläden in Fleißdorf und Ogrosen tragen die Angebote in den Orts bzw. Siedlungsteilen überwiegend provisorischen Charakter. Die teilweise im Nebenerwerb betriebenen Läden tragen zeitlich begrenzten Charakter

³ Der Wochenmarkt wird im Auftrag der Stadt von der Geschäftsstelle des Jungunternehmensvereines Elbe-Elster e.V. betrieben.

⁴ Eröffnung im März 2012 geplant

und weisen aufgrund der geringen Einwohnerzahl der Ortsteile geringe Zukunftschancen auf.

2.5 Die Rolle benachbarter Einzelhandelsstandorte im engeren Umfeld

Als wichtigster Einzelhandelsstandort innerhalb der Region fungiert ohne Zweifel das Oberzentrum Cottbus. Mit seinen innerstädtischen Angeboten um die Spremberger Straße, dem neu errichteten Blehencarée an der Karl-Liebknecht-Straße, der Fürst-Pückler-Passage, der Spreegalerie sowie weiteren, an nicht integrierten Lagen angesiedelten Einkaufszentren⁵ übt Cottbus eine hohe Anziehungskraft auf ein großes Einzugsgebiet aus, zu dem auch die Stadt Vetschau gehört.

Auch wenn im Rahmen der vorgenommenen Analyse keine Befragung zum Einkaufsverhalten der Vetschauer Bevölkerung vorgenommen wurde, kann davon ausgegangen werden, dass insbesondere höherwertige Angebote der Branchen Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Uhren/Schmuck, elektrische Haushaltgeräte, Unterhaltungselektronik/PC's, Foto/Optik/Akustik, Glas/Porzellan, Möbel/Einrichtungsbedarf, Sport-/Spielwaren und ähnlichem in Cottbus gekauft werden.

Auch Berlin und Dresden sind als Einkaufsorte für periodisch vorgenommene Einkaufsfahrten oder im Zusammenhang mit der Hauptstadt als Arbeitsort zu nennen.

Aufgrund der geringen Entfernungen zu Vetschau spielen als Einkaufsorte zudem die Nachbarstädte Lübbenau und Calau eine Rolle. Burg kommt wegen der Nähe zu Vetschau ebenfalls für Einkaufsfahrten infrage. Die Wahl der genannten Einkaufsorte dürfte insbesondere dann eine Rolle spielen, wenn sie als Arbeitsort, als touristisches Ziel (z.B. Feste) oder als Ziele für Sport- und Freizeitaktivitäten eine Rolle spielen.

Zu den Einkaufsorten, die aufgrund der Nähe zu Vetschau ebenfalls aufgesucht werden, gehört auch die Gemeinde Kolkwitz.

Als wichtigste Anbieter in den genannten Gemeinden sind zu nennen:

⁵ u.a. TKC-Einkaufszentrum in der Gerhard-Hauptmann-Str., Lausitz-Park (Groß Gaglow)

- Lübbenau
- Altstadtbereich: Ehm-Welk-Straße/Poststraße mit vorwiegend kleinteiligen Angeboten des Bekleidungssektors, Sportwaren, Schuhe/Lederwaren, Uhren/ Schmuck, Glas/ Porzellan/Haushaltwaren, Foto/Optik, ergänzt durch Angebote des Dienstleistungssektors und der Gastronomie (letztere vornehmlich am Hafen)
 - Neustadt: Nahversorgungszentrum am Roten Platz mit Rewe-Markt und kleinteiligen Angeboten
 - Neustadt: Einkaufszentrum Kolosseum an der Otto-Grotewohl-Straße mit Edeka, Reno, Bekleidungsangeboten, Dienstleistungen und Gastronomie
 - Neustadt: Kaufland-Standort und „Spreeforum“ „Am Kaufland“ mit Aldi, Dänisches Bettenlager, takko, Zoohandlung
- Calau
- Karl-Marx-Straße: Calau Center mit Rewe-Markt, kik, Netto
 - Vetschauer Straße: Lidl, Netto
 - Straße des Friedens: Aldi, Schlecker, Getränkemarkt
- Burg
- Hauptstraße: Edeka Nahkauf und kleinteilige Angebote
 - Hauptstraße: Netto-Discountmarkt als solitärer Standort
 - Bahnhofstraße: Nahversorgungszentrum mit Penny-Markt
- Kolkwitz
- Berliner Straße: real SB-Warenhaus, Aldi, takko

3. Die wichtigsten Rahmenbedingungen des Vetschauer Einzelhandels

3.1. Einwohner und Einwohnerentwicklung

Per 31.12.2011 waren im Stadtgebiet von Vetschau/Spreewald 8.739 Einwohner mit Hauptwohnsitz gemeldet. Die Einwohner verteilen sich wie folgt auf die Ortsteile:

Ortsteil	Einwohner	%	Altersgruppe	Einwohner
OT Göritz	182	2,1	0 bis 5 Jahre	369
OT Koßwig	239	2,7	6 bis 15 Jahre	616
OT Laasow	442	5,1	16 bis 24 Jahre	639
OT Missen	442	5,1	25 bis 44 Jahre	1.976
OT Naundorf	243	2,8	45 bis 64 Jahre	2.921
OT Ogrosen	235	2,7	65 bis 74 Jahre	1.297
OT Raddusch	684	7,8	75 bis 105 Jahre	921
OT Repten	88	1,0		
OT Stradow	289	3,3		
OT Suschow	259	3,0		
Vetschau (o. OT)	5.636	64,5		
gesamt	8.739	100,00	Gesamt	8.739

Tabelle 6: Einwohner der Stadt Vetschau/Spreewald nach Ortsteilen und Altersstruktur in der Gesamtstadt per 31.12.2011. Quelle: Einwohnermeldeamt der Stadt Vetschau/Spreewald

Rund 65 Prozent der Bewohner wohnen in der Kernstadt, größter Ortsteil ist Raddusch mit rund 680 (7,8%) Einwohnern. Seit 1991 hat die Stadt einen kräftigen Einwohnerverlust erlitten. Die Einwohnerzahl sank, trotz einiger Gewinne in den ländlichen Ortsteilen, von 11.218 auf 8.793 (Minus 22 Prozent). Noch stärker davon ist die Kernstadt betroffen, die einen Einwohnerverlust von 32 Prozent verkraften musste, vor allem in den Wohnkomplexen der Neustadt. Die Gründe für den starken Einwohnerrückgang, insbesondere in der Kernstadt, sind allgemein bekannt; sie sind entscheidend auf den wirtschaftlichen Strukturwandel der Stadt Vetschau/S. nach 1990 zurückzuführen.

In den letzten Jahren ist allerdings ein Abflauen des jährlichen Verlustes zu beobachten. So sank der prozentuale Jahresverlust vom Maximum von über 2 Prozent Mitte der 90er-Jahre unter 1,5 Prozent, 2011 sogar unter einen Prozent. Trotz dessen, dass der Rückgang vor allem auf die Kernstadt zurückgeht, trägt diese einen überproportionalen Anteil am Verlust. Hauptgrund ist die negative Bilanz zwischen Sterbefällen und Geburten. Dies schlägt sich in der Altersstruktur nieder, bei dem überproportional viele Einwohner bereits über 45 Jahre alt sind.

Von besonderer Bedeutung für die Nachfragesituation der Vetschauer Einzelhandels ist die künftige Entwicklung der Bevölkerung der Stadt. Die Prognosen zur Einwohnerentwicklung knüpfen an den bisherigen Einwohnerstand an. Basierend auf den Daten von 2008 geht das Landesamt für Bauen und Verkehr des Landes Brandenburg (LBV) bis zum Jahr 2030 von folgenden Einwohnerzahlen für die Stadt Vetschau/Spreewald aus:

2015	8.153	2025	7.358
2020	7.770	2030	6.915

Tabelle 7: Einwohnerprognose für Vetschau/Spreewald. Quelle: LBV

Die Prognose sagt einen dramatischen Einwohnerrückgang voraus. Die prognostizierten Einwohnerverluste betreffen vor allem die Kernstadt, in der sich das Gros der Einzelhandelsangebote der Stadt befindet. Ob die Bevölkerungsentwicklung am Ende tatsächlich so negativ verlaufen wird, wie prognostiziert wurde, ist schwer voraussehbar. Die Wahrscheinlichkeit, dass sich in Vetschau/S. Unternehmen mit einem hohen Arbeitskräftebedarf ansiedeln, ist aus gegenwärtiger Sicht gering. Somit muss im Rahmen der vorliegenden Untersuchung die Prognose LBV berücksichtigt werden.

3.2. Kaufkraft, Nachfragevolumen und Kaufkraftbindung

Die **Einzelhandelsrelevante Kaufkraft** wurde in der Stadt+Handel-Studie⁶ durch das Büro Stadt + Handel auf Grundlage postleitzahlengenaue, sortimentspezifischer Kaufkraftkennziffern zum Bezugsjahr 2010 berechnet.

⁶ Sie [S+H 2010], S. 51: „Die Daten werden von der BBE Handelsberatung GmbH im jährlichen Rhythmus erstellt und dienen als valide Arbeitsgrundlage in der gutachterlichen Praxis“.

Für Vetschau wurden per 30.06.2010 folgende Werte ermittelt:

		<i>Vetschau/Spreewald</i>
Einwohnerzahl		8.824
Einzelhandelrelevante Kaufkraft	Mio €	38,8 im Jahr
einzelhandelrelevante Kaufkraftkennziffer (KKZ)		89,2
<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>		
Umsatz im Einzelhandel	Mio €	36,1 im Jahr
Umsatzkennziffer (UKZ)		82,9
Zentralität	%	93

Tabelle 8: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft und Umsatz im Vetschauer Einzelhandel. Quelle: S+H 2010

Dies macht eine Einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Einwohner von 4.497,10 Euro aus. Für den Landkreis OSL wurden 4.352,65 Euro berechnet. Damit liegt der Durchschnitt im Landkreis niedriger als in Vetschau/Spreewald selbst. Im Vergleich zu Brandenburg⁷ mit 4.604,78 Euro liegt die Kaufkraft aber knapp unter dem Durchschnitt. Die Kaufkraft in Deutschland liegt bei 5.329 € pro Kopf⁸ noch weit darüber.

Diese Auflistung zeigt, dass die Bevölkerung der Stadt Vetschau über eine geringe Kaufkraft verfügt. Die Kaufkraft pro Einwohner liegt deutlich unter dem Bundesdurchschnitt und auch unterhalb des ohnehin vergleichsweise niedrigen Kaufkraftniveaus des Landes Brandenburg. Seit der letzten Berechnung im Jahr 2009 ist die Kaufkraft pro Einwohner⁹ von 4.745 Euro deutlich gesunken. Der Kaufkraftwert für die Stadt Vetschau/Spreewald ist damit ein Abbild der Einkommenssituation der Bewohner, der durch einen hohen Arbeitslosenstand und eine ungünstige Demografie sowie der Verschiebung in den Altersgruppen (siehe vorheriges Kapitel) gekennzeichnet ist.

⁷ Gleiche Quelle: [S+H 2010] S. 54, Stand: 30.06.2010.

⁸ GfK Pressemeldung vom 7. Juni 2012, abrufbar unter http://archiv.gfk-geomarketing.de/presse/20110607_PM_einzelhandels-kaufkraft.pdf, zuletzt abgerufen am 11.06.2012

⁹ Berechnung des Gutachterteams der BSM und des Büro Standort Handel im November 2009

Aus der Multiplikation der Einwohnerzahl des Einzugsgebietes mit der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft je Einwohner errechnet sich das **Nachfragevolumen**, das im Einzelhandel des Einzugsgebietes für Warenkäufe zur Verfügung steht.

Ausgehend von der im Stadtgebiet von Vetschau/Spreewald vorhandenen Einwohnerzahl errechnet sich für das untersuchte Gebiet **ein einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in Höhe von 38,8 Mio. Euro**. Hiervon stehen in der Kernstadt rd. 65% und 35% in den Ortsteilen bereit.

Das Nachfragevolumen verteilt sich auf die einzelnen Sortimente wie folgt:

Sortiment	Kaufkraft (Mio €)	Umsatz (Mio. €)	KKZ	UKZ	Zentralität (%)
Nahrungs- und Genussmittel	16,2	18,7	90,0	104,0	116
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2,3	2,7	89,8	107,5	120
Papier, Bürobedarf, Schreibwaren, Zeitungen, Zeitschriften, Bücher	1,4	1,0	84,4	59,7	71
Blumen, Pflanzen	0,4	0,3	93,2	69,2	74
Bekleidung	3,2	2,5	83,4	65,5	78
Schuhe, Lederwaren	0,8	0,5	84,4	54,6	65
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör, Gartenbedarf	1,1	0,9	87,3	71,2	82
Zoologischer Bedarf	0,4	0,5	93,2	96,3	103
Sport- und Campingartikel, Fahrräder	0,6	0,4	83,4	50,7	61
Spielwaren	0,7	0,1	84,4	8,9	11
Baummarktsortiment (ink. Teppiche)	4,1	3,0	95,4	70,2	74
Gardinen/Deko/Sicht- und Sonnenschutz, Bettwaren, Haus-, Tisch- u. Bettwäsche	0,6	0,5	86,7	69,5	80
Möbel	2,0	0,4	83,4	15,3	18
Neue Medien, Unterhaltungselektronik, Musikinstrumente, Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	3,2	2,8	85,1	74,2	87
Foto/Optik/Akustik	0,8	1,1	82,5	121,9	148
Uhren/Schmuck	0,3	0,2	78,6	47,2	60
sonstiger Facheinzelhandel	0,6	0,5	84,8	62,7	74

Tabelle 9: Nachfragepotenzial für einzelne Sortimente des Einzelhandels in Vetschau. Quelle: S+H 2010

Hier ist erkennbar, dass der größere Teil dieses Nachfragevolumens für den Kauf von Waren des zentrenrelevanten Einzelhandels der Nahversorgung (die ersten drei Positionen) vorhanden (=51,3%) ist.

Aus der Gegenüberstellung des Umsatzes der im Stadtgebiet angesiedelten Einzelhandelsbetriebe zum dort vorhandenen Nachfragepotenzial errechnet sich die Kaufkraftbindung (auch Zentralität genannt). Diese gibt Auskunft darüber, welcher Anteil dieses Nachfragepotenzi- als durch den im Vetschauer Stadtgebiet vorhandenen Einzelhandel.

Der Umsatz beträgt der zugrunde gelegten Studie 35,8 Mio. Euro. Diesem steht das Nachfragevolumen von 38,8 Millionen gegenüber. Aus diesen Zahlen errechnet sich eine Kaufkraftbindung (Zentralität) von 93 Prozent.

Diese Kaufkraftbindung liegt vergleichsweise hoch, besonders wenn man bedenkt, dass ein nicht unbeträchtlicher Anteil Kaufkraft für Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs auch an Standorten außerhalb Vetschaus gebunden wird.

Insbesondere die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Backwaren/Fleisch- und Wurstwaren, Blumen/zoologischer Bedarf sowie Foto/Optik/Aktustik weisen eine hohe Kaufkraftbindung (Zentralität) auf. Die relativ hohe Kaufkraftbindung beim Waren des kurzfristigen Bedarfs deutet auf Kaufkraftzuflüsse von außerhalb hin, die u.a. in der verkehrsgünstigen Lage des Netto-Marktes an der Berliner Straße begründet sind. Auch andere Lebensmittel-Discountmärkte der Stadt weisen offensichtlich ein größeres – über das Stadtgebiet hinausgehendes – Einzugsgebiet auf. Geringer sind die Bindungsquoten bei den Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs. Insbesondere bei Schuhe/Lederwaren, Sportartikeln, Spielwaren, Uhren/Schmuck und Möbel werden besonders niedrige Werte erreicht (und damit meist außerhalb von Vetschau gekauft).

3.3 Planerische Vorgaben

Auf verschiedenen Ebenen bestehen bereits Planungen, die den Umgang mit dem örtlichen Einzelhandel bzw. mit den zentralen Versorgungsbereichen betreffen. Hierzu gehören sowohl allgemeine planerische Vorgaben aus dem aktuellen Landesentwicklungsplan LEP B-B und dem Flächennutzungsplan der Stadt Vetschau als auch Aussagen aus verschiedenen kommunalen Konzepten und Gutachten. Diese werden im Folgenden dargestellt.

3.3.1. Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg (LEP B-B)

Der gemeinsame Landesentwicklungsplan der Länder Berlin und Brandenburg von 2009 macht keine für den Einzelhandel bzw. die Zentrenstruktur in Vetschau/Spreewald relevan-

ten Vorgaben. Mit dem Verlust des im vorherigen Landesentwicklungsplans LEP I noch vorhandenen Status Vetschaus als Grundzentrum entfällt auch die zentralörtliche Einordnung der Stadt in das landesweite Zentrensystem. Vetschau/Spreewald gilt somit nicht mehr als zentraler Ort; seine Einrichtungen sind im Wesentlichen nur noch für den Eigenbedarf vorgesehen. Vetschau/Spreewald ist dem Mittelzentrum Lübbenau/Spreewald zugeordnet.

3.3.2. Flächennutzungsplan (FNP) der Stadt Vetschau/Spreewald

Im Flächennutzungsplan der Stadt Vetschau von 2006 finden sich keine sich unmittelbar auf die Einzelhandelsstruktur bezogenen Darstellungen. Durch die Darstellung der unterschiedlichen Bauflächen nach der allgemeinen Art ihrer baulichen Nutzung ergeben sich jedoch Vorentscheidungen zur Zulässigkeit von Einzelhandel auf diesen Flächen. Die planungsrechtliche Zulässigkeit im konkreten Einzelfall ist jedoch – falls vorhanden – anhand eines Bebauungsplans bzw. aufgrund der §§ 34 und 35 BauGB zu beurteilen.

In Kapitel 2.5.4.11 des FNP (Vetschau/Spreewald) werden die Einzelhandelsagglomerationen in den Bereichen nördlich des Marktes und an der Straßenecke Pestalozzistraße / Kraftwerksstraße als „Gewerbe- und Dienstleistungskomplex“ genannt. Weitergehende Aussagen zur Einzelhandels- und Zentrenstruktur bzw. zur Schutzwürdigkeit von Zentren oder zu deren Abgrenzung sind nicht enthalten.

3.3.3. Integriertes Stadtentwicklungskonzept (INSEK) Vetschau/Spreewald

Im Integrierten Stadtentwicklungskonzept Vetschau/Spreewald aus dem Jahr 2007 (Fort-schreibung November 2009) wird die Stärkung der historischen Altstadt in Vetschau als eines der wichtigsten Ziele der städtebaulichen Entwicklung genannt. In der Bestandsanalyse wird die „hohe städtebauliche Qualität im Altstadtbereich aufgrund erfolgreich durchgeführter Gestaltung des öffentlichen und privaten Raums“ als Stärke in der Vetschauer Stadtstruktur erkannt, ein „zunehmender Einzelhandelsflächenleerstand trotz Aufwertung der Innenstadt“ sowie eine „hohe Fluktuation der Einzelhändler“ wird dagegen als eine der Schwächen festgestellt. Die Konzentration der Leerstände auf den zentralen Bereich am Marktplatz gilt dabei als Kernproblem in der Struktur des Vetschauer Einzelhandels.

Gleichzeitig wird im INSEK auf eine überdurchschnittlich hohe Verkaufsfläche je Einwohner hingewiesen, die zum Großteil außerhalb der Altstadt angesiedelt ist.

Die „Steigerung der Attraktivität als Einkaufsschwerpunkt, insbesondere rund um den Marktplatz“ wird als geplante Maßnahme zur Erreichung des Entwicklungsziels „Sicherstellung der Grundversorgung und der wirtschaftlichen Entwicklung“ genannt. Als **Instrumente**

werden bereits ein Altstadtmanagement mit einem integrierten Verfügungsfonds und ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept vorgeschlagen. Auch eine Verbindungsverbesserung zwischen dem REWE-Standort in der Ernst-Thälmann-Straße wird aufgrund des „solitären Standortes, der aufgrund seiner Lage und räumlicher Orientierung nicht mit dem am Markt angesiedelten Einzelhandel korrespondiert¹⁰“ angesprochen. Eine Entwicklung des Kulturhausstandortes empfiehlt das Konzept nicht: „Die Entwicklung dieses Standortes würde den vorhandenen Einzelhandelsbestand der Stadt überproportional anwachsen lassen und die vorhandenen Strukturprobleme [...] verschärfen“¹¹. Eine Variante mit Verlagerung wird nicht angesprochen.

3.4. Städtebauliche und bauliche Rahmenbedingungen

Wie viele andere Städte und Ortschaften vergleichbarer Größe leidet die Altstadt von Vetschau erheblich unter den geänderten Strukturen des Einzelhandels. Trotz der weit fortgeschrittenen Sanierung der Innenstadt und der attraktiven öffentlichen Räume in diesem Bereich ist es bisher nicht gelungen, ein ebenso attraktives Angebot an Einzelhandel und Gastronomie zu erhalten bzw. zu etablieren. Die wenigen vorhandenen Händler leiden sichtbar an der geringen Kundenfrequenz während andere Ladengeschäfte teilweise schon seit längerer Zeit leer stehen. Für diese Situation ist jedoch nicht allein die bereits dargestellte geringe Kaufkraft verantwortlich.

Ein wichtiger Grund für die Misstände der Innenstadt ist das Fehlen eines oder mehrerer „Magnetbetriebe“ in unmittelbarer Nähe der Innenstadt, die in der Lage wären, eine ausreichende Kundenfrequenz zu erzeugen, um somit die Innenstadt zu beleben.

Der einzige größere Anbieter im Anschluss an die Altstadt ist die REWE-Filiale nördlich des Marktes, die jedoch durch ihre introvertierte Architektur und die leer stehenden Ladengeschäfte im Eingangsbereich selbst offensichtliche Probleme hat. Besonders wirkt sich das Fehlen einer öffentlichen bzw. deutlich wahrnehmbaren Verbindung zwischen dem Einkaufsmarkt mit seinem großzügigen Parkplatz und dem Altstadtbereich Berliner Straße/Markt/Cottbuser Straße aus, wodurch mögliche Synergieeffekte zwischen beiden Bereichen verhindert werden. Ein funktionaler Zusammenhang ist gegenwärtig nicht gegeben. **Ob**

¹⁰ Stadtumbaustrategie Vetschau/Spreewald 2020. Beitrag zum INSEK. November 2009. S. 42

¹¹ Stadtumbaustrategie Vetschau/Spreewald 2020. Beitrag zum INSEK. November 2009. S. 43

eine funktionale sowie optische Verbindung etabliert werden kann ist jedoch fraglich. Auch sind Bausubstanz, Aufteilung und energetische Aspekte an dem Gebäude nicht mehr zeitgemäß. Die Lage ist außerdem für Anforderungen großer Einzelhandelsbetriebe heute kaum mehr attraktiv, was eine langfristige Entwicklung mit hohen Investitionssummen des Gebietes enge Grenzen setzt.

Alle weiteren wichtigen Anbieter mit hoher Besucherfrequenz befinden sich so weit von der Altstadt entfernt, dass deren Kunden bei ihrem Einkauf die Altstadt i. d. R. nicht berühren, etwa um zusätzliche Einkäufe zu erledigen. Vielmehr führt das große Angebot außerhalb der Altstadt zu einem deutlichen Kaufkraftabfluss, worunter die Betriebe der Altstadt zusätzlich leiden. So entstand gleichzeitig mit der wachsenden Verkaufsfläche in nicht integrierten Lagen eine anhaltende, sich verstärkende Abwärtsspirale aus geringer Kundenfrequenz und geringem Angebot im Altstadtbereich. **Aber auch der REWE-Standort am Markt kann seine potenzielle Magnetwirkung für den Markt nicht entfalten, da wie oben bereits angeführt, bauliche und funktionelle Barrieren dagegen stehen.**

Für die Leerstände sind jedoch auch bauliche und immobilienwirtschaftliche Gründe vorhanden. So sind die bestehenden Altbauten häufig nicht geeignet, den Anforderungen vieler Anbieter des Einzelhandels gerecht zu werden. Die zu großen Teilen aus der Gründerzeit stammenden Gebäude weisen in der Regel nur kleine Räume für Ladengeschäfte mit entsprechend geringen potenziellen Verkaufsflächen auf. Für viele Anbieter sind diese Flächen zu klein, um ein attraktives Warensortiment anbieten zu können. Hinzu kommt das bei einigen der Anlieger offenbar nur gering ausgeprägtes Interesse an einer Vermietung oder einer Eigennutzung ihrer Läden für Einzelhandel, Gastronomie oder sonstige einzelhandelsnahe Dienstleistungen. Es liegt daher der Schluss nahe, dass sie ihren Lebensunterhalt nicht aus diesen Immobilien bestreiten, und daher nicht motiviert sind, diese entsprechend zu entwickeln.

4. Weitere Entwicklung des Vetschauer Einzelhandels

4.1. Künftige Entwicklung der Kaufkraft, des Nachfragevolumens und der Verkaufsfläche

Legt man die Einwohnerprognose (siehe Tabelle 7 auf Seite 19) für die Stadt Vetschau bis zum Jahr 2030 zugrunde und unterstellt die heutigen Kaufkraftverhältnisse¹² (siehe Seite 20) auch für die kommenden Zeiträume, so muss mit einem Rückgang des Nachfragevolumens für den Vetschauer Einzelhandel gerechnet werden.

Wie aus der folgenden Übersicht erkennbar wird, geht das Nachfragevolumen von 38,8 Mio. EUR im Jahr 2010 auf 30,41 Mio. EUR im Jahr 2030 zurück. Dies entspricht einem Rückgang von 21% des heute noch vorhandenen Nachfragevolumens.

Jahr	2010	2015	2020	2025	2030
Einwohner	8.824	8.153	7.770	7.358	6.915
Umsatzvolumen in Mio. EUR	38,80	35,85	34,17	32,35	30,41
Einzelhandelsumsatz in Mio. EUR	36,08	33,34	31,77	30,09	28,28
in %	100,0	92,4	88,1	83,4	78,4

Tabelle 10: Entwicklung des Nachfragevolumens und des Umsatzvolumens für den Einzelhandel bis 2030 in Vetschau/Spreewald

Betrachtet man die Verteilung und die Struktur des Einzelhandels in Vetschau, so wird das deutlich nachlassende Nachfragevolumen fast ausschließlich die Kernstadt treffen und ist besonders kritisch zu bewerten.

¹² Das Volumen pro Einwohner wird als konstant angenommen. Es liegen keine langfristigen Prognosen für die Kaufkraftentwicklung in Deutschland vor. Durch die demografische Entwicklung ist aber eine Abnahme zu befürchten, da sich die Einkommenssituation der älteren Bürger (Rente) im Verhältnis zu den Einkommen der arbeitenden Bevölkerung verschlechtern kann.

Legt man die heutige Kaufkraftbindung (Zentralität) des Vetschauer Einzelhandels von 93% zugrunde (Berechnung siehe Seite 22), so würde sich das künftig erzielbare Umsatzvolumen der Einzelhandelsbetriebe deutlich verringern. Der Umsatzrückgang würde, wie auch beim Nachfragevolumen, mehr als 20 Prozent betragen. Ob sich die Kaufkraftbindung auf längere Sicht tatsächlich auf dem heutigen Niveau halten würde, ist eher fraglich, da sich das Verkaufsflächenangebot – und damit die Angebotsvielfalt im Vetschauer Einzelhandel – verschlechtern würde.

Legt man die heute im Einzelhandel der Stadt Vetschau/Spreewald erzielte Flächenproduktivität für die nächsten Jahre unverändert zugrunde, d.h., den je m² Verkaufsfläche und Jahr erzielten Umsatz, so würde sich die Verkaufsfläche in Abhängigkeit vom Umsatzvolumen (siehe vorherige Tabelle) langfristig wie folgt entwickeln:

Jahr	2010	2015	2020	2025	2030
Umsatz	36,08	33,34	31,77	30,09	28,28
Umsatz je m² VKF pro Jahr in EUR	2.521,9	2.521,9	2.521,9	2.521,9	2.521,9
Verkaufsfläche m ²	14.308	13.220	12.599	11.931	11.213

Tabelle 11: Entwicklung der künftigen aktiven Verkaufsfläche in Vetschau/Spreewald

Der Rückgang der Verkaufsfläche würde rund 3.000 m² betragen¹³. Dies würde eine – gegenüber dem heutigen Bestand – deutliche Ausdünnung der Verkaufsfläche bedingen.

¹³ In der Berechnung zum 1. Entwurf waren es ebenfalls 3.000 m² VKF. Der Flächenumsatz lag bei der damaligen Berechnung noch höher bei 2.880 EUR/m², da das Umsatzvolumen höher und die VKF niedriger geschätzt worden. Durch die neu ermittelten Daten wurde festgestellt, dass die VKF und Kaufkraftbindung (Zentralität) jeweils höher liegen und die Einwohnerzahl langsamer zurückgeht.

4.2. Zur künftigen Standortverteilung des Einzelhandels der Stadt Vetschau/S.

Die vorangegangenen Berechnungen, die von einer rückläufigen Nachfrageentwicklung als Folge des prognostizierten Bevölkerungsrückgangs ausgehen, machen die voraussichtliche Entwicklung des Vetschauer Einzelhandels deutlich. Im Folgenden soll die Standortentwicklung in der Kernstadt Vetschau sowie in den Ortsteilen dargestellt werden.

4.2.1. Kernstadt Vetschau

Der zu erwartende Rückgang an Verkaufsfläche des Vetschauer Einzelhandels wird vorrangig die Kernstadt Vetschau betreffen. Folgendes Szenario wäre dabei wahrscheinlich:

1. Zunächst würden die kleineren, wirtschaftlich schwachen Betriebe aufgeben, vor allem diejenigen, die an Standorten ohne ausreichende Kundenfrequenz angesiedelt sind und keine Ausstrahlung über die Stadt hinaus haben. Zu den Einzelhandelslagen, die dies vorrangig betreffen, gehören die Juri-Gagarin-Straße oder der Teil der Cottbuser Straße, der nach dem Rondell in die Kraftwerkstraße mündet. Geringe Überlebenschancen dürften auch die Einzelhandelsbetriebe haben, die gegenwärtig an der Kraftwerkstraße im „Einkaufszentrum am Wasserturm“ angesiedelt sind. Das bereits heute durch Leerstände gekennzeichnete, in den 1990er Jahren errichtete Zentrum, ist aufgrund der ungünstigen Anordnung der Ladeneinheiten und der bestehenden Leerstände, darunter ein früherer Lebensmittel-Discountmarkt, trotz seiner guten Lage inmitten eines Wohngebiets bereits heute nur noch bedingt konkurrenzfähig.
2. Notwendigerweise würden auch größere Betriebe aufgeben, vor allem solche, die aufgrund ihrer Betriebsgröße und ungünstiger Standortbedingungen künftigen Anforderungen nicht mehr entsprechen werden. Zu diesen Betrieben könnte z.B. der Aldi-Markt an der Cottbuser Straße **oder der REWE-Standort am Markt** gehören. **Dieser ist aufgrund seiner abweisenden Architektur und der fehlenden Bezüge zur Altstadt potenziell bedroht.**
3. Chancen hätten vor allem die Betriebe, die sich durch eine günstige Standortlage auszeichnen. Zu ihnen gehören insbesondere die größeren Betriebe des Lebensmittel-Einzelhandels, die gut in die bestehenden Wohngebiete integriert sind, wie beispielsweise

der Penny-Markt im Nahversorgungszentrum an der Pestalozzistraße oder der Netto-Markt an der Kraftwerkstraße.

4. Als bedenkenswert muss die Situation in der Vetschauer Innenstadt, vornehmlich im Bereich des Marktes, angesehen werden. Der gegenwärtig dort angesiedelte Einzelhandel ist in seiner heutigen Struktur sowie seinem Angebotsniveau nicht überlebensfähig. Nur eine zielgerichtete Ansiedlungspolitik, die die Stärkung des Einzelhandels in der Innenstadt in den Mittelpunkt stellt, kann diese vor der Verödung retten.

Angesichts der Probleme der Altstadt von Vetschau **sollte die weitere Zulassung von Einzelhandelsbetrieben auf die Innenstadt beschränkt werden**. Dies gilt insbesondere für Filialbetriebe jenseits oder auch nur in der Nähe zur Großflächigkeit. Zur Versorgung der örtlichen Bevölkerung ist lediglich die Zulassung von Betrieben der Nahversorgung innerhalb der bestehenden Nahversorgungszentren denkbar.

4.2.2. Orts- und Siedlungsteile

In den außerhalb der Kernstadt gelegenen Orts- bzw. Siedlungsteilen sind die Ansiedlungschancen stationärer Einzelhandelseinrichtungen aufgrund der geringen Einwohnerzahl und der städtebaulichen Struktur der dörflich geprägten Orte stark eingeschränkt. Ein wenn auch begrenztes Ansiedlungspotenzial für neue Betriebe besitzen möglicherweise die Orts- bzw. Siedlungsteile, die von einem erstarkenden Tourismus profitieren können. Hierzu gehören insbesondere die nördlich der Kernstadt gelegenen Ortsteile Raddusch und Naundorf sowie das südlich, am Gräbendorfer See gelegene Laasow.

Die im Zusammenhang mit der Umgestaltung des früheren Tagebaus entstehende Seenlandschaft gilt als touristischer Hoffnungsträger für die Region (Gräbendorfer See, Bischdorfer See, Kahnsdorfer See). Bezüglich der Ansiedlungsmöglichkeiten von Einzelhandel ist allerdings auf den saisonalen Charakter das hauptsächlich auf die Sommermonate ausgerichteten Tourismus hinzuweisen. Dieser schränkt die Auslastung potenzieller Einzelhandelsbetriebe ein, da diese außerhalb der Saison auf die Inanspruchnahme ihrer Angebote durch die ortsansässige Bevölkerung angewiesen wäre.

Langfristig betrachtet wird für die Orts- bzw. Siedlungsteile der Stadt Vetschau/Spreewald folgende Entwicklung als realistisch betrachtet:

1. Die bestehenden Einzelhandelseinrichtungen werden dort Überlebenschancen haben, wo die gegenwärtige Nachfrage ein ausreichendes Einkommen der Betreiber sichert. Dies gilt besonders für die „Einkaufsmärkte“ in den Ortsteilen Raddusch und Missen sowie den Spreewaldmarkt in Göritz. Das Überleben der „Einkaufsmärkte“ wird allerdings wesentlich davon abhängen, ob Investitionen zur Modernisierung dieser aus DDR-Zeiten stammenden Gebäudehüllen vorgenommen werden.

2. Die zur Göritzer Agrar-GmbH gehörenden Einrichtungen in Göritz („Göritzer Gemüsegarten“) und in Fleißdorf („Spreewaldkorb“) haben bei Fortsetzung ihrer bisherigen Vermarktungsstrategie langfristig gute Überlebenschancen. Dies bezieht sich sowohl auf das Weiterbetreiben ihrer bestehenden Einrichtungen als auch auf die Vermarktung ihrer vornehmlich in der Region hergestellten landwirtschaftlichen Produkte (u.a. Gemüseproduktion Fleißdorf). Für die Produkte der Göritzer Agrar-GmbH erfolgt eine breite, über die Region hinausgehende Vermarktung. Das Unternehmen ist Referenzbetrieb des Biosphärenreservats Spreewald.

3. Vergleichbar gute Chancen besitzt auch die „Ökologische Höfegemeinschaft“ Gut Ogrosen, die verschiedene Milchprodukte und Fleisch (Rind, Schaf, Ziege) sowie ökologisches Gemüse herstellt und vertreibt. In dem auf dem Gut angesiedelten Hofladen werden neben diesen Produkten ergänzende ökologisch orientierte Sortimente angeboten, darunter Backwaren, Nahrungsmittel, Getränke, Naturkosmetik. Die Produkte werden sowohl in der Region als auch darüber hinaus vermarktet. Der Radius reicht bis nach Berlin, wo u.a. Stände auf Wochenmärkten betrieben werden (u.a. Kreuzberg). Über Bestelllisten können Waren der Höfegemeinschaft auch von Berliner Haushalten aus bezogen werden. Ähnlich sind die Betriebe in Repten und Gut Dubrau gelagert.

Die dargestellten ökologisch orientierten Betriebe bzw. Unternehmen besitzen aufgrund ihrer Vermarktungsstrategien gute Chancen, langfristig im Markt bestehen zu können. Da die von ihnen betriebenen Läden eher ein Zusatzgeschäft darstellen und nicht das wirtschaftliche Überleben der Betriebe sichern müssen, spielt die geringe Größe der Orts- bzw. Siedlungsteile, in denen sie angesiedelt sind, keine entscheidende Rolle.

4. Ein abschließender Hinweis soll zu den Ansiedlungschancen größerer Betriebe, vornehmlich des Lebensmittel-Einzelhandels gegeben werden: Aufgrund ihrer geringen Einwohnerzahl sind die Orts- bzw. Siedlungsteile der Stadt Vetschau für die Ansiedlung derartiger Betriebe, insbesondere von Lebensmittel-Discountmärkten, ungeeignet. Da weiterer, großflächig angelegter Einzelhandel außerhalb der Kernstadt die Funktionsfähigkeit der Altstadt von Vetschau weiter schwächen und außerdem die dörflichen Strukturen der Orts- und Siedlungsteile stören würde, sollte von einer Ansiedlung in diesen Siedlungsbereichen abgesehen werden. Lediglich kleine, der Versorgung der ansässigen Bevölkerung oder touristischen Zwecken dienende Läden sollten weiterhin zulässig bleiben. Zur Versorgung der Bevölkerung wird auch zukünftig die Belieferung durch mobile Verkaufsstellen eine sinnvolle Alternative bieten.

5. Entwicklungskonzept

5.1. Ausgangspunkte

Die Bestandsaufnahme des Einzelhandels der Stadt Vetschau/Spreewald hat ergeben, dass bereits heute ein deutliches Überangebot an Verkaufsfläche – vornehmlich in der Kernstadt – vorhanden ist. Dies wird sich noch verstärken, wenn die Bevölkerung in den nächsten Jahren tatsächlich im prognostizierten Maße abnimmt. Der Strukturwandel im Einzelhandel hat bereits in der Vergangenheit zu zahlreichen Leerständen geführt. Mit der sinkenden Nachfrage ist auch in den kommenden Jahren mit einer Zunahme der Leerstände zu rechnen. Dies wird voraussichtlich auch vergleichsweise junge Immobilien betreffen.

Die dargestellten städtebaulichen Missstände sind im Wesentlichen auf den Strukturwandel im Einzelhandel und die geringe Kaufkraft in der Region sowie auf die bisherige Genehmigungspraxis bei Einzelhandelsprojekten zurückzuführen. Die Folge war ein deutliches Überangebot an Verkaufsfläche vor allem in städtebaulich nicht integrierten Lagen und ein daraus resultierender hoher Leerstand bei Bestandsimmobilien in der Altstadt. Um dieser negativen städtebaulichen Entwicklung entgegenzuwirken, ist eine Neuorientierung der städtischen Ansiedlungspolitik – weg von der Ausweitung der Verkaufsflächen und hin zu einer Konsolidierung und Reaktivierung des Bestands – notwendig.

Bei der Betrachtung des Einzelhandels in Vetschau/Spreewald zeigt sich, dass eine nachhaltige Entwicklung der Einzelhandelsstruktur nur in der Kernstadt von Vetschau/Spreewald möglich ist. Die ländlichen Orts- und Siedlungsteile sollten aufgrund ihrer Größe und Lage auf die Versorgung der örtlichen Bevölkerung bzw. auf die Vermarktung örtlicher/regionaler Produkte als Teil eines touristischen Angebots begrenzt werden.

Trotz des bestehenden Überangebots ist wegen des hohen Konkurrenzdrucks und wegen sich ändernder Standortanforderungen auch weiterhin mit einer Nachfrage nach Einzelhandelsstandorten, vornehmlich zur Ansiedlung großflächiger Betriebsformen, in Vetschau/Spreewald zu rechnen. **Deshalb sollten zur Konsolidierung der Situation und für eine**

geordnete städtebauliche Entwicklung zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen und mit flankierenden Maßnahmen unterstützt werden.

5.2. Leitbild

Im gültigen Leitbild der Stadt¹⁴ werden im Zielbereich Stadtbild, Stadtentwicklung, Innenstadt, Handel der Marktplatz als lebendiges Zentrum der Stadt gesehen. Als Einkaufs- und Dienstleistungszentrum soll es für die umliegende Region dienen. Dazu wird eine Verbindung von liebevoll gestaltetem Stadtbild, gepflegter Gastronomie, attraktiven Fachgeschäften sowie Kultur- und Freizeiteinrichtungen empfohlen, in dem Facheinzelhandel eine Alternative zur „grünen Wiese“ darstellt.

Daraus abgeleitet ergibt es die Grundsätze für die Einzelhandelsentwicklung:

- 1) Äußere Betrachtung: Vetschau/Spreewald soll eine Grundversorgungsfunktion für dem Stadtgebiet und angrenzenden ländlichen Raum zwischen Lübbenau und Cottbus und zwischen südlichem Spreewald und nördlichem Seenland einnehmen. Dazu gehören neben einem erweiterten Angebot an nahversorgungsrelevanten Einzelhandel auch bedarfsgerechte Angebote mit sonstigen Sortimenten und Dienstleistungsangebote. Dies erstreckt sich auf die Bevölkerung sowie auf den sich entwickelnden Tourismus der Region.

- 2) Innere Betrachtung: Für Vetschau/Spreewald konzentriert sich die Einzelhandelsentwicklung in der Innenstadt. Eine gute Mischung aus spezialisierten Einzelhandel und einer qualitätsvollen Grundversorgung mit einem vollen Sortiment der Nahversorgung soll hier in Verbindung mit Dienstleistungen und Gastgewerbe zu einer guten Aufenthaltsqualität im Zentrum und einem guten Wohn- und Versorgungswert in den Stadtquartieren sorgen, in dem auch ein nicht motorisierter Einkaufsgang möglich ist. In der Neustadt soll aufgrund der erhöhten Einwohner-Konzentration für die zwei Wohnkomplexe jeweils eine Versorgung mit einem Grundsortiment der Nahversorgung möglich sein. Außerhalb dieser Bereiche sollen mit Augenmaß größere Geschäfte nur mit nichtzentrenrelevanten Einzelhandel und in städtebaulichen La-

¹⁴ Leitbild der Stadt Vetschau. Beschlossen von der Stadtverordnetenversammlung am 13.12.2001.

gen, die mit dem Zentrum gut verbunden sind, möglich sein, der aufgrund von der Platzsituation nicht in die Altstadt passt. Dieser Einzelhandel soll durch das Sortiment Vetschau/Spreewald aus anderen Städten hervorheben und kann mit dem erweiterten Sortiment dafür sorgen, dass Wege in andere Städte unnötig sind und Gäste in die Stadt kommen.

5.3. Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche und weiterer Einzelhandelsgebiete

Zentrale Versorgungsbereiche:

Grundlage bildet das Fazit aus 5.1. und dem Leitbild aus Punkt 5.2. In der Kernstadt Vetschau selbst sind im Wesentlichen drei Bereiche erkennbar, die man als „zentralen Versorgungsbereich“ i. S. d. Baugesetzbuches begreifen kann:

- 1) Die historische Altstadt rund um den Markt und anliegender Flächen als zentraler Versorgungsbereich für die gesamte Stadt Vetschau/Spreewald
- 2) Das an der Kraftwerkstraße gelegene Nahversorgungszentrum (Netto-Markt und die gegenüberliegenden Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe) und das Nahversorgungszentrum im Bereich Pestalozzistraße/Juri-Gagarin-Straße (Penny u. a.).

In diesen Bereichen ist ein besonderer Schutz vorzusehen und eine künftige Entwicklung zu forcieren.

Identifikation sonstiger Standorte des Einzelhandels

Im Hinblick auf das Leitbild in Punkt 2.3 sind folgende Lagen zu benennen:

- 1) Der Baumarkt Przygode an der Reptener Chaussee
- 2) Die Kombination aus Wohnstore und Drogeriemarkt Petzold in der Bahnhofstraße

Hier ist ein **erweiterter Bestandschutz** vorzusehen: eine bauliche Änderung und Erneuerung der Einzelhandelsbetriebe soll bei einer Regulierung einschließlich einer Veränderung der angebotenen Sortimentsstruktur und auch einer geringfügigen Erweiterung ausnahmsweise zugelassen werden können.

5.4. Maßnahmen

1. Ein wichtiges Instrument zur verbindlichen Umsetzung dieser Steuerung ist die Erstellung eines Bebauungsplans im Sinne des § 9 Abs. 2a BauGB (sogenannte „Einzelhandelsatzung“) durch den für im Zusammenhang bebaute Ortsteile zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche bestimmte Nutzungen (hier: z.B. Arten des Einzelhandels) ausgeschlossen werden können. Hierzu bedarf es:

- einer klaren räumlichen Abgrenzung der schützenswerten zentralen Versorgungsbereiche
- einer qualitativen und quantitativen Definition von zentrenrelevanten und damit nur in den zentralen Versorgungsbereichen zuzulassenden Sortimenten

2. Die Formulierung klarer Ansiedlungsregeln für neu zuzulassenden Einzelhandel mit dem Ziel, die Entwicklung auf die Innen- bzw. Altstadt und (für die Nahversorgung) auf die Nahversorgungsbereiche zu konzentrieren.

3. Die Entwicklung einer klaren Handlungsstrategie zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs Altstadt Vetschau und der dort angesiedelten Händler sowie fortlaufende Begleitung im Rahmen eines Altstadtmanagements. **Fortschreibung der Ziele und der Organisationsstruktur nach den Erfahrungen vorhergegangener Schritte.**

4. Die Entwicklung räumlicher Strategien zur Bereitstellung entsprechender Flächenangebote (Flächenmanagement) sowie zur Reaktivierung bestehender, aber nicht genutzter Verkaufsflächen (Leerstandsmanagement). Dies kann ebenfalls im Rahmen des unter Punkt 3 genannten Altstadtmanagements erfolgen.

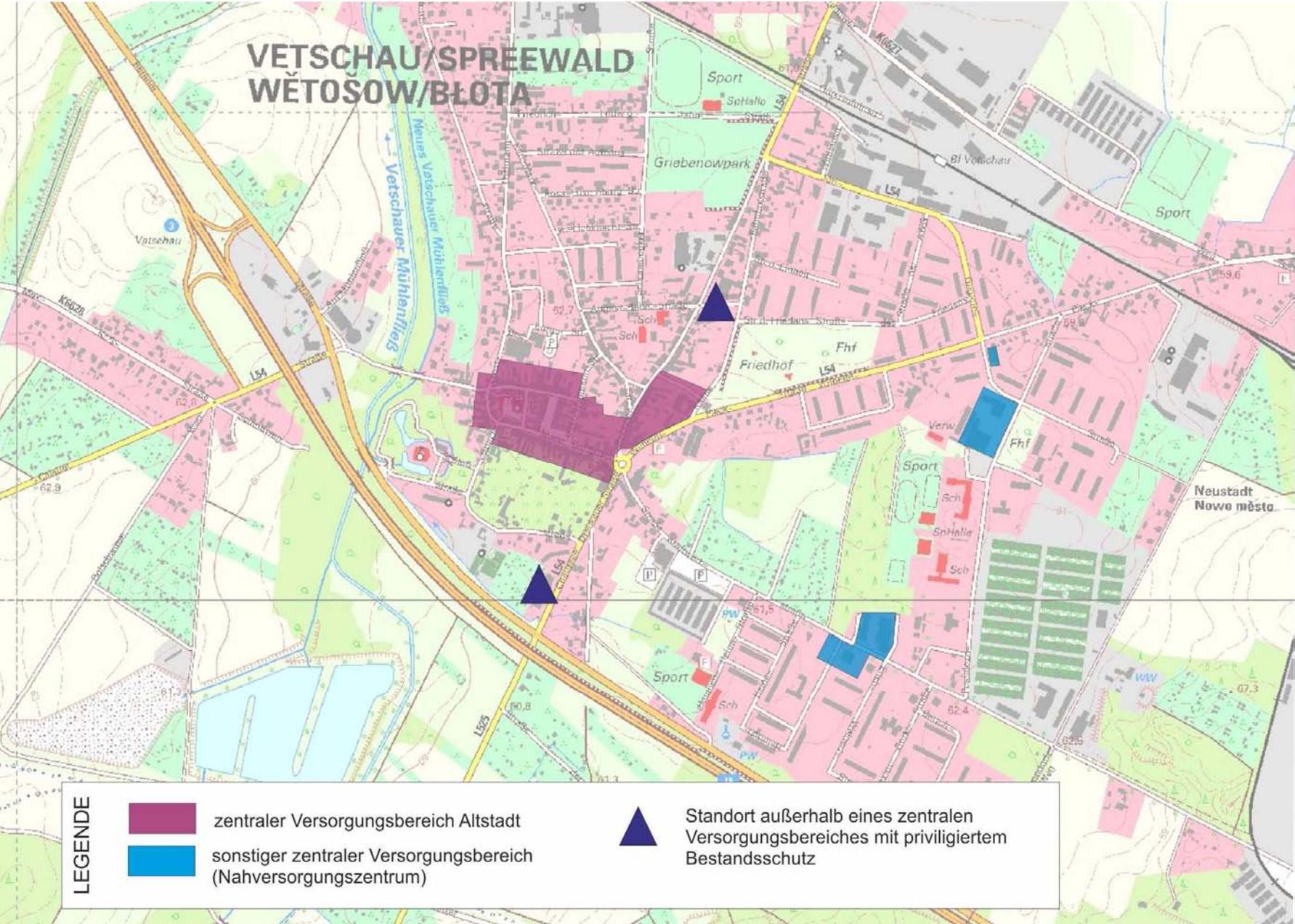
5.4.1. Bebauungsplan im Sinne des §9 Abs. 2a BauGB

Ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist zunächst nur ein planerisches Konzept, das keine unmittelbare Wirkung auf potenzielle Bauherren besitzt. Um die im vorliegenden Konzept empfohlenen Ansiedlungsregeln rechtlich verbindlich und umfassend umsetzen zu können bedarf es der Aufstellung eines Bebauungsplans nach § 9 (2a) des Baugesetzbuches. Dem-

nach können bestimmte Arten der sonst nach § 34 (1) und (2) BauGB zulässigen baulichen Nutzungen (hier: bestimmte Formen des Einzelhandels) als zulässig oder nicht zulässig oder nur ausnahmsweise zuzulassen festgesetzt werden. Dies ist u.a. möglich zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche. Als Voraussetzung für die Aufstellung eines entsprechenden Bebauungsplans sind jedoch die Abgrenzung der zu schützenden zentralen Versorgungsbereiche sowie die Definition der zuzulassenden Betriebsformen (hier über die Definition von Sortimenten) notwendig. Dies wird im Folgenden dargestellt.

Räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche

Wie bereits zuvor dargestellt, sind in der Kernstadt Vetschau drei zentrale Versorgungsbereiche auszumachen. Dies ist zunächst die Altstadt Vetschau, die als wichtigstes wirtschaftliches und gesellschaftliches Zentrum innerhalb der Stadt fungiert. Daneben gibt es an der Kraftwerkstraße und im Bereich Pestalozzistraße/Juri-Gagarin-Straße je ein Nahversorgungszentrum, das die Versorgung der umliegenden Wohnquartiere der Neustadt vorwiegend mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs gewährleistet. Die Abgrenzung dieser zentralen Versorgungsbereiche ist dem nachfolgenden Kartenausschnitt zu entnehmen. *Die vollständige, flurstücksgenaue Karte ist im Anhang dieses Berichts enthalten.*



Plan 2: Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Vetschau/Spreewald

Definition der Sortimente

Die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche erfordert die Festlegung von Sortimenten, die innerhalb dieser Bereiche angesiedelt werden sollten. Zum Schutze dieser Bereiche ist der Ausschluss bestimmter Sortimente an anderer Stelle notwendig. Wesentliche Grundlage für die Entscheidung, welche Sortimente für die jeweiligen zentralen Versorgungsbereiche zum Tragen kommen sollten, bildet die im Einzelhandelserlass des Landes Brandenburg 2007 enthaltene Liste zur Definition zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente¹⁵. Diese Liste wurde den besonderen Bedingungen in Vetschau/Spreewald angepasst und ist im Anhang als „Vetschauer Liste zur Definition zentren-, nahversorgungsrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Sortimente“ enthalten.

Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich im Allgemeinen dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot einer Innenstadt prägend und bedeutsam sind. Die Ansiedlung dieser Sortimente in peripheren Lagen führt in aller Regel zu nennenswerten Umsatzverlagerungen, die Verdrängungseffekte gegenüber der Innenstadt bewirken und deren Funktionsfähigkeit einschränken.

Die Einstufung als "zentrenrelevantes Sortiment" setzt nicht zwingend voraus, dass ein Sortiment bereits in der Innenstadt vertreten ist. Als zentrenrelevant können auch Sortimente eingestuft werden, die gegenwärtig nicht bzw. nur in einem geringen Umfang in der Vetschauer Innen bzw. Altstadt angeboten werden, obwohl sie üblicherweise einen wichtigen Beitrag zu attraktiven und leistungsstarken Innenstädten leisten. Hierzu gehören vornehmlich Angebote der Branchen Bekleidung/Wäsche, Schuhe/Lederwaren, Uhren/Schmuck, Sportartikel, Unterhaltungselektronik, elektrische Haushaltkleingeräte, Heimtextilien oder Spielwaren, d.h. Angebote, die heute häufig in Fachmärkten außerhalb der Innenstädte angeboten werden.

Als wesentliche Merkmale zentrenrelevanter Sortimente anzusehen sind:

- eine hohe Verbundwirkung mit anderen Sortimenten,
- eine hohe Beratungsintensität,
- eine hohe Flächenproduktivität,

¹⁵ Vgl.: Einzelhandelserlass Land Brandenburg 2007 zur baurechtlichen Beurteilung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben im Land Brandenburg (Runderlass Nr.23/1/2007 vom 10. April 2007)

- eine gute Handlichkeit bzw. geringe Sperrigkeit (weshalb sie nicht auf den Transport mit dem Pkw angewiesen sind).

Gewissermaßen eine Untergruppe der zentrenrelevanten Sortimente stellen die nahversorgungsrelevanten Sortimente dar. Es handelt sich dabei vor allem um Angebote des kurzfristigen Grundbedarfs, die von allen Bevölkerungsschichten und Altersgruppen gleichermaßen nachgefragt werden. Die Nahversorgungsrelevanz von derartigen Sortimenten ergibt sich aus den in sehr kurzen Abständen wiederkehrenden Versorgungsvorgängen, die insbesondere auch für weniger mobile Verbraucher ohne eigenen Pkw durch ein am Wohnstandort und damit verbrauchernah gelegenes Angebot gewährleistet werden sollen. Neben Nahrungs- und Genussmitteln und Getränken gehören hierzu Drogeriewaren/kosmetische Erzeugnisse, pharmazeutische/medizinische/orthopädische Artikel, Zeitungen/Zeitschriften und Bücher. Für Vetschau/Spreewald müssen auch Blumen (Schnittblumen) sowie zoologischer Bedarf/lebende Tiere zu den nahversorgungsrelevanten Sortimenten gezählt werden, die im genannten Einzelhandelserlass als „übrige zentrenrelevante Sortimente“ aufgeführt werden.

Als nicht-zentrenrelevant sind alle diejenigen Sortimente anzusehen, die nicht oder nur in geringem Umfang in der Innenstadt vertreten sind und für das innerstädtische Angebotspektrum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorrufen. Hierzu gehören Bau- und Heimwerkerbedarf, Wohnmöbel, Kraftwagen und ähnliches.

In der Vergangenheit wurden bundesweit von verschiedenen Kommunen, Planungsbehörden und Trägern öffentlicher Belange Sortimentslisten entwickelt, in denen die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente definiert wurden. Eine allgemeingültige Aufstellung ist jedoch nicht möglich. Sollen zum Schutz des Innenstadtbereiches bestimmte Warensortimente an nicht integrierten Standorten ausgeschlossen werden, bedarf es einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation.¹⁶ Dies wird mit der in der Anlage dargestellten, an der Angebotssituation der Stadt Vetschau/S. orientierten Sortimentsliste erreicht. Mit dem Beschluss des Einzelhandelskonzeptes durch die Vetschauer Stadtverordnetenversammlung wird die hierzu erforderliche Verbindlichkeit erlangt.

¹⁶ Vgl.: Urteil des Oberverwaltungsgerichtes Münster vom 03.06.2002

Unter Beachtung der spezifischen Versorgungsfunktion und der Standortbedingungen wird für die drei ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche eine unterschiedliche Sortimentszuordnung vorgeschlagen:

Zentraler Versorgungsbereich Innen- bzw. Altstadt	Vorwiegend Ansiedlung von kleinteiligen Angeboten zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente.
Zentraler Versorgungsbereich Kraftwerkstraße:	Ausschließliche Ansiedlung nahversorgungsrelevanter Sortimente ¹⁷
Zentraler Versorgungsbereich Pestalozzistraße:	Ausschließliche Ansiedlung nahversorgungsrelevanter Sortimente

Die Sortimentszuordnung im Einzelnen:

Nahrungs- und Genussmittel, Getränke

Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Drogeriewaren sind als Angebote des Grundbedarfs den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zu zurechnen. Grundsätzlich ist auch das Sortiment „Getränke“ als nahversorgungsrelevant einzustufen. Nahrungs- und Genussmittel und Getränke werden überwiegend in großflächigen Betriebsformen wie Lebensmittel-Discountern, Supermärkten sowie in Getränkemärkten angeboten.¹⁸ Wegen der in der Untersuchung nachgewiesenen Überkapazität sind großflächige Betriebe mit derartigen Sortimenten für die zentralen Versorgungsbereiche Kraftwerkstraße und Pestalozzistraße auszuschließen. **Hier kann im Sinne einer Qualitätsverbesserung es jedoch zu Verlagerung einzelner Betriebe innerhalb des gleichen Versorgungsbereiches ohne eine größere Vergrößerung der Verkaufsfläche kommen.** Die zur Gruppe der Nahrungs- und Genussmittel gehörenden Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren sind sowohl Bestandteil des Sortimentes der erstgenannten Betriebsformen als auch als gesonderte Ladeneinheiten diesen zugeordnet oder an Einzel-

¹⁷ Gelöscht: Ausnahme: bereits vorhandene Anbieter zentrenrelevanter Sortimente (Bekleidung) (Vorrangige Ansiedlung im Altstadtbereich erwünscht. Außerdem sind alle Geschäfte bis 200 m² von den Regelungen ausgenommen (siehe Kapitel 5.4.2 Regeln zur Ansiedlung von neuen Einzelhandelsbetrieben)

¹⁸ Gelöscht: „Für den Innenstadtbereich Vetschau kann die Neuansiedlung derartiger Betriebe aufgrund der fehlenden Standortvoraussetzungen ausgeschlossen werden“ (*In Gesprächen mit Betreibern und Investoren ist dies durchaus noch gewollt und möglich*)

standorten angesiedelt. Für die Neuansiedlung derartiger Sortimente ist vor allem die Vetschauer Innenstadt geeignet.

Drogeriewaren, kosmetische Erzeugnisse

Diese Sortimente werden sowohl in selbständigen Drogeriemärkten (z.B. „Rossmann“- oder „dm“-Filialen) als auch in Lebensmittel-Discountern oder Supermärkten angeboten. Da eine Differenzierung kosmetischer Erzeugnisse gegenüber Drogeriewaren sehr schwierig ist, werden diese im Grunde innenstadttypischen Sortimente den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zugeordnet. Seltener sind in kleineren Städten inhabergeführte Geschäfte von Parfümerie- und Kosmetikartikel anzutreffen, hier ist eine Kombination von Friseur/Kosmetiksalons mit Kosmetikverkauf üblich. Derartige Sortimente können – in den aufgeführten Betriebsformen – in allen für Vetschau/Spreewald ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden.

Zoologischer Bedarf und lebende Tiere

Heim- und Kleintierfutter, u. a. für Hunde, Katzen, Kaninchen, Meerschweinchen, Hamster und Ziervögel sowie die Teilsortimente aus der Warengruppe „Zoologischer Bedarf“ werden gegenwärtig in Vetschau/Spreewald vorwiegend in den Vertriebsformen des Lebensmittel-Einzelhandels geführt. Für die Warengruppe „Zoologischer Bedarf und lebende Tiere“ wird die Einstufung als nahversorgungsrelevant empfohlen.

Pharmazeutische, medizinische, orthopädische Artikel

Bei diesen Sortimenten wird eine Aufteilung in nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente empfohlen. Pharmazeutische Artikel gehören neben den Nahrungs- und Genussmitteln sowie den Drogeriewaren zum Grundbedarf und sind vor diesem Hintergrund als nahversorgungsrelevante Sortimente einzustufen. Medizinisch-orthopädische Artikel werden hingegen von Verbrauchern seltener nachgefragt, weshalb die hierauf spezialisierten Fachgeschäfte einen Einzugsbereich benötigen, der in der Regel über den Nahbereich hinausgeht. Medizinisch-orthopädische Artikel sind deshalb als zentrenrelevant anzusehen.

Papier-, Büro-, Schreibwaren/ Zeitschriften/ Bücher

Die Sortimente Papier-, Büro-, Schreibwaren/Zeitschriften/Bücher erfüllen die oben aufgeführten Kriterien der Zentrenrelevanz und werden in Vetschau sowohl von Betrieben, die in den zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt sind, als auch an Einzelstandorten angeboten. Zeitschriften gehören zum Standardangebot von Kiosken, Tankstellen und Vollsortiment-Lebensmittelbetrieben. Die Warengruppe ist mit ihren Teilsortimenten als zentrenrelevant zu bewerten, Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen zudem nahversorgungsrelevant.

Bekleidung/Wäsche, Schuhe/ Lederwaren, Glas, Porzellan, Keramik (GPK)/ Hausrat/Geschenkartikel, Spielwaren/Hobby/Basteln, Haushaltstextilien (Haus-, Tisch-, Bettwä-

sche), Unterhaltungselektronik/PC/Kommunikationstechnik, elektrische Haushaltgeräte (ohne Elektrogroßgeräte), Foto/ Optik/Akustik, Uhren/ Schmuck

Alle aufgeführten Branchen bzw. Warengruppen erfüllen im hohen Maße die Kriterien der Zentrenrelevanz. Diese sollten daher ausschließlich zur Stärkung des Vetschauer Zentrums ausschließlich im zentralen Versorgungsbereich Innen- bzw. Altstadt angesiedelt werden. Nicht davon betroffen sind bereits in den Nahversorgungszentren angesiedelte Angebote dieser Branchen bzw. Warengruppen, z.B. Bekleidung im „Einkaufszentrum am Wasserturm“.

Sportartikel (ohne Campingartikel)

Sportbekleidung, Sportschuhe und die meisten Sportartikel sind, ebenso wie die vorab betrachteten Warengruppen, als innerstädtische Leitsortimente zu bewerten. Aufgrund des hohen Flächenbedarfs der Ausstellungsflächen für das Campingsortiment -insbesondere für Zelte und Zeltzubehör -werden diese Waren nur noch in Ausnahmefällen vom innerstädtischen Einzelhandel geführt. Campingartikel werden deshalb als nicht-zentrenrelevant betrachtet.

Bau- und Heimwerkerbedarf, Wohnmöbel

Beide Warengruppen sind in den zentralen Versorgungsbereichen von Vetschau nicht vertreten. Aufgrund des großen Flächenbedarfs sind Baumärkte und Möbelhäuser selten in innerstädtischen Einkaufslagen integrierbar. Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Wohnmöbel werden deshalb als nicht-zentrenrelevant eingestuft.

Gartenbedarf

Bei den gartenmarktspezifischen Sortimenten wird eine Differenzierung zwischen Schnittblumen und Gartenbedarf empfohlen: Während Schnittblumen zumeist über Fachgeschäfte verkauft werden und als nahversorgungsrelevantes Sortiment anzusehen sind, werden Waren des Gartenbedarfes wie z.B. Erde, Torf, Gartengeräte, (Topf-)Pflanzen und Pflanzgefäße vor allem über Gartencenter verkauft, die aufgrund ihres Flächenbedarfes in integrierten Lagen in der Regel nicht rentabel zu betreiben sind. Die Waren des Gartenbedarfs werden daher als nicht-zentrenrelevant eingestuft,

Haustextilien (Haus- und Tischwäsche; Bettwaren), Heimtextilien (Gardinen, Dekorations- und Möbelstoffe, Vorhänge, Kissenbezüge, Auflagen), Teppiche/ textile Bodenbeläge

In diesen Warengruppen wird ebenfalls eine Differenzierung empfohlen: Heimtextilien sowie Haus- und Tischwäsche werden in Vetschau zwar flächenmäßig überwiegend an dezentralen Standorten (Bahnhofstraße) angeboten, ein qualifiziertes Fachgeschäft ist jedoch auch im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt vorstellbar. Aus diesem Grunde sollte auch hierfür das Kriterium der Zentrenrelevanz gelten. Anders stellt sich hingegen die Situation bei Bettwaren (z.B. Matratzen, Lattenroste, Ober- und Unterdecken) sowie Teppichen und textilen Bodenbelägen dar, die vor allem von Betrieben außerhalb der zentralen Versorgungsbereichen angeboten werden. Die Standortanforderungen dieser Warengruppen sind mit denen der Sortimente Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Wohnmöbel zu vergleichen, weshalb sie als nicht-zentrenrelevant eingestuft werden.

Vor dem Hintergrund der vorab dargestellten Zusammenhänge wird in der Anlage eine „Vetschauer Liste“ für die Bestimmung der zentren-, nahversorgungs-relevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente vorgeschlagen. Sie stützt sich auf die Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2003).

5.4.2 Regeln zur Ansiedlung von neuen Einzelhandelsbetrieben

Um die Neuansiedlung bzw. Umsiedlung von Einzelhandelbetrieben gemäß den Zielen dieses Konzeptes steuern zu können bedarf es eines klaren Regelungskatalogs. Auf Grundlage der vorhandenen städtebaulichen Situation und der angestrebten zukünftigen Einzelhandelsstruktur werden daher folgende Regeln formuliert:

1. Die Vorgaben der einschlägigen Gesetze, Verordnungen und Leitlinien, insbesondere des Baugesetzbuches und des Landesentwicklungsplans Berlin-Brandenburg bleiben unberührt.
2. Neu anzusiedelnde Einzelhandelsbetriebe sollen sich städtebaulich in ihre Umgebung und als integrierter Bestandteil in die Stadtstruktur einfügen.
3. Die verschiedenen Sortimente sollen – abhängig von ihrer Zentrenrelevanz – wie folgt zulässig sein:
 - Zentrenrelevante Sortimente der Nahversorgung sind nur in den zentralen Versorgungsbereichen Altstadt, Pestalozzistraße/Juri-Gagarin-Straße und Kraftwerkstraße anzusiedeln.
 - Sonstige zentrenrelevante Sortimente sind zur Stärkung der Innenstadt nur im zentralen Versorgungsbereich Altstadt anzusiedeln.
 - Nicht zentrenrelevante Sortimente sollen ebenfalls bevorzugt in den zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden. Sie können jedoch auch außerhalb dieser Zentren zugelassen werden.
4. Bereits vorhandene Betriebe genießen Bestandsschutz.

5. Zur Gewährleistung der Versorgung der örtlichen Bevölkerung sowie zur Ermöglichung von touristisch orientierten oder auf lokale Produkte spezialisierten Angeboten können Betriebe in den Orts- und Siedlungsteilen mit einer Verkaufsfläche von weniger als 200 m² unabhängig von ihrem Sortiment auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zugelassen werden.¹⁹

5.4.3 Altstadtmanagement

Zur Stärkung des Innenstadtbereiches ist die Einrichtung eines Altstadtmanagements in der Stadt Vetschau/S. unabdingbar. Innerhalb eines festgesetzten Zeitrahmens, der vom Erfolg des Managements abhängt, sollte als Hauptziel eine Wiederbelebung **des zentralen Versorgungsbereiches**²⁰ durch die Ansiedlung von Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten erreicht werden. Hierzu sollten in nachfolgend dargestellter Schrittfolge die gegenwärtig einer Ansiedlung entgegenstehenden Probleme gelöst werden:

1. Erarbeitung einer Handlungsstrategie zur Formulierung und Konkretisierung der Ziele der Ansiedlung. Wichtigster Bestandteil ist die Bestimmung eines realistischen, den Ansiedlungsbedingungen entsprechenden Branchenmixes einschließlich einzelhandelsnaher Dienstleistungen und Handwerker.
2. Die Gewinnung der Eigentümer von Gebäuden, die im Bereich des Marktes über Ladeneinheiten verfügen, zur Mitwirkung am Altstadtmanagement. Hierzu kann eine gesonderte Veranstaltung dienen, zu der die Eigentümer geladen werden; die Bereitschaft kann jedoch auch in Einzelgesprächen erwirkt werden. Angesprochen werden sollten vor allem die Eigentümer, die über derzeit ungenutzte Gewerberäume verfügen. Aber auch bestehende Mietverhältnisse sollten hinterfragt werden, um – als Voraussetzung

¹⁹ Hierdurch wird die Möglichkeit gewährleistet, (vorwiegend inhabergeführte) Ladengeschäfte auch in den außerhalb der Kernstadt gelegenen Orts- und Siedlungsteile betreiben zu können. Die durchaus erwünschte Ansiedlung entsprechender Betriebe wird durch diese Regelung ermöglicht. Die Größe der Verkaufsfläche von maximal 200 m² hat sich für die genannten Betriebsformen in den allermeisten Fällen für ausreichend erwiesen.

²⁰ Ersetzt. Vorher: „Marktbereiches, d.h. der Lage Am Markt/Kirchstraße/Cottbuser Straße“

für die Realisierung eines langfristig angelegten Konzepts – auf mögliche Nutzungsveränderungen reagieren zu können.

3. Folgende Angaben zu den im Marktbereich vorhandenen Ladeneinheiten sollten im Zusammenhang mit den Eigentümergesprächen ermittelt werden:
 - Die Größe der zurzeit nicht für eine Vermietung bereitstehenden Läden (Geschäftsfläche, davon für Hauptnutzung – Verkauf, Gastronomie, Dienstleistung – geeignet)
 - Die Größe bereits vermieteter Gewerbeeinheiten
 - Eine Übersicht der derzeit bestehenden Mietverhältnisse, d.h. Mietdauer und Mietkonditionen. Zusätzlich sollte in diesem Rahmen ein Leerstandskataster mit einer Darstellung der Grundrisse eingerichtet werden. (siehe auch Punkt Flächen- und Leerstandsmanagement)
4. Die Stadt sollte prüfen, ob sie wichtige Anrainerimmobilien erwerben und entwickeln kann, um die Gestaltungshoheit im Bereich des Marktes zu erhalten. In diesem Zusammenhang könnte geprüft werden, ob und wie die Stadt – beispielsweise durch die Ansiedlung eines Bürgerbüros – zur Belebung des Marktbereiches beitragen könnte.
5. Die Zusammenstellung eines Pools von Mietern, die für die Ansiedlung im Bereich des Marktes infrage kommen. Dies sollte neben klassischem Einzelhandel auch einzelhandelsnahe Dienstleistungen und Handwerke beinhalten. Dies können sein:
 - Mieter aus dem Stadtgebiet, die gegenwärtig an Einzelstandorten außerhalb des Marktes angesiedelt sind
 - Mieter, die derzeit in der Region Spreewaldprodukte verkaufen, jedoch in Vetschau keine stationäre Ladeneinheit gemietet haben
 - Mieter aus entfernteren Regionen, darunter Filialisten verschiedener, für eine Ansiedlung im Marktbereich infrage kommender Branchen. Hierzu kann die Einbeziehung eines Maklerbüros erwogen werden.
6. Bestandteil des Altstadtmanagements sollte auch die Neugestaltung des Wochenmarktes sein. Hier wäre über die Neuvergabe des Auftrages zur Auswahl der Marktstände nachzudenken. In Erwägung gezogen werden

kann auch die Führung des Marktes in Eigenregie der Stadt. Die Einsetzung eines Marktbeauftragten durch die Stadt und die Bereitstellung entsprechender Mittel hat sich in vielen Städten bewährt.

Ein erfolgreiches Altstadtmanagement setzt die Bereitschaft aller Akteure (öffentliche Hand, Privatwirtschaft, Bürgerschaft) voraus, Kräfte zu bündeln und gemeinsam Ideen zu entwickeln und umzusetzen. Ein Instrument dazu stellt die Städtebauförderung mit dem „Verfügungsfonds“ zur Verfügung. Es ist ein Instrument zur privat-öffentlichen Kooperation und Anreizinstrument für die Aktivierung privaten Engagements und privater Finanzressourcen für den Erhalt und die Entwicklung zentraler Stadtbereiche²¹.

Das Altstadtmanagement kann durch ein Büro, oder aber durch ein städtisches informelles Gremium begleitet werden.

5.4.4 Flächen- und Leerstandsmanagement

Der hohe Verkaufsflächenbestand außerhalb sowie die hohe Leerstandsquote innerhalb der Altstadt haben wie bereits dargestellt vielfältige Gründe. Sie reichen von den geringen Ladengrößen über fehlende Stellplätze bis hin zu fehlendem Interesse an einer Vermietung. Oft ist jedoch einfach der fehlende Zugang zu entsprechenden Flächen maßgebend, sich an anderer Stelle anzusiedeln. Um potenzielle Käufer/Mieter mit möglichen Verkäufern/Vermietern zusammenzubringen und ggf. unterschiedliche Interessen zu koordinieren, wird empfohlen, ein Flächen- und Leerstandsmanagement für die noch zur Verfügung stehenden Bauflächenpotenziale sowie die vorhandenen Leerstände von geeigneten Objekten in der Altstadt einzurichten. Hierfür sollte ein Leerstandskataster angelegt werden, in dem Angaben zu den verfügbaren Objekten sowie möglichst auch Grundrisse erfasst sind und das als Angebot an mögliche Investoren dienen kann. Die Betreuung sollte in enger Abstimmung mit einem Altstadtmanagement erfolgen.

²¹ Näheres ist unter http://www.staedtebaufoerderung.info/StBauF/DE/AktiveStadtUndOrtsteilzentren/Programm/Verfuegungsfonds/verfuegungsfonds_node.html nachzulesen. Ursprünglich lautete der Text „Ein erfolgreiches Altstadtmanagement im Bereich des Marktes setzt voraus, dass die Ansiedlung großflächigen Einzelhandels, wie sie auf dem Gelände des ehemaligen Kulturhauses geplant ist, nicht zum Tragen kommt“ (Dies stellt ein nicht weiter belegtes

Bei der Suche nach künftigen Betreibern sollte man versuchen, hochwertige, nicht nahversorgungsrelevante Geschäfte, die noch verstreut in der Stadt oder in einem der zwei ausgewiesenen Nahversorgungszentren ansässig sind, in den Zentralen Versorgungsbereich zu ziehen.

5.4.5 Entwicklungsmaßnahmen im Altstadtbereich

Die Vetschauer Altstadt stellt sich bereits heute als attraktives kleinstädtisches Zentrum dar. Sie leidet nicht an einem allgemeinen Imageverlust, sondern ausschließlich an den hohen Leerständen und den geringen Angeboten. Außerdem ist der einzige größere Anbieter des täglichen/kurzfristigen Bedarfs am Rand der Altstadt (Rewe, Ernst-Thälmann-Straße/Bedburger Straße) nur mangelhaft an die sonstigen Anbieter im Bereich des Marktplatzes angebunden.

5.4.5.1 Sicherung der baulichen Einzelhandels-Funktion im Altstadtbereich

Für den zentralen Versorgungsbereich sind Entwicklungen vorgesehen, die den Standort für hochwertigen Einzelhandel und die qualitativ vielseitige Versorgungsfunktion gegenüber der Stadt und deren Umland (auch in Hinblick auf die älter werdende Bevölkerung) stärken sowie ergänzende Nutzungen wie Gastronomie und Freizeitnutzungen integrieren.

Zur Sicherung der Einzelhandelsstandorte kann ein Bebauungsplan erfolgen, der die Nutzungen im Erdgeschoss bewahrt und künftige Flächenpotenziale ausweist (siehe Punkt c).

5.4.5.2 Umgang mit dem Vollsortiment-Supermarkt

Wie in den vorangegangenen Kapiteln ausgeführt, ist eine Versorgung mit Waren in nahversorgungsrelevanten Sortimenten für den zentralen Versorgungsbereich Altstadt nur mit breitem Angebot und in hoher Qualität überlebensfähig. Dies trifft auf Vollsortimenter-Einkaufsmärkte zu. Für den äußeren und inneren Versorgungsauftrag und der Etablierung einer Magnetwirkung muss sich hier das Angebot anderer Standorte in der Stadt absetzen. Wie ebenfalls angeführt, ist der bisherige Standort des Vollsortiment-Einkaufsmarktes in der Ernst-Thälmann-Straße für diese Funktion mit einigen Defiziten in baulicher und städtebaulicher Richtung behaftet. Grundsätzlich bestehen zwei Möglichkeiten, dieses Angebot zu verbessern:

- Qualifizierung bzw. Ersatzneubau am alten Standort
- Etablierung eines günstigeren Standorts mit gleichzeitigem Ausschluss einer Erweiterung am alten Standort.

Dazu ist zu beachten, dass die Verkaufsfläche im nahversorgungsrelevanten Sortiment bereits sehr hoch ist (vgl. Seite 7) und keinesfalls in Hinblick auf das zu prognostizierte sinkende Umsatzvolumen (vgl. Seite 26) in großem Umfang steigen sollte, um die bestehende Einzelhandelsgeschäfte nicht zu gefährden und nicht mehr kalkulierbare städtebauliche Auswirkungen (Leerstand, drohender Verlust der Anziehungskraft des Zentrums) zu verhindern.

Als einziger Altstadt-Standort kommt als Ersatzstandort das ehemalige Kulturhaus in Frage. Wegen der gesetzten Situation des Gebietes in der Ernst-Thälmann-Straße hat dieser diese Vorteile:

- die höhere Kundenfrequenz, die sich vor allem aus der Lage an der Landesstraße L54 nach Burg ergibt, nachhaltiger Standort
- der städtebauliche Missstand auf dem Standort Kulturhaus, der durch die Einzelhandelsentwicklung behoben werden soll; Aufwertung des gesamten Bereiches der östlichen Altstadt
- die unzureichende Verknüpfung des bisherigen REWE-Standorts mit der Altstadt sowie seine ungünstige Erreichbarkeit für Autofahrer

Die Nachteile müssen bei Entwicklung offensiv angegangen werden:

- Der nach Aufgabe des alten Standorts an der Ernst-Thälmann-Straße geschaffene städtebaulichen Problemfall, Nachnutzung sollte geklärt werden
- Vergrößerung der VKF durch Bestandsschutz des bestehenden Gebäudes (Ansiedlung eines Einzelhandesbetriebes ohne Bauantrag unwahrscheinlich, aber möglich)
- Fehlende unmittelbare Verknüpfung mit dem Marktbereich

Maßnahmen: Neuer Standort

Mit der Errichtung eines Supermarktes am Kulturhausstandort entfernt sich der Schwerpunkt des innerstädtischen Einzelhandels weiter vom Stadtzentrum am Markt, so dass ohne Gegenmaßnahmen negative Auswirkungen auf die Altstadt zu erwarten sind. Dies gilt insbesondere, wenn neben dem Supermarkt weitere ergänzende Anbieter (typisch etwa: Drogeriemarkt, Getränkemarkt, Tierbedarf) angesiedelt werden. Die durch den fehlenden Magneten fernbleibenden Kunden können anderweitig nur schwer in die Altstadt gelockt werden. Die ungünstigen und langen Wege zum Marktplatz lassen **ohne weitere Maßnahmen kaum Synergie-Effekte** mit dem neuen Standort erwarten.

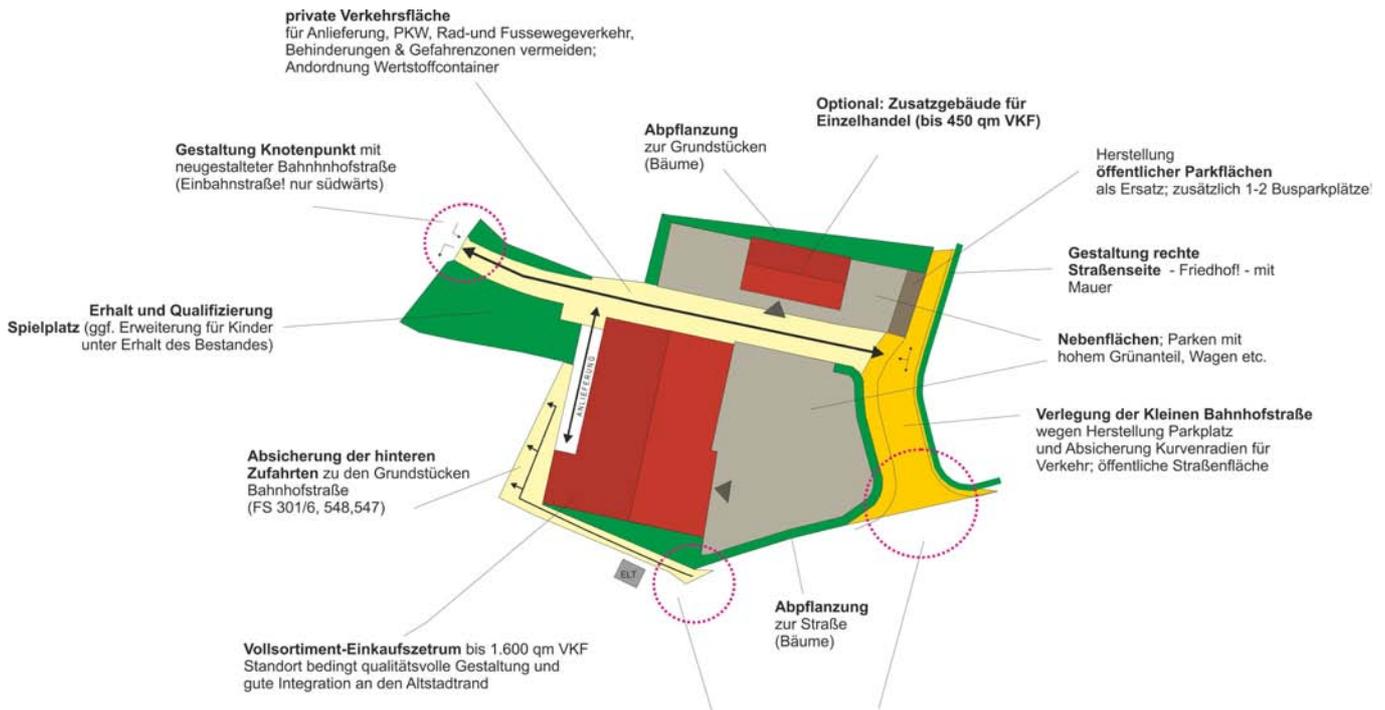
Daraus folgt wiederum, dass neben dem eigentlichen Lebensmittelmarkt **nur Nutzungen angesiedelt werden sollen, dessen Sortiment in der Stadt z.B. durch neuere Entwicklungen benötigt wird und in der Gesamtschau verträglich sind**²². So soll der Zuwachs der Gesamtverkaufsfläche begrenzt, sondern zudem der – wenn auch nur noch geringe – Bestand in der Altstadt geschützt werden.

Bei der Entwicklung des Standorts Kulturhaus sollte auf einen für Fußgänger besonders attraktiven Zugang in Richtung Bahnhofstraße und in Richtung Wilhelm-Pieck-Straße geachtet werden, um trotz des langen Weges die fußläufige Verbindung zur Altstadt zu stärken. Durch ein beschildertes Wegesystem sollte diese Verbindung deutlich gemacht werden.

In diesem Zusammenhang ist eine Entwicklung des ehemaligen Feuerwehrgebäudes wichtig. Es kann als Art „Trittstein“ zwischen Kulturhausstandort und Hospitalplatz und schließlich über die Cottbuser Straße zum Markt fungieren und gleichzeitig als „Stopper“ am Hospitalplatz dafür sorgen, dass der Durchgangsverkehr nach Burg zum Anhalten bewegt wird. Das Feuerwehrgebäude ist nicht Bestandteil des Versorgungsbereiches, sollte aber – unmittelbar abgrenzend – auch einen Mix an Dienstleistung, Gastronomie und Verkaufsflächen (bis 200 m² - regulierungsfrei) bieten.

Plan 3 zeigt skizzenhaft, welche Anforderungen bei einer Entwicklung an das neue Gebäude und seine Umgebung gestellt werden müssen.

²² Ersetzt. Vorher: „keine weiteren ergänzenden Anbieter (abgesehen von einem Bäckerstand o.ä.) am Kulturhaus angesiedelt werden sollten“.



Plan 3: Zusätzliche Anforderungen an den neuen Standort Kulturhaus

Standort Ernst-Thälmann-Straße

Eine Möglichkeit, die weitere Einzelhandelsnutzung an der Ernst-Thälmann-Straße zu verhindern, besteht zurzeit nicht. Der weitere Betrieb des alten Supermarktes wird im Rahmen des Bestandsschutzes auch durch einen anderen Betreiber möglich sein. Dass sich ein Nachmieter für den Supermarkt findet, erscheint angesichts der derzeitigen städtebaulichen und verkehrlichen Situation fraglich, zumal eine Beibehaltung der dortigen Verkaufsfläche bei gleichzeitiger Verlagerung des Vollsortiment-Einkaufsmarktes das Angebot an Verkaufsfläche überlastet. Die ohnehin schon hohe Verkaufsflächenausstattung der Stadt würde weiter wachsen und die Produktivität (Umsatz/m²) würde weiter sinken, was vor allem den kleinen Anbietern Probleme bereiten kann und damit die strukturellen Probleme des Vetschauer Einzelhandels weiter verschärft.

Für den Standort Ernst-Thälmann-Straße ist daher zu untersuchen,

- inwieweit eine andere Nutzung an dieser Stelle sinnvoll ist und ob sie im Einvernehmen mit dem Eigentümer (oder nach einem Eigentümerwechsel) umgesetzt werden kann.

- Bei Rückbau kommt angesichts des Umfeldes eine Wohnnutzung, auch als Sonderwohnform (z.B. altengerechte Wohnformen) in Frage
Die Wohnnutzung hätte an dieser Stelle eine nachhaltige Stärkung des Zentrums als Wohn- und Lebensort und damit auch zur Unterstützung der lokalen Geschäfte zum Vorteil.
- Bei Erhalt und Qualifizierung des jetzigen Gebäudes eine Indoor-Freizeitnutzung (z.B. Indoor-Spielplatz)

5.4.5.3 Aktivierung von Brachen als Standort für Einzelhandel

Trotz der weitgehend intakten und sanierten Gebäudesubstanz sind in der Altstadt noch einige innerstädtische Brachen vorhanden, die sich durchaus auch für eine Einzelhandelsnutzung aktivieren ließen. Einer der Hauptgründe für die meisten Neuansiedelungen von Einzelhandelsbetrieben in nicht-integrierten Lagen in den vergangenen Jahren war das Fehlen von entsprechenden Flächenpotenzialen in der Altstadt.

Im Rahmen eines bereits unter 5.2.2 erläuterten Flächenmanagements für die Altstadt sollte einer Entwicklung der bestehenden Bauflächenpotenziale erhöhte Aufmerksamkeit gewidmet werden. Ein Teil dieser Flächenpotenziale wird bereits aus dem Sanierungsplan – geplante Vorhaben (2008-2016) für das Sanierungsgebiet Altstadt ersichtlich.

Dies betrifft insbesondere die Baulücken an den Straßenecken Cottbuser Straße/R.-Hellmann-Straße, Berliner Straße/R.-Hellmann-Straße und Berliner Straße/E.-Thälmann-Straße. Außerdem besteht im Block zwischen Bahnhofstraße, Cottbuser Straße und R.-Hellmann-Straße ein erhebliches Verdichtungspotenzial²³, das zur Stärkung der Altstadt beitragen könnte, wenn es gelingt, mögliche Entwicklungen auf dieser Fläche zur Richard-Hellmann-Straße und nicht zur Bahnhofstraße zu orientieren.

²³ Hier war kurz nach der Wende bereits ein „Handwerkerhof“ mit Durchgangsmöglichkeiten zum Markt geplant. Diese Planungen liegen der Stadtverwaltung vor und könnten Basis einer weiteren Entwicklung sein.

Anhang

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Auswertung Verkaufsflächen in Vetschau/Spreewald, Quelle: S+H 2010	4
Tabelle 2: Auflistung nach Sortimenten. Quelle: S+H 2010	5
Tabelle 3: Verkaufsfläche und Leerstandsquoten der Stadt Vetschau und Vergleich. Quelle: S+H 2010	7
Tabelle 4: Strukturierung der Verkaufsfläche nach Bedarf und Zentrenrelevanz. Quelle: S+H 2010	8
Tabelle 5: Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Vetschau/Spreewald. Quelle: S+H 2010	11
Tabelle 6: Einwohner der Stadt Vetschau/Spreewald nach Ortsteilen und Altersstruktur in der Gesamtstadt per 31.12.2011. Quelle: Einwohnermeldeamt der Stadt Vetschau/Spreewald	18
Tabelle 7: Einwohnerprognose für Vetschau/Spreewald. Quelle: LBV	19
Tabelle 8: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft und Umsatz im Vetschauer Einzelhandel. Quelle: S+H 2010	20
Tabelle 9: Nachfragepotenzial für einzelne Sortimente des Einzelhandels in Vetschau. Quelle: S+H 2010	21
Tabelle 10: Entwicklung des Nachfragevolumens und des Umsatzvolumens für den Einzelhandel bis 2030 in Vetschau/Spreewald	26
Tabelle 11: Entwicklung der künftigen aktiven Verkaufsfläche in Vetschau/Spreewald	27

Kartenverzeichnis

Plan 4: Einzelhandelsverteilung in der Kernstadt Vetschau 2010	12
Plan 5: Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Vetschau/Spreewald	37
Plan 6: Zusätzliche Anforderungen an den neuen Standort Kulturhaus	50

Abbildungsnachweis

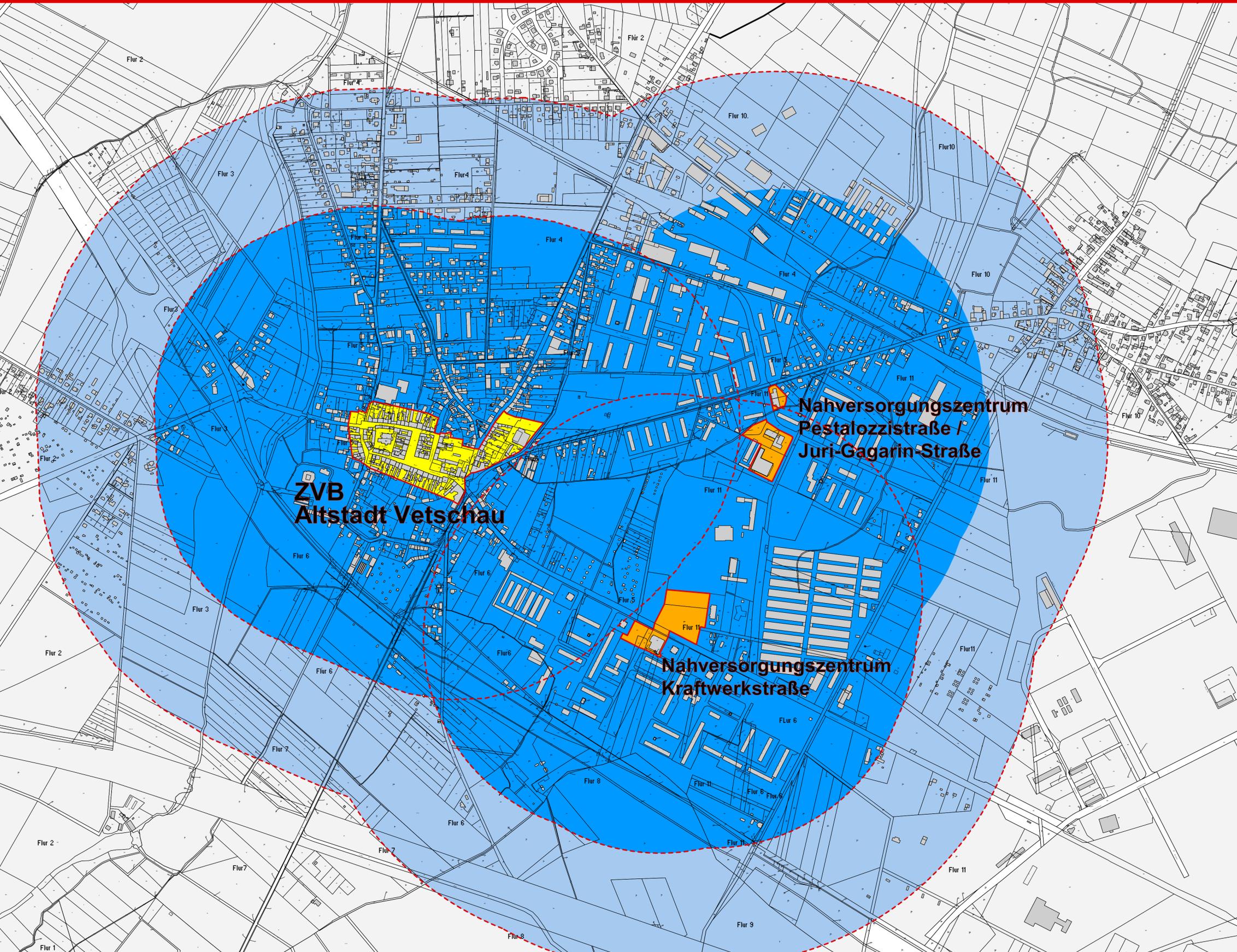
Alle auf Seite 1 eingefügten Bilder gilt: Bildnachweis Stadt Vetschau/Spreewald

Anlagenverzeichnis

Anlage 1	Angrenzung Versorgungsbereiche
Anlage 2	Vetschauer Sortimentsliste

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Stadt Vetschau/Spreewald

Karte zentrale Versorgungsbereiche
(Abgrenzung flurstücksweise)



Legende

-  Zentraler Versorgungsbereich Altstadt
-  Sonstiger zentraler Versorgungsbereich
-  Einzugsradien der zentralen Versorgungsbereiche 500 m und 800 m

Vetschauer Liste zur Definition zentren-, nahversorgungsrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Sortimente

Nahversorgungsrelevante Sortimente	
Lebensmittel, Getränke	Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren (WZ-Nr. 52.11) Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln
Drogeriewaren, kosmetische Artikel, Hasushaltwaren	Drogerieartikel ohne Feinchemikalien, Saaten- und Pflanzenschutzmittel, Schädlingsbekämpfungsartikel (aus WZ-Nr. 52.33.2), Waschmittel für Wäsche, Putz- und Reinigungsmittel (aus WZ-Nr. 52.49.9), kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegeartikel (aus WZ-Nr. 52.11), Bürstenwaren (aus WZ-Nr. 52.49.9)
Blumen, zoologischer Bedarf	Schnittblumen (aus WZ-Nr. 52.49.1), zoologischer Bedarf und lebende Tiere (aus WZ-Nr. 52.49.2)
Pharmazeutische Artikel	Apotheken (WZ-Nr. 52.31)
Zeitungen/Zeitschriften, Papier- und Schreibwaren (PBS), Bücher	Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen (aus WZ-Nr. 52.47.3), Papierwaren/Büroartikel/Schreibwaren (aus WZ-Nr. 523.47.1), Bücher und Fachzeitschriften (aus WZ-Nr. 52.47.2)
Zentrenrelevante Sortimente	
Bekleidung, Schuhe, Lederwaren	Bekleidung, Bekleidungszubehör, Kürschnerwaren (WZ-Nr. 52.42), Schuhe, Leder- und Täschnnerwaren (WZ-Nr. 52.43)
Baby-, Kinderartikel	Kinder- und Säuglingsbekleidungszubehör (WZ-Nr. 52.42.4)
Spielwaren, Sportartikel, Fahrräder und -zubehör	Spielwaren (WZ-Nr. 52.48.6), Sportartikel ohne Campingartikel, Campingmöbel (aus WZ-Nr. 52.49.8), Fahrräder, Fahrradteile und Zubehör (aus WZ-Nr. 52.49.7)
Unterhaltungselektronik, Computer, elektr. Haushaltgeräte	Geräte der Unterhaltungselektronik und Zubehör (WZ-Nr. 52.45.2), Computer, Computerteile, periphere Einheiten, Software, (WZ-NR. 52.49.5) Telekommunikationsendgeräte und Mobiltelefone (WZ-Nr. 52.49.6) Elektrische Haushaltgeräte und elektrotechnische Erzeugnisse – ohne Elektrogroßgeräte (WZ-Nr. 52.45.1)
Foto, Optik	Augenoptiker (WZ-Nr. 52.49.3) Foto- und optische Erzeugnisse (WZ-Nr. (WZ-Nr. 52.49.4)
Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Haus- und Heimtextilien, Bastelartikel, Kunstgewerbe	Haushaltstextilein, Kurzwaren, schneidereibedarf, Handarbeiten, Meterware für Bekleidung und Wäsche (WZ-Nr. 52.41), Haushaltsgegenstände ohne Beadfrsartikel für den Garten (aus WZ-Nr. 52.44.33), Keramische Erzeugnisse und Glaswaren (WZ-Nr. 52.44.4), Heimtextilein ohne Teppiche (WZ-Nr. 52.44.7), Bastelbedarf (WZ 52.48.60), Kunsterwerbliche Erzeugnisse (WZ.48.22)
Uhren, Schmuck	Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck (WZ 52.48.5)
Kunst, Antiquitäten	Kunstgegenstände, Bilder (WZ-Nr. 52.48.21), Antiquitäten und antike Teppiche (WZ-Nr. 52.48.21), Antiquariate (WZ-Nr. 52.50.2)

Nicht-zentrenrelevante Sortimente	
Kraftwagen	Wz-Nr. 50.10.3
Kraftwagenteile und Zubehör	WZ-Nr. 50.30.3
Aus dieser Unterklasse	Garagen, Gewächshäuser, Gerätehäuschen, und Baubuden (WZ-Nr. 51.15.4)
Aus dieser Unterklasse	Sanitärkeramik (WZ-Nr. 51.33.7)
Wohnmöbel	WZ-Nr. 52.44.1
Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren	WZ-Nr. 52.46.1
Anstrichmittel	52.46.1
Bau- und Heimwerkerbedarf	WZ-Nr. 52.46.3
Tapeten und Bodenbeläge	Wz-Nr. 52.48.1
Aus der Unterklasse Blumen, Pflanzen und Saatgut	Beetpflanzen, Wurzelstöcke und Blumenerde (WZ-Nr. 52.49.1)
Aus der Unterklasse Sport- und Campingartikel	Sport- und Freizeitboote und Zubehör (WZ-Nr. 52.49.9)
Aus der Unterklasse Sonstiger Facheinzelhandel	Büromöbel und Brennstoffe (WZ-Nr. 52.49.9)
Mineralölerzeugnisse	WZ-Nr. 51.51.3

Anm.: Die Bezeichnung der Sortimente wurde von der „Klassifizierung der Wirtschaftszweige WZ 2003“ des Statistischen Bundesamtes übernommen.