

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Stadt Vetschau/Spreewald



**BSM – Beratungsgesellschaft für
Stadterneuerung und Modernisierung mbH**

**B.B.S.M. – Brandenburgische Beratungsgesellschaft für
Stadterneuerung und Modernisierung mbH**

Büro Standort Handel – Diplom-Ökonom Michael Giese

Auftraggeber:

Stadt Vetschau/Spreewald
Bauamt

Anke Lehmann

Konzept, Koordination und Text:

BSM

Beratungsgesellschaft für Stadterneuerung und Modernisierung mbH
Katharinenstraße 19 – 20
10711 Berlin

Norbert Illiges
Gregor Lehmann

B.B.S.M.

Brandenburgische Beratungsgesellschaft für
Stadterneuerung und Modernisierung mbH

Behlertstraße 3a
14467 Potsdam

Henning Roser

In Zusammenarbeit mit:

Büro Standort Handel -
Diplom-Ökonom Michael Giese
Anna-Louisa-Karsch-Straße 7

10178 Berlin

Erstellt

Berlin/Potsdam, November 2009/ Nachtrag ergänzt Juni 2010

1. Ausgangssituation.....	5
1.1. Anlass und Zielsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts	5
1.2. Rechtliche Verbindlichkeit	6
1.3. Methodik und Inhalte	6
2. Die Struktur des Einzelhandels der Stadt Vetschau	8
2.1. Anzahl Betriebe und Verkaufsfläche	8
2.2. Zur Ausstattung mit Verkaufsfläche je Einwohner	9
2.3. Zur räumlichen Verteilung des Vetschauer Einzelhandels.....	12
2.3.1. Kernstadt Vetschau	12
2.3.2. Orts-/Siedlungsteile	13
2.4. Bewertung der Angebotsqualität des Vetschauer Einzelhandels.....	15
2.5. Die Rolle benachbarter Einzelhandelsstandorte im engeren Umfeld der Stadt Vetschau.....	17
3. Die wichtigsten Rahmenbedingungen des Vetschauer Einzelhandels	19
3.1. Einwohner und Einwohnerentwicklung	19
3.2. Kaufkraft, Nachfragevolumen und Kaufkraftbindung ...	21
3.2.1. Einzelhandelsrelevante Kaufkraft.....	21
3.2.2. Nachfragevolumen	21
3.2.3. Kaufkraftbindung.....	23
3.3. Planerische Vorgaben	25
3.3.1. Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg (LEP B-B)	26
3.3.2. Flächennutzungsplan (FNP) der Stadt Vetschau/Spreewald	26
3.3.3. Integriertes Stadtentwicklungskonzept (INSEK) Vetschau/Spreewald	26
3.4. Städtebauliche und bauliche Rahmenbedingungen	27
4. Zur weiteren Entwicklung des Vetschauer Einzelhandels	29
4.1. Aktuelle Planungen und Vorhaben in der Stadt Vetschau	29
4.2. Zur Entwicklung der Kaufkraft und des Nachfragevolumens	32
4.3. Entwicklung des Umsatzes und der Verkaufsfläche des Vetschauer Einzelhandels.....	33
4.4. Zur künftigen Standortverteilung des Einzelhandels der Stadt Vetschau/S.	34

4.4.1. Kernstadt Vetschau	35
4.4.2. Orts- und Siedlungsteile	36
5. Handlungsempfehlungen	40
5.1. Ausgangspunkte	40
5.2. Maßnahmen	41
5.2.1 Bebauungsplans im Sinne des § 9 Abs. 2a BauGB	42
5.2.2 Regeln zur Ansiedlung von neuen Einzelhandelsbetrieben	50
5.2.3 Altstadtmanagement	51
5.2.4 Flächen- und Leerstandsmanagement	53
5.2.5 Städtebauliche Maßnahmen	54
6. Fazit	55
7. Nachtrag	56
7.1. Vor- und Nachteile des Kulturhausstandorts	57
7.2. Schlussfolgerungen	58
8. Anhang	60

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 Haushaltsgeräte, 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 in der Stadt Vetschau/S. besonders klar zu erkennen und haben zu einer deutlichen Schwächung der traditionell als Versorgungszentrum dienenden Altstadt geführt. Insbesondere der erhebliche 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 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.

1.2. Rechtliche Verbindlichkeit

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.

1.3. Methodik und Inhalte

Als Grundlage zur Beurteilung des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Vetschau/Spreewald wurde im Mai 2009 eine umfassende Bestandsaufnahme der Einzelhandelsbetriebe durchgeführt. Die Bestandserfassung beinhaltet sämtli-

che Einzelhandelsbetriebe der Stadt Vetschau einschließlich ihrer Ortsteile. Erfasst wurde die jeweilige Verkaufsfläche der Betriebe, außerdem erfolgte die branchenspezifische Zuordnung ihres Warensortimentes.

Erfasst wurde darüber hinaus der im Altstadtkern vorhandene Bestand an öffentlichen und privaten Dienstleistungen sowie der Gastronomie.

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 Betriebe und Verkaufsfläche

Zum Zeitpunkt der Bestandserhebung im Mai 2009 waren in der Stadt Vetschau/S. – die Ortsteile einbezogen – **69 Einzelhandelsbetriebe** angesiedelt. Die Verkaufsfläche dieser Betriebe summiert sich auf **9.830 m²**.

Die erfassten Betriebe wiesen folgende Struktur auf:

Übersicht 1:

Verkaufsfläche des Vetschauer Einzelhandels nach Branchen bzw. Warengruppen

Branche/Warengruppe	VKF m²	Anteil in %
Nahrungs- u. Genussmittel	4.170	42,4
Backwaren/Fleisch- und Wurstwaren	385	3,9
Blumen, Zoo, Heimtierbedarf	485	4,9
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	660	6,7
Pharmazeutische Artikel	125	1,3
Papier-, Büro-, Schreibwaren, Zeitungen	245	2,5
kurzfristiger Bedarf	6.070	61,7
Bekleidung, Wäsche	270	2,7
Schuhe, Lederwaren	265	2,7
Gartenbedarf	305	3,1
Bau- und Heimwerkerbedarf	1.005	10,2
GPK ¹ , Hausrat, Geschenkartikel	245	2,5
Spielwaren, Hobby, Basteln, Musikinstrumente	25	0,3
Sportartikel, Fahrräder, Camping	110	1,1
mittelfristiger Bedarf	2.185	22,2

¹ GPK: Glas, Porzellan, Keramik

(Fortsetzung Tabelle Übersicht 1)

Branche/Warengruppe	VKF m ²	Anteil in %
Teppiche, Gardinen, Dekostoffe	640	6,5
Bettwaren, Haus-, Tisch- u. Bettwäsche	25	0,3
Möbel	105	1,1
Elektro, Leuchten, elektr. HH-Geräte	155	1,6
Unterhaltungselektronik, Tonträger, PC	175	1,8
Foto, Optik, Akustik	85	0,9
Uhren, Schmuck	15	0,2
Sonstiger Einzelhandel	335	3,4
langfristiger Bedarf	1.535	15,6
Einzelhandel insgesamt	9.830	100,0

Aus Übersicht 1 wird ersichtlich, dass das Gros der Verkaufsfläche für Waren des kurzfristigen Bedarfs bereitsteht (=61,7%). Mehr als 40 Prozent der Gesamt-Verkaufsfläche entfallen dabei auf Nahrungs- und Genussmittel (=42,4%).

Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs spielen im Einzugsgebiet eine geringere Rolle; sie machen zusammen nur 38 Prozent der erfassten Verkaufsfläche aus.

Die Einzelhandelsbetriebe des Stadtgebietes sind überwiegend kleinteilig strukturiert. Nur sieben Betriebe weisen mehr als 400 m² Verkaufsfläche auf. Hierbei handelt es sich um fünf Betriebe des Lebensmittel-Einzelhandels (Aldi, 2x Netto, Penny, Rewe), einen Bau- und Heimwerkermarkt (Przygode) sowie einen Anbieter von Raumausstattungsbedarf (Petzold).

Auf diese sieben Betriebe entfallen rd. 60 Prozent der erfassten Verkaufsfläche. Das bedeutet, dass der Einfluss großflächiger Anbieter auf die Versorgung der Vetschauer Bevölkerung verhältnismäßig groß ist. Dies betrifft insbesondere die Standortverteilung, auf die im Folgenden noch eingegangen wird.

2.2. Zur Ausstattung mit Verkaufsfläche je Einwohner

Bezogen auf die in der Kernstadt Vetschau und in den Ortsteilen Wohnenden errechnet sich eine Verkaufsfläche von 1,08 m² je Einwohner (Basis: 9.085 Einwohner, vgl. Pkt. 3.1). Zum Vergleich:

Übersicht 2:Verkaufsfläche je Einwohner Brandenburgs nach ausgewählten Landkreisen²

Landkreis	m² VKF je Ew
Märkisch-Oderland	1,17
Oder-Spree	1,08
Dahme-Spreewald	1,70
Oberspreewald-Lausitz	1,12
Teltow-Fläming	1,25
Potsdam-Mittelmark	1,06
Havelland	1,53
Oberhavel	0,95
Land Brandenburg gesamt	1,34

Der für Vetschau ermittelte Ausstattungswert liegt zwar unterhalb des für das Land Brandenburg ermittelten Durchschnitts; der Durchschnittswert des zugehörigen Landkreises wird jedoch nahezu erreicht.

Bei der Bewertung des Vergleichs zur Ausstattung mit Verkaufsfläche je Einwohner nach Landkreisen muss berücksichtigt werden, dass der ermittelte Durchschnitt auch die größeren Städte beinhaltet, die in der Regel über eine höhere Verkaufsflächenausstattung verfügen. So gesehen liegt die Verkaufsfläche je Einwohner in der Stadt Vetschau/S. im oberen Bereich des im Lande Brandenburg Üblichen.

Besonders deutlich wird dies bei der Betrachtung der Verkaufsflächenausstattung für Waren des kurzfristigen Bedarfs. Mit 0,67 m² Verkaufsfläche je Einwohner wird ein überdurchschnittlich hoher Wert erreicht.

Übersicht 3:

Verkaufsfläche je Einwohner nach Warengruppen

	m² VKF je Ew
Waren des kurzfristigen Bedarfs	0,67
Waren des mittelfristigen Bedarfs	0,24
Waren des langfristigen Bedarfs	0,17
gesamt	1,08

² Quelle: Bestandserfassung und Kundenstromanalyse im Einzelhandel in Berlin und Brandenburg. BBE/FfH, Mai 2006.

Üblicherweise bewegt sich die Verkaufsfläche je Einwohner bei den Waren des kurzfristigen Bedarfs in Städten der Größenordnung Vetschaws zwischen 0,4 und 0,5 m² je Einwohner. Allerdings muss eingeräumt werden, dass auch andere Städte Brandenburgs aufgrund der expansiven Ansiedlungspolitik der Discountmarkt-Betreiber in dieser Warengruppe ein „Zuviel“ an Verkaufsfläche aufweisen.

Gegenüber der Bestandserfassung durch die Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH (GMA) aus dem Jahr 1997 ist die Verkaufsfläche je Einwohner deutlich zurückgegangen. Damals wurden 105 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 15.250 m² erfasst. Bezogen auf die damalige Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet des Vetschauer Einzelhandel errechneten sich 1,25 m² VKF je Einwohner.³

Der deutliche Rückgang der Verkaufsfläche des Vetschauer Einzelhandels gegenüber 1997 deutet auf einen bereits damals überhöhten Einzelhandelsbestand hin. Er ist darüber hinaus Folge der rückläufigen Bevölkerungsentwicklung (vgl. Pkt. 3.1) 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 starken Rückgang der Verkaufsfläche verantwortlich sein.⁴

³ Quelle: eigene Berechnungen auf der Basis der GMA-Daten des Gutachtens „Die Stadt Vetschau als Standort von Einzelhandel und Ladenhandwerk“, GMA 1997

⁴ Für das vorliegende Gutachten wurden alle zugänglichen Einzelhandelsbetriebe einzeln aufgesucht und deren Verkaufsfläche aufgenommen. Die vorhandenen Leerstände sind bei der Erfassung der bestehenden Verkaufsfläche nicht berücksichtigt, um einen Überblick über das tatsächlich vorhandene Angebot zu bieten.

2.3. Zur räumlichen Verteilung des Vetschauer Einzelhandels

2.3.1. Kernstadt Vetschau

Das Gros der Einzelhandelsangebote von Vetschau ist in der Kernstadt angesiedelt. Hier befinden sich 59 der erfassten 71 Einzelhandelsbetriebe (= 83,1%). Diese verfügen zusammen über 9.215 m² Verkaufsfläche, das sind 95,1% der Gesamt-Verkaufsfläche der Stadt.

Innerhalb des historischen **Altstadtkerns** befinden sich 14 Einzelhandelsgeschäfte, die nur 855 m² Verkaufsfläche (= 8,8 % der Gesamt-Verkaufsfläche der Stadt) auf sich vereinen. Der Altstadtkern wurde wie folgt abgegrenzt:

- Am Markt
- Markt/Kirchstraße
- Richard-Hellmann-Straße
- Cottbuser Straße (bis Rondell)
- Berliner Straße (zwischen Markt und Schloßstrasse/Ernst-Thälmann-Straße)
- Schloßstrasse (zwischen Kirchstraße und Berliner Straße).

In direktem Anschluss an diesen Altstadtkern befindet sich zudem eine Filiale der REWE-Gruppe. Sie bietet auf einer Verkaufsfläche von ca. 1.190 m² vorwiegend Waren des kurzfristigen Bedarfs an.

Die Mehrzahl der Läden befindet sich dabei nicht im unmittelbaren Bereich des Marktes, sondern in dem Teil der Cottbuser Straße, der sich vom Markt in Richtung Rondell wegbewegt (u.a. mit NKD, Fahrradladen, Spielzeugland).

Weitere, vorwiegend kleinteilige Einzelhandelsangebote befinden sich in der **Bahnhofstraße**. Hier sind 12 Betriebe angesiedelt, die über 1.625 m² Verkaufsfläche verfügen. Wichtigster Anbieter mit einem größeren Flächenangebot ist die Fa. Petzold, die hier einen „Wohnstore“ 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 durch die Schließung des dortigen Plus-Marktes seine ursprüngliche Funktion weitgehend eingebüßt hat. Die Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln wird

heute durch den gegenüberliegenden Netto-Markt an der Kraftwerkstraße 2A wahrgenommen. Die insgesamt acht an der Kraftwerkstraße angesiedelten Einzelhandelbetriebe verfügen über 1.180 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 und Bekleidung vervollständigen das Ensemble. Zusammen mit einer in der Nähe befindlichen Apotheke befinden sich an der Pestalozzi-straße acht Einzelhandelbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 1.140 m².

In Kürze wird in der Nachbarschaft des vorhandenen Einkaufszentrums an der Pestalozzi-straße eine Filiale der kik Textilien & Non-Food GmbH eröffnen. Sie wird die Verkaufsfläche vor Ort um weitere ca. 500 m² erhöhen.

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:

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

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 Frequenz.

Die an Einzelstandorten angesiedelten 12 Einzelhandelbetriebe verfügen mit rd. 4.600 m² Verkaufsfläche über den höchsten Verkaufsflächenanteil der Stadt.

2.3.2 Orts-/Siedlungsteile

Von den insgesamt 20 Orts- bzw. Siedlungsteilen, die sich außerhalb der Kernstadt Vetschau/S. befinden, verfügen nur acht über eigenständige Einzelhan-

delsangebote. Insgesamt 12 Betriebe verfügen zusammen über 470 m² Verkaufsfläche.

Die durchschnittliche Betriebsgröße von 39 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 4 Betriebe angesiedelt, darunter ein Lebensmittelmarkt, ein Bäcker, ein Getränkemarkt 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.

Nennenswert ist der Spreewaldmarkt in Göritz, der mit rd. 140 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 Ogroßen. 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.

Ökologisch produziertes Obst, Gemüse und Pflanzen werden auch im Hofladen des Ortsteiles Repten angeboten.

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 Standplätzen anbietenden mobilen Versorger haben i. d. R. feste Angebotstage, die je nach Größe des Ortes schwanken.

Zusammenfassend stellt sich die räumliche Verteilung des Vetschauer Einzelhandels wie folgt dar (Übersicht 4):

Übersicht 4:

Die Räumliche Verteilung des Einzelhandels der Stadt Vetschau

Stadtgebiet/Orts- bzw. Siedlungsteil	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche m ²	VKF %
Kernstadt Vetschau			
Altstadtkern	14	855	8,7
Bahnhofstraße	12	1.625	16,5
Kraftwerkstraße	8	1.220	12,4
Pestalozzistraße	9	1.065	10,8
Einzelstandorte	14	4.595	46,7
Kernstadt gesamt	57	9.360	95,2
Orts-/Siedlungsteile	12	470	4,8
Stadtgebiet insgesamt	69	9.830	100,0

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 Altstadtkern 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 lang-

fristigen 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 Rondell) allein zehn **Ladeneinheiten leer** stehen. Zum Vergleich: Ebenfalls zehn Ladeneinheiten werden gegenwärtig in diesem Bereich durch Einzelhandelsmieter belegt. Neben den Leerständen ist ein Teil der am Markt befindlichen Gebäude nicht für Erdgeschossnutzungen ausgebaut (z.B. Am Markt 4: Rechtsanwaltspraxis ohne Gewerbeinheit im Erdgeschoss).

Die Öffnungszeiten der inhabergeführten Einzelhandelsbetriebe sind – anders als in den Zentren vieler anderer Städte – in Vetschau nur ein Randproblem. Zwar gibt es Mittagsschließungen 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, niedrigpreisigen Lederwaren (Taschen) und Haushaltswaren belegt.⁵

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 der „Ratskeller“, der sich dank der Umgestaltung um ein zeitgemäßes Image bemüht. Das in der Richard-Hellmann-Straße befindliche „Alte Brauhaus“ ist seit längerem geschlossen. Auf der gegenüberliegenden Seite hat eine Eis-

⁵ Der Wochenmarkt wird im Auftrag der Stadt Vetschau/S. von der Geschäftsstelle des Jungunternehmervereins Elbe-Elster e.V. betrieben.

diele eröffnet, die über ein sehr geringes Niveau verfügt. Eine Gaststätte steht am Markt als „Mietlokal“ für zeitweise Nutzungen bereit (Am Markt 30).

Außerhalb des Altstadtkerns 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 und weisen aufgrund der geringen Einwohnerzahl der Ortsteile geringe Zukunftschancen auf.

2.5 Die Rolle benachbarter Einzelhandelsstandorte im engeren Umfeld der Stadt Vetschau

Als wichtigster Einzelhandelsstandort innerhalb der Region fungiert ohne Zweifel das **Oberzentrum Cottbus**. Mit seinen innerstädtischen Angeboten um die Spremberger Straße, dem neu errichteten *Blechencarée* an der Karl-Liebknecht-Straße, der *Fürst-Pückler-Passage*, der *Spreegalerie* sowie weiteren, an nicht integrierten Lagen angesiedelten Einkaufszentren⁶ 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 u.ä. in Cottbus gekauft werden.

Auch **Berlin** ist als Einkaufsort für periodisch vorgenommene Einkaufsfahrten oder im Zusammenhang mit der Hauptstadt als Arbeitsort zu nennen.

⁶ U.a. Einkaufszentrum TKC - Gerhard-Hauptmann-Straße, Lausitz Park - Madlower Hauptstraße, Spree Park - An der B 97

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 Städten bzw. der Gemeinde Kolkwitz sind zu nennen:

- **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 31.12.2008 waren im Stadtgebiet von Vetschau/S., die Ortsteile einbezogen, 9.085 Einwohner mit Hauptwohnsitz gemeldet.⁷ Die Einwohner verteilten sich wie folgt auf die Ortsteile der Stadt:

Übersicht 5:

Einwohner mit Hauptwohnsitz per 31.12.2008 nach Orts- bzw. Siedlungsteilen

	Hauptort	darunter Ortsteil/Siedlung	%
Vetschau	5.881	5.372	59,1
Märkischheide		438	4,8
Belten		27	0,3
Lobendorf		44	0,5
Raddusch	704	704	7,7
Naundorf	248	180	2,0
Fleißdorf		68	0,7
Stradow	299	299	3,3
Göritz	181	181	2,0
Suschow	266	266	2,9
Koßwig	245	237	2,6
Dubrau		8	0,1
Repten	83	83	0,9
Missen	466	175	1,9
Jehschen		33	0,4
Gahlen		133	1,5
Tornitz		125	1,4
Ogroßen	251	251	2,8
Laasow	461	314	3,5
Briesen		68	0,7
Wüstenhain		79	0,9
gesamt	9.085	9.085	100,0

Knapp 60 Prozent der Bewohner der Stadt Vetschau/S. wohnen in der Kernstadt. Als größter – außerhalb der Kernstadt gelegener – Ortsteil ist Raddusch zu nennen, der mit rd. 700 Einwohnern 7,7% der Bewohner stellt.

⁷ Quelle: Einwohnermeldeamt der Stadt Vetschau/Spreewald

Von besonderer Bedeutung für die Nachfragesituation der Vetschauer Einzelhandels ist die künftige **Entwicklung der Bevölkerung** der Stadt. Hier lässt die zurückliegende Entwicklung wenig Positives erwarten: Gegenüber dem Jahr 1991 ist die Bevölkerung von 11.218 Personen auf 9.085 Personen bzw. um 19% zurückgegangen.⁸ Die Stadt Vetschau/S. hat somit seit 1991 mehr als 2.000 Einwohner verloren. Die größten Verluste hat dabei die Kernstadt aufzuweisen. Dem Monitoringbericht der B.B.S.M zufolge ist der Einwohnerverlust in den Ortsteilen weniger gravierend.

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.

Die Prognosen zur Einwohnerentwicklung knüpfen an den bisherigen Einwohnerstand an. Basierend auf den Daten von 2007 geht das Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (AfS) bis zum Jahr 2030 von folgenden Einwohnerzahlen für die Stadt Vetschau/S. aus⁹:

Übersicht 6:

Bevölkerungsprognose für die Stadt Vetschau/Spreewald bis 2030

	2007	2010	2015	2020	2025	2030
Stadt Vetschau/S.	9.248	8.611	7.928	7.422	6.905	6.378
Kernstadt	6.001	5.491	4.945	4.540	4.126	3.705
Orts-/Siedlungsteile	3.247	3.120	2.983	2.882	2.779	2.673

Die Prognose des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg 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 des AfS berücksichtigt werden.

⁸ Vgl.: Stadtumbau Vetschau/Spreewald, Monitoringbericht 2003-2007, erarbeitet durch Brandenburgische Beratungsgesellschaft für Stadterneuerung und Modernisierung mbH (B.B.S.M.)

⁹ Während die Daten für die gesamte Stadt Vetschau den Prognosen des Amtes für Statistik entnommen sind, handelt es sich bei den Zahlen für die Kernstadt sowie für die Orts- bzw. Siedlungsteile um Berechnungen der B.B.S.M. auf Basis dieser Prognosen

3.2. Kaufkraft, Nachfragevolumen und Kaufkraftbindung

3.2.1. Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Das Gutachterteam orientiert sich bezüglich der im Einzugsgebiet vorhandenen Kaufkraft an den jährlichen Prognosedaten der BBE-Regionalforschung Köln, in denen die regionalen Kaufkraftunterschiede berücksichtigt werden. Die u.a. auf den Steuerbescheiden der Kommunen basierenden Kaufkraftdaten weisen für das Einzugsgebiet und das Jahr 2009 folgende einzelhandelsrelevante Ausgaben aus:

Übersicht 7:

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft je Einwohner der Stadt Vetschau/S.

	KK-Koeffizient	eh-relevante Kaufkraft EUR je Ew.¹⁰
Stadt Vetschau/S.	87,85	4.745
<i>Zum Vergleich:</i>		
Land Brandenburg	91,81	5.000
Berlin	92,99	5029
Bundesdurchschnitt	100,00	5.408

Die Übersicht zeigt, dass die Bevölkerung der Stadt Vetschau über eine geringe Kaufkraft verfügt. Der Kaufkraftkoeffizient liegt deutlich unter dem Bundesdurchschnitt und auch unterhalb des ohnehin vergleichsweise niedrigen Kaufkraftniveaus der Länder Brandenburg und Berlins.

Der Kaufkraftwert für die Stadt Vetschau/S. ist Abbild der Einkommenssituation der Bewohner, der durch einen hohen Arbeitslosenstand¹¹ und eine ungünstige Altersstruktur gekennzeichnet ist (vgl. Pkt. 3).

3.2.2. Nachfragevolumen

Aus der Multiplikation der Einwohnerzahl des Einzugsgebietes mit der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft je Einwohner errechnet sich das Nachfragevolu-

¹⁰ Ohne sonstige Umsätze des Einzelhandels, z.B. Großhandel, Handelsvermittlung, Dienstleistungen, e-Commerce des kleinbetrieblichen stationären Facheinzelhandels.

¹¹ Die Arbeitslosenquote im Kreis Oberspreewald Lausitz schwankte im Mai 2009 zwischen 15,3 (Geschäftsbereich Lübbenau) und 18,1 Prozent (Geschäftsstelle Senftenberg). Gesonderte Daten für die Stadt Vetschau/S. liegen nicht vor

men, das im Einzelhandel des Einzugsgebietes für Warenkäufe zur Verfügung steht.

Ausgehend von der im Stadtgebiet von Vetschau/S. vorhandenen Einwohnerzahl errechnet sich für das untersuchte Gebiet ein einzelhandelsrelevantes **Nachfragevolumen in Höhe von rd. 43,1 Mio. EUR**. Hiervon stehen in der Kernstadt rd. 60% und 40% in den Ortsteilen bereit:

Übersicht 8: Verteilung des Nachfragevolumens der Stadt Vetschau/S. im Jahr 2009

	Nachfrage Mio. EUR	Anteil in %
Stadt Vetschau/S.	43,1	100,0
<i>Kernstadt</i>	<i>25,5</i>	<i>59,2</i>
<i>Ortsteile/Siedlungen</i>	<i>17,6</i>	<i>40,8</i>

Der größere Teil dieses Nachfragevolumens ist für den Kauf von Waren des kurzfristigen Bedarfs vorhanden (=56,4%). Auf Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs entfallen zusammen 43,6% dieses Volumens.

Übersicht 9:

Das Nachfragepotenzial für den Einzelhandel der Stadt Vetschau/S.

Branche/Warengruppe	Kaufkraft je Einwohner EUR	Nachfrage- volumen 1.000 EUR	Anteil in %
Nahrungs- u. Genussmittel	1.532	13.918	32,3
Backwaren/Fleisch- und Wurstwaren	240	2.180	5,1
Blumen, Zoo, Heimtierbedarf	66	600	1,4
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	194	1.762	4,1
Pharmazeutische Artikel	485	4.406	10,2
Papier-, Büro-, Schreibwaren, Zeitungen (PBS)	161	1.463	3,4
<i>kurzfristiger Bedarf</i>	<i>2.678</i>	<i>24.330</i>	<i>56,4</i>

(Fortsetzung Tabelle Übersicht 9)

Branche/Warengruppe	Kaufkraft je Einwohner EUR	Nachfrage- volumen 1.000 EUR	Anteil in %
Bekleidung, Wäsche	381	3.461	8,0
Schuhe, Lederwaren	91	827	1,9
Gartenbedarf	68	618	1,4
Bau- und Heimwerkerbedarf	448	4.070	9,4
GPK, Hausrat, Geschenkartikel	58	527	1,2
Spielwaren, Hobby, Basteln	92	836	1,9
Sportartikel, Fahrräder, Camping	65	591	1,4
mittelfristiger Bedarf	1.203	10.929	25,4
Teppiche, Gardinen, Dekostoffe	52	472	1,1
Bettwaren, Haus-, Tischwäsche	48	436	1,0
Möbel	234	2.126	4,9
Elektro, Leuchten, elektr. HH-geräte	107	972	2,3
Unterhaltungselekt. Tonträger, PC	258	2.344	5,4
Foto, Optik, Akustik	88	799	1,9
Uhren, Schmuck	40	363	0,8
Sonstiger Einzelhandel	37	336	0,8
langfristiger Bedarf	864	7.849	18,2
Einzelhandel insgesamt	4.745	43.108	100,0

3.2.3. Kaufkraftbindung

Aus der Gegenüberstellung des Umsatzes der im Stadtgebiet angesiedelten Einzelhandelsbetriebe zum dort vorhandenen Nachfragepotenzial errechnet sich die Kaufkraftbindung. Diese gibt Auskunft darüber, welcher Anteil dieses Nachfragepotenzials durch den im Vetschauer Stadtgebiet vorhandenen Einzelhandel gebunden werden kann.

Den Schätzungen und Berechnungen des Gutachterteams zufolge erzielten die Einzelhandelsbetriebe des Stadtgebietes im Jahr 2008 einen **Umsatz in Höhe von 28,3 Mio. EUR**. Diesem Umsatz steht – wie im vorangegangenen Punkt 3.2.2. dargestellt – ein vergleichbares Nachfragevolumen von rd. 43 Mio. EUR gegenüber. Aus diesem Verhältnis errechnet sich eine **Kaufkraftbindung von 65,6%** (Übersicht 10).

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

Die Tatsache, dass zwei Drittel der in Vetschau/S. vorhandenen Kaufkraft im dortigen Einzelhandel gebunden wird, ist auf die hohen Bindungsquoten bei den Waren des kurzfristigen Bedarfs zurückzuführen. Insbesondere die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Backwaren/Fleisch- und Wurstwaren, Blumen/zoologischer Bedarf sowie Drogerie-/Parfümeriewaren weisen eine hohe Kaufkraftbindung auf.

Übersicht 10:

Umsatz und Kaufkraftbindung im Stadtgebiet nach Branchen bzw. Warengruppen

Branche/Warengruppe	Nachfragevol. 1.000 EUR	Umsatz 1.000 EUR	Kaufkraft- bindung %
Nahrungs- u. Genussmittel	13.918	15.391	110,6
Backwaren/Fleisch- und Wurstwaren	2.180	2.383	109,3
Blumen, Zoo, Heimtierbedarf	600	853	142,2
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	1.762	1.805	102,4
Pharmazeutische Artikel	4.406	1.345	30,5
PBS, Zeitungen, Zeitschriften	1.463	780	53,3
kurzfristiger Bedarf	24.330	22.556	92,7
Bekleidung, Wäsche	3.461	600	17,3
Schuhe, Lederwaren	827	440	53,2
Gartenbedarf	618	336	54,3
Bau- und Heimwerkerbedarf	4.070	1.515	37,2
GPK, Hausrat, Geschenkartikel	527	336	63,8
Spielwaren, Hobby, Basteln	836	55	6,6
Sportartikel, Fahrräder, Camping	591	275	46,6
mittelfristiger Bedarf	10.929	3.557	32,5

(Fortsetzung Tabelle Übersicht 10)

Teppiche, Gardinen, Dekostoffe	472	640	135,5
Bettwaren, Haus-, Tischwäsche	436	38	8,6
Möbel	2.126	85	4,0
Elektro, Leuchten, elektr. HH-geräte	972	258	26,5
Unterhaltungselekt. Tonträger, PC	2.344	583	24,9
Foto, Optik, Akustik	799	203	25,3
Uhren, Schmuck	363	45	12,4
Sonstiger Einzelhandel	336	331	98,5
langfristiger Bedarf	7.849	2.181	27,8
Einzelhandel insgesamt	43.108	28.294	65,6

Die relativ hohe Kaufkraftbindung 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 Bekleidung/Textilien, Spielwaren, Bettwaren/Haus- und Tischwäsche, Uhren/Schmuck werden besonders niedrige Werte erreicht.

Eine Ausnahme bildet die Warengruppe Teppiche/Gardinen/Dekostoffe, mit einer Bindungsquote von 135,5%. Diese wird vor allem durch den in der Bahnhofstraße vorhandenen Fachmarkt erreicht, der offensichtlich ein größeres Einzugsgebiet erreicht.

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 relevanten 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 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 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 Einzelhandelsflächen-

leerstand 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.

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 Missstände 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.

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.

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 ausgeprägte 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. Zur weiteren Entwicklung des Vetschauer Einzelhandels

4.1. Aktuelle Planungen und Vorhaben in der Stadt Vetschau

Gegenwärtig befinden sich zwei Einzelhandelsstandorte innerhalb der Kernstadt in Planung bzw. Realisierung:

1. Für den Eckbereich *Wilhelm-Pieck-Straße/Kleine Bahnhofstraße* hat die Stadt Vetschau/Spreewald ein Bebauungsplanverfahren eingeleitet mit dem Ziel, den durch das leerstehende ehemalige Kulturhaus und die desolaten Freiräume hervorgerufenen städtebaulichen Missstand zu beheben. Bisher wurde seitens der Stadt die Entwicklung eines Einzelhandelsstandorts auf dieser Fläche zur Erreichung dieses Ziels favorisiert.

Die Stadt hat zwei Projektentwickler bzw. Investoren aufgefordert, architektonische Lösungen zu entwickeln, die dem Standort angemessen sind und die den Vorstellungen der Stadt für eine ansprechende städtebauliche Gestaltung entsprechen.

Die von den Projektentwicklern bzw. Investoren beauftragten Planungsbüros haben im Wirtschaftsausschuss der Stadt Vetschau/S. folgende Projektideen vorgestellt:

- Ein Investorenteam favorisiert die Verlagerung des Rewe-Marktes von der Ernst-Thälmann-Straße an den Standort des Kulturhauses. Die Verkaufsfläche dieses Supermarktes würde auf 1.550 m² Verkaufsfläche anwachsen (heute rd. 1.200 m² VKF). Hinzu kämen 450 m² Verkaufsfläche für einen Drogeriemarkt. Ergänzende kleinteilige Nutzungen wurden nicht beziffert. Der Zuwachs durch die beiden Märkte würde somit rund 2.000 m² Verkaufsfläche betragen. Würde der bisherige Rewe-Standort dauerhaft aufgegeben und nicht durch eine andere Einzelhandelsnutzung neu belegt, würde der Zuwachs auf 800 m² Verkaufsfläche belaufen.
- Das zweite Investorenteam geht von der Entwicklung des ehemaligen Kulturhausstandortes für einen Lebensmittel-Discountmarkt der Fa. Lidl sowie einen Drogeriemarkt der Fa. Rossmann aus. Für das Projekt sind 2.200 m² Verkaufsfläche veranschlagt, die zum Einzelhandelsbestand der Stadt hinzukämen. Nicht in dieser Verkaufsfläche enthalten ist ein

Markt der Fa. Getränke Hoffmann, die nach Angaben des Planungsbüros ebenfalls Ansiedlungsinteresse signalisiert hat.¹²

Der Diskussionsprozess um die Entwicklung von Einzelhandelsnutzungen am ehemaligen Kulturhausstandort innerhalb der politischen Gremien der Stadt ist noch nicht abgeschlossen. Eine endgültige Entscheidung zu dem Vorhaben stand zum Zeitpunkt der Endredaktion des vorliegenden Berichtes noch aus.¹³

2. Im Eckbereich der *Pestalozzistraße/Juri-Gagarin-Straße* wurde 2009/2010 ein Fachmarkt für Bekleidung der Fa. KiK-Textilien Nonfood GmbH errichtet. Das Vorhaben wurde mit einer Verkaufsfläche von rd. 500 m² realisiert.

Der Standort grenzt an das an der Pestalozzistraße angesiedelte Nahversorgungszentrum an, das neben einem Penny-Markt vorwiegend kleinteilige Angebote des Einzelhandels- und Dienstleistungssektors beinhaltet. Auf dem zur Bebauung vorgesehen Grundstück wurde die frühere „Kaufhalle“ abgerissen.

Der Zuwachs an Verkaufsfläche würde bei Realisierung der erstgenannten Variante für den Kulturhausstandort, zusammen mit dem Zuwachs durch den Kik-Markt, rd. 2.500 m² VKF betragen und den gegenwärtigen Bestand an Verkaufsfläche der Stadt Vetschau/S. auf 12.330 m² anwachsen lassen. Umgerechnet auf die heutige Einwohnerzahl ergäbe sich eine Verkaufsfläche je Einwohner von 1,35 m² (gegenwärtig 1,08 m²)¹⁴.

Bei Realisierung der zweitgenannte Variante würde der Zuwachs deutlicher ausfallen: Hinzu kämen rd. 2.700 m² VKF¹⁵, die Verkaufsfläche der Stadt stiege auf 12.530 m². Die Verkaufsfläche je Einwohner würde auf 1,38 m² Verkaufsfläche anwachsen. Letzteres läge deutlich über der Ausstattung des Landkreises Oberspreewald/Lausitz (=1,12 m²) und ebenso oberhalb des Brandenburger Durchschnitts (=1,34 m²).

¹² Quelle: Lausitzer Rundschau vom 04.11.2009

¹³ Der Wirtschaftsausschuss der Stadtverordnetenversammlung hat im Mai 2010 eine Vorentscheidung zugunsten des Kulturhausstandorts getroffen. Um dieser neuen Situation gerecht zu werden, wurde das vorliegende Konzept um einen Nachtrag (Kap. 7) ergänzt.

¹⁴ Für den Fall, dass der bisherige Rewe-Standort vollständig und dauerhaft aufgegeben würde, reduzierte sich der Gesamtbestand um 1.200 m² auf 11.130 m², die Verkaufsfläche je Einwohner auf 1,22 m². Es verbleibt somit ein Zuwachs von 1.300 m².

¹⁵ 2.200 m² VKF durch die Ansiedlung des Lidl-Marktes und des Drogeriemarktes sowie 500 m² durch den Kik-Markt

Städtebaulich betrachtet tragen beide Standorte nicht zur Stärkung der Altstadt bei. Im Gegenteil:

- Auch wenn das Kulturhaus-Grundstück nur ca. 200 m Luftlinie von der Richard-Hellmann-Straße entfernt ist, bestehen keine direkten Wege- oder Sichtbeziehungen zur Altstadt. Synergieeffekte (z.B. am neuen Super- oder Discountmarkt parken und einkaufen, anschließend bummeln in der Altstadt) sind unter Berücksichtigung heutiger Einkaufsgewohnheiten und aufgrund der fehlenden funktionalen und städtebaulichen Bezüge, insbesondere des ca. 400 m langen Fußwegs zum Markt, nicht zu erwarten. Der Standort wäre ein Solitär, der den Entwicklungsmöglichkeiten der Altstadt, speziell im Bereich des Marktes, entgegenwirken würde.

Wenn, wie in der erstgenannten Variante vorgesehen, der Rewe-Markt an den Kulturhausstandort verlagert wird, würde die Chance, den Supermarkt nach Umbau und besserer Platzierung auf dem heutigen Areal besser an den Marktbereich anzubinden, vertan. Der Anstieg der Verkaufsfläche an diesem Standort ist, wie die Analyse des vorhandenen Einzelhandelsbestandes der Stadt (Stichwort Überkapazität) und der weitere Bevölkerungsrückgang in der Kernstadt zeigen, unbegründet und steht den strukturellen Erwägungen zur Stärkung des Altstadtbereiches entgegen. Dies gilt umso mehr für die in Variante 1 angestrebte Ansiedlung kleinteiliger Einzelhandelsangebote, die nicht an diesen Standort gehören, sondern dringend zur Beseitigung des derzeitigen Leerstandes am Markt erforderlich wären.

Noch weniger begründet wäre der Verkaufsflächenzuwachs durch die Ansiedlung eines zusätzlichen Lebensmittel-Discountmarktes und eines Drogeriemarktes am genannten Standort. Der Verkaufsflächenzuwachs würde noch stärker ansteigen, die geplanten Märkte nicht gebraucht.

Die Gutachter empfehlen der Stadt Vetschau/Spreewald dringend, sich von der Vorstellung zu lösen, am Standort Kulturhaus Einzelhandel zu entwickeln. Die Entwicklung dieses Standortes würde den vorhandenen Einzelhandelsbestand der Stadt überproportional anwachsen lassen und die vorhandenen Strukturprobleme des Einzelhandels und der Altstadt verschärfen. Die Behebung der städtebaulichen Missstände in diesem Bereich sollte auf andere Weise erfolgen.

- Der Standort des geplanten Kik-Marktes trägt durch den zu erwartenden anhaltenden Kaufkraftabfluss mittelfristig ebenfalls zur Schwächung der

Altstadt bei; er kann lediglich helfen, die Einzelhandels-Agglomeration im Bereich Pestalozzistraße/Juri-Gagarin-Straße als Quartierszentrum für den nördlichen Teil der Neustadt zu stützen.

4.2. Zur Entwicklung der Kaufkraft und des Nachfragevolumens

Legt man die Einwohnerprognose des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg (AfS) für die Stadt Vetschau/S. bis zum Jahr 2030 zugrunde und unterstellt die heutigen Kaufkraftverhältnisse auch für die kommenden Zeiträume, so muss mit einem deutlichen Rückgang des Nachfragevolumens für den Vetschauer Einzelhandel gerechnet werden.¹⁶

Wie aus der folgenden Übersicht erkennbar wird, geht das Nachfragevolumen von 43,1 Mio. EUR im Jahr 2008 auf 30,3 Mio. EUR im Jahr 2030 zurück. Dies entspricht einem Rückgang von 31% bzw. rd. einem Drittel des heute noch vorhandenen Nachfragevolumens.

Übersicht 11:

Entwicklung des Nachfragevolumens für den Vetschauer Einzelhandel bis 2030 (Angaben in Mio. EUR)¹⁷

	2008 ¹⁸	2010	2015	2020	2025	2030
Stadt Vetschau/S.	43,1	40,9	37,6	35,2	32,8	30,3
<i>Kernstadt</i>	25,5	26,1	23,5	21,5	19,6	17,6
<i>Ortsteile</i>	17,6	14,8	14,1	13,7	13,2	12,7

Aus der Übersicht wird deutlich, dass der Rückgang des Nachfragevolumens insbesondere die Kernstadt betrifft. Während die Kaufkraft in den Ortsteilen „nur“ um 17,5% zurückgeht, nimmt sie in der Kernstadt um 38,2% ab.

Der Rückgang des Nachfragevolumens in der Kernstadt ist angesichts der Tatsache, dass sich dort das Gros der Einzelhandelsangebote befindet, als besonders kritisch zu bewerten.

¹⁶ Langfristige Prognosen zur Kaufkraftentwicklung der Bundesrepublik Deutschland liegen nicht vor. Die Gutachter gehen davon aus, dass sich die Rahmenbedingungen zur Kaufkraftentwicklung für Vetschau/S. - insbesondere die Einkommenssituation der älteren Bevölkerung und der Nicht-Erwerbstätigen - gegenüber der heutigen Situation kaum verbessern werden.

¹⁷ Zu den Einwohnerprognosen s. FN 10

¹⁸ Ergebnis der im Mai 2009 vorgenommenen Analyse des Einzelhandelsbestandes und den Schätzungen und Berechnungen zum Umsatz der Einzelhandelsbetriebe durch das Büro Standort Handel

4.3. Entwicklung des Umsatzes und der Verkaufsfläche des Vetschauer Einzelhandels

Legt man die heutige Kaufkraftbindung des Vetschauer Einzelhandels von rd. 65% zugrunde, so würde sich das künftig erzielbare Umsatzvolumen der Einzelhandelsbetriebe deutlich verringern (Übersicht 12).

Der Umsatzrückgang würde, wie auch beim Nachfragevolumen, mehr als 30 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.

Übersicht 12:

Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes der Stadt Vetschau/S.

Jahr	Mio. EUR	Entw. in %
2008	28,3	100,0
2010	26,6	94,0
2015	24,4	86,2
2020	22,9	80,9
2025	21,3	75,2
2030	19,7	69,6

Legt man die heute im Einzelhandel der Stadt Vetschau/S. erzielte Flächenproduktivität zugrunde, d.h., den je m² Verkaufsfläche und Jahr erzielten Umsatz, so würde sich die Verkaufsfläche langfristig wie folgt entwickeln:

Übersicht 13:

Entwicklung der Verkaufsfläche des Vetschauer Einzelhandels

Jahr	Umsatz Mio. EUR	Umsatz je m ² VKF und Jahr (EUR)	m ² Verkaufs- fläche (gerundet)
2008	28,3	2.880	9.830
2010	26,6	2.880	9.235
2015	24,4	2.880	8.470
2020	22,9	2.880	7.950
2025	21,3	2.880	7.395
2030	19,7	2.880	6.840

Der Rückgang der Verkaufsfläche würde rund 3.000 m² betragen (=2.990 m² VKF). Dies würde eine – gegenüber dem heutigen Bestand – deutliche Ausdünnung der Verkaufsfläche bedingen.

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

Die vorangegangenen Berechnungen, die von einer rückläufigen Nachfrageentwicklung als Folge des prognostizierten Bevölkerungsrückgang ausgehen, machen die voraussichtliche Entwicklung des Vetschauer Einzelhandels deutlich.

Im Folgenden soll die Standortentwicklung in der Kernstadt Vetschau sowie in den Ortsteilen dargestellt werden.

4.4.1. Kernstadt Vetschau

Die Gutachter gehen davon aus, dass der zu erwartende Rückgang an Verkaufsfläche des Vetschauer Einzelhandels vorrangig die **Kernstadt Vetschau** betreffen würde. 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. Zu den Einzelhandelslagen, die dies vorrangig betrafen, gehören u.a. die Bahnhofstraße, 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 gehören. Auch der an die Altstadt grenzende REWE-Standort 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 (vgl. Pkt. 2.4). Nur eine zielgerichtete Ansiedlungspolitik, die die Stärkung des Einzelhandels in der Innenstadt in den Mittelpunkt stellt, kann diese vor der Verödung retten. (s. Kap. 5)

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.

4.4.2. 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 des 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/S. 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.¹⁹ Das Unternehmen ist Referenzbetrieb des Biosphärenreservats Spreewald.
3. Vergleichbar gute Chancen besitzt auch die „Ökologische Höfegemeinschaft“ Gut *Ogrofen*, die verschiedene Milchprodukte und Fleisch (Rind, Schaf, Ziege) sowie ökologisches Gemüse herstellt und vertreibt.²⁰ 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.

4. In *Repten* betreibt die Fa. Glöss einen „Erdbeerhof“, der auch einen Hofladen beinhaltet. Neben Beerenfrüchten werden gärtnerische Produkte, vor allem Jungpflanzen, ökologisch produzierter Dünger und Gartenerde verkauft. Der Betrieb gehört dem Gaa e.V. Nordost (Brandenburg, Berlin,

¹⁹ Bewirtschaftete Flächen in: Stradow, Raddusch Göritz, Vetschau, Naundorf, Müschen, Suschow, Leipe, Koßwig, Fleißdorf, Groß Lübbenau, Eichow und Burg. Quelle: Internetauftritt der Göritzer Agrar GmbH

²⁰ Die Ökologische Höfegemeinschaft in Ogrosen vereint vier landwirtschaftliche Betriebe: Gut Ogrosen (Milch, Fleisch, Getreide), Erdreich (Gemüseanbau), Schafgarbe (Milchschafhof) und Ziegenhof. Quelle: Internetauftritt der Höfegemeinschaft Gut Ogrosen.

- Mecklenburg-Vorpommern) an, der aus einem Verbund von Ökohöfen besteht. Die Vermarktung der Produkte geht weit über die Region hinaus.
5. Einen eingeschränkteren Ansatz verfolgt das zum Ortsteil Koßwig gehörende Gut Dubrau, das ökologischen Landbau mit Beherbergung und Veranstaltungen kombiniert. Ein jeweils nur an einem Tag für zwei Stunden geöffneter „Hofladen“ (freitags) nimmt allerdings keine wichtige Vermarktungs- bzw. Versorgungsfunktion wahr.

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.

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.

Die nachstehende Übersicht dokumentiert zusammenfassend die gegenwärtige Angebotssituation der untersuchten Orts- bzw. Siedlungsteile:

Übersicht 14:

Die gegenwärtige Angebotssituation des Einzelhandels in den Orts- bzw. Siedlungsteilen der Stadt Vetschau/S.

Orts-/Siedlungsteil	Einrichtung	m² VKF²¹	Anmerkungen
Raddusch	Bäcker	10	ständige Einrichtung
	Einkaufsmarkt	55	ständige Einrichtung
	Hofladen	20	ständige Einrichtung
	Getränkemarkt	10	ständige Einrichtung
Fleißdorf	Hofladen	40	ständige Einrichtung
Göritz	Spreewaldmarkt	140	ständige Einrichtung
Stradow	Getränkemarkt	-	keine ständige Einrichtung
Koßwig	Blumenladen	10	ständige Einrichtung
Dubrau	Hofladen	-	keine ständige Einrichtung
Laasow	Hofladen	5	ständige Einrichtung
	Einkaufsmarkt	105	ständige Einrichtung
	Getränkeverkauf ²²	-	keine ständige Einrichtung
Missen	Blumenladen	15	ständige Einrichtung ²³
	Hofladen	15	ständige Einrichtung
Repten	Hofladen	15	ständige Einrichtung
Ogrosen	Hofladen	45	ständige Einrichtung
		470	

²¹ Ca.-Werte

²² Verkauf über Gaststätte

²³ Im Nebenerwerb betrieben

5. Handlungsempfehlungen

5.1. Ausgangspunkte

Die Bestandsaufnahme des Einzelhandels der Stadt Vetschau/S. 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. Ein Beispiel für diese Entwicklung ist die aufgegebene Plus-Filiale an der Kraftwerkstraße.

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 Vetschau 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.

In der Kernstadt Vetschau selbst sind im Wesentlichen drei Bereiche erkennbar, die man als „zentralen Versorgungsbereich“ i. S. d. Baugesetzbuches begreifen kann:

- Die historische Altstadt rund um den Markt als zentraler Versorgungsbereich für die gesamte Stadt Vetschau/Spreewald
- Das an der Kraftwerkstraße gelegene Nahversorgungszentrum (Netto-Markt und die gegenüberliegenden Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe)

- Das Nahversorgungszentrum im Bereich Pestalozzistraße/Juri-Gagarin-Straße (Penny u. a.).

5.2. Maßnahmen

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/S. zu rechnen.

Um dem Ziel einer Konsolidierung der genannten zentralen Versorgungsbereiche und insbesondere der Altstadt gerecht werden zu können, sollten diese Neuan- bzw. Umsiedlungen gezielt gesteuert werden. Zudem ist es notwendig, die Altstadt auf verschiedenen Ebenen zu fördern, um sie wieder zum wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Mittelpunkt der Stadt zu machen und damit ihre Funktion als Zentrum zu stärken. Die folgenden Maßnahmen sollen diesem Ziel dienen:

1. Ein wichtiges Instrument zur verbindlichen Umsetzung dieser Steuerung ist die Erstellung eines **Bebauungsplans im Sinne des § 9 Abs. 2a BauGB** 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.
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. Die Umsetzung städtebaulicher Maßnahmen mit dem Ziel eines integrierten Zentrums mit kurzen und attraktiven Wegebeziehungen zwischen den örtlichen Angeboten sowie einem angemessenen Angebot an Stellplätzen an geeigneter Stelle.

In den folgenden Kapiteln werden die genannten Punkte detailliert dargestellt.

5.2.1 Bebauungsplans 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. Demnach 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 ist 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 Karte ist im Anhang dieses Berichts enthalten.

Übersicht 15:

Zentrale Versorgungsbereiche der Stadt Vetschau/Spreewald mit ihren Einzugsgebieten („Variante 1“; zu „Variante 2“ s. Nachtrag Kap. 7)



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 Sortimente.²⁴ 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,

²⁴ 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. Die Gutachter zählen auch Blumen (Schnittblumen) sowie zoologischer Bedarf/lebende Tiere zu den nahversorgungsrelevanten Sortimenten, die im genannten Einzelhandelserlass als „übrige zentrenrelevante Sortimente“ aufgeführt werden.

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

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.²⁵ 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.

Unter Beachtung der spezifischen Versorgungsfunktion und der Standortbedingungen schlagen die Gutachter für die drei ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche eine unterschiedliche Sortimentszuordnung vor:

²⁵ Vgl.: Urteil des Oberverwaltungsgerichtes Münster vom 03.06.2002

Zentraler Versorgungsbereich Innen- bzw. Altstadt:	Vorwiegend Ansiedlung von kleinteiligen Angeboten zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente.
Zentraler Versorgungsbereich Kraftwerkstraße:	Ausschließliche Ansiedlung nahversorgungsrelevanter Sortimente Ausnahme: bereits vorhandene Anbieter zentrenrelevanter Sortimente (Bekleidung)
Zentraler Versorgungsbereich Pestalozzistraße:	Ausschließliche Ansiedlung nahversorgungsrelevanter Sortimente Ausnahme: bereits vorhandene Anbieter zentrenrelevanter Sortimente (Bekleidung)

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. Für den Innenstadtbereich Vetschaus kann die Neuansiedlung derartiger Betriebe aufgrund der fehlenden Standortvoraussetzungen ausgeschlossen werden. Wegen der in der Untersuchung nachgewiesenen Überkapazität sind großflächige Betriebe mit derartigen Sortimenten auch für die zentralen Versorgungsbereiche Kraftwerkstraße und Pestalozzistraße auszuschließen.

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 Einzelstandorten 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. Schlecker-, 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/S. 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/S. 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/S.

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-, Bettwäsche), 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/S. 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 nahversorgungsrelevan-

tes 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-, nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente vorgeschlagen. Sie stützt sich auf die Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2003).

5.2.2 Regeln zur Ansiedlung von neuen Einzelhandelsbetrieben

Um die Neuansiedlung bzw. Umsiedlung von Einzelhandelsbetrieben 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**, insbes. 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.²⁶

²⁶ 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.

5.2.3 Altstadtmanagement

Zur Stärkung des Innenstadtbereiches hält das Gutachterteam die Einrichtung eines Altstadtmanagements in der Stadt Vetschau/S. für unabdingbar. Innerhalb eines festgesetzten Zeitrahmens, der vom Erfolg des Managements abhängt, sollte als Hauptziel eine Wiederbelebung des Marktbereiches, d.h. der Lage Am Markt/Kirchstraße/Cottbuser Straße²⁷ 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 Handwerke.

Das Konzept hierzu sollte weiterhin enthalten:

- Die Bestimmung der das Altstadtmanagement begleitenden **Akteure** – hier sind insbesondere die Stadtverwaltung und der Gewerbeverein gefragt
- Eine Übersicht der **Besitzverhältnisse** der Gebäude, die im Bereich des Marktes/Kirchstraße Eigentümer sind (s. hierzu auch Punkt 5.2.2 – Flächen- und Leerstandsmanagement)
- Der **zeitliche Ablauf** des Managements
- Eine Kalkulation der **Kosten** des Managements
- Die Bestimmung des Umfanges und des Stils der **Öffentlichkeitsarbeit**
- Klärung der **Zuständigkeiten** für die Managementaufgaben. Hier ist zu klären, ob diese kontinuierlich notwendige Aufgabe durch die städtische Wirtschaftsförderung oder durch einen externen Dienstleister erfolgt
- Begleitung von Veranstaltungen (z.B. Konzerte, Stadtfeste, Weihnachtsmarkt etc.) als flankierende Maßnahmen zur Belebung der Altstadt und zur Stärkung der Altstadt im Bewusstsein der Bevölkerung.

²⁷ bis Rondell

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 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. (s. hierzu auch Punkt 5.2.2 – 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 Belegung 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 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.

5.2.4 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 (s. Punkt 5.2.3) erfolgen.

5.2.5 Städtebauliche Maßnahmen

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. 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.

Es werden daher folgende Maßnahmen vorgeschlagen:

A. Verbesserung der Verbindung zwischen Marktplatz und Rewe-Markt

Mit der Errichtung des Supermarktes an der Ernst-Thälmann-Straße wurde ein solitärer Standort geschaffen, der aufgrund seiner Lage und räumlichen Orientierung nicht mit dem am Markt angesiedelten Einzelhandel korrespondiert.

Aufgrund der Entfernung zum Markt von ca. 400 Metern (über Ernst-Thälmann-Straße/Berliner Straße) bzw. ca. 200 Metern (über den Durchgang zur Berliner Straße) sind die Chancen, eine bessere Anbindung an den Marktbereich zu erreichen, zwar beschränkt. Dennoch sollte versucht werden, den Ausbau einer direkten Wegeverbindung zwischen der Berliner Straße und dem Rewe-Parkplatz in Angriff zu nehmen. Die derzeitige Situation des direkten Fußweges zur Berliner Straße ist unter räumlichen und haftungsrechtlichen Kriterien nicht als ausreichend zu betrachten. Eine Übernahme der Verbindung in öffentliche Trägerschaft sowie eine fußgängerfreundliche, von beiden Seiten gut wahrnehmbare Umgestaltung dieses Durchgangs mit deutlicher Beschilderung würde den Fußgängerverkehr zwischen beiden Einkaufsbereichen deutlich verbessern und beiden Seiten zugute kommen.

Langfristig sollten sich die Maßnahmen in diesem Bereich jedoch nicht auf die Fußwegeverbindung beschränken. Vielmehr sollte in Abstimmung mit dem Eigentümer Möglichkeiten gesucht werden, wie das offensichtlich nicht in der ursprünglich beabsichtigten Weise funktionierende Gebäude umgebaut und dabei besser in die Stadtstruktur integriert werden kann. Eine Öffnung gegenüber der Ernst-Thälmann-Straße mit attraktivem Eingang könnte einer dieser Wege sein.

B. Potenzielle Nutzung bestehender Brachflächen als Standort für Einzelhandel

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 Verdichtungspotenzial, 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.

6. Fazit

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.

7. Nachtrag

Nach Abschluss der Arbeiten am vorliegenden Konzept wurde durch den Wirtschaftsausschuss der Stadtverordnetenversammlung beschlossen, den Standort Kulturhaus wie ursprünglich vorgesehen als Einzelhandelsstandort zu entwickeln. Damit ist eine wesentliche Vorentscheidung für diesen Standort gefallen. Maßgebliche Gründe für diese Entscheidung waren:

- die bessere Wirtschaftlichkeit für den Betreiber, die sich vor allem aus der Lage an der Landesstraße L54 nach Burg ergibt,
- der städtebauliche Missstand auf dem Standort Kulturhaus, der durch die Einzelhandelsentwicklung behoben werden soll,

- die unzureichende Verknüpfung des bisherigen REWE-Standorts mit der Altstadt sowie seine ungünstige Erreichbarkeit für Autofahrer und
- die Sorge um den Erhalt des einzigen Lebensmittel-Vollsortimenters der Stadt, verbunden mit der Befürchtung, REWE könne den bisherigen Standort bei Verzicht auf den neuen Standort verlassen.

Im Folgenden sollen – auf Grundlage dieser Entscheidung – kurz die Stärken und Schwächen der durch die Stadt beabsichtigten Entwicklung auf dem Kulturhausstandort erläutert und Schlussfolgerungen daraus gezogen werden. Aufgrund der geänderten Rahmenbedingungen (Aufgabe des bisherigen REWE-Standorts, Neubau auf dem Kulturhausstandort) ergeben sich zudem Änderungen in der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Altstadt Vetschau. Diese Änderungen sind im Plan „zentrale Versorgungsbereiche - Variante 2“ berücksichtigt.

7.1. Vor- und Nachteile des Kulturhausstandorts

Vorteile

Mit der Neuentwicklung eines Einzelhandelsstandortes anstelle des Kulturhauses wird an erster Stelle ein bereits seit geraumer Zeit bestehender **städtebaulicher Missstand** beseitigt. Es ergibt sich so die Chance, diesen am Rande der Altstadt gelegenen Bereich aufzuwerten.

Die Lage an der als Ortsdurchfahrt dienenden Bahnhofstraße (L54) verspricht ein für den Investor **wirtschaftlich tragfähiges Projekt**. So ist der Standort einerseits für den Verkehr nach Burg (Spreewald) gut anfahrbar, andererseits ist der Standort aber auch innerhalb der Stadt besser erreichbar als der weniger günstig gelegene Standort an der Ernst-Thälmann-Straße.

Die Stadt wiederum erhält unter der Voraussetzung entsprechender vertraglicher Vereinbarungen die Gewissheit, dass nach den erheblichen Investitionen in einen neuen Standort auch zukünftig ein **Supermarkt als Vollsortimenter** vorhanden bleibt.

Nachteile

Anstelle des durch das geplante Projekt zu behebbenden **städtebaulichen Misstands** tritt durch Aufgabe des alten Standorts an der Ernst-Thälmann-Straße möglicherweise ein neuer städtebaulicher Problemfall. Bereits heute steht ein erheblicher Teil des als Einkaufszentrum errichteten Gebäudes leer.

Dass sich ein Nachmieter für den Supermarkt findet, erscheint angesichts der derzeitigen städtebaulichen und verkehrlichen Situation fraglich, zumal eine Beibehaltung der dortigen Verkaufsfläche bei gleichzeitigem Bau des Kulturhaus-Projekts nicht im Sinne der Stadt sein kann. Die ohnehin schon **überdimensionierte 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.

Mit der Errichtung eines Supermarktes am Kulturhausstandort entfernt sich der Schwerpunkt des innerstädtischen Einzelhandels weiter vom Stadtzentrum am Markt, so dass 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 keine Synergie-Effekte mit dem neuen Standort erwarten.

7.2. Schlussfolgerungen

Aus der Entscheidung der Gemeinde für die Entwicklung des Kulturhausstandorts ergibt sich eine andere Vorgehensweise als in Kap. 5 empfohlen. Während die Empfehlungen zur Aufstellung eines Bebauungsplans gem. § 9 Abs. 2a BauGB, zur Aufstellung von Ansiedlungsregeln und zum Altstadtmanagement einschl. Flächen- und Leerstandsmanagement unberührt bleiben, ergeben sich für die städtebaulichen Maßnahmen durchaus Unterschiede. Außerdem ergeben sich einige zusätzliche Anforderungen zum Umgang mit beiden Standorten.

Standort Kulturhaus

Erster Handlungsgrundsatz sollte weiterhin die **Konzentration** des Einzelhandels auf die **zentralen Versorgungsbereiche** und hier besonders auf die Altstadt sein. Außerhalb dieses Bereichs ist die Ausweitung der Verkaufsfläche zu verhindern. Dies bedeutet, dass ein Neubau am Kulturhausstandort nicht wesentlich mehr Verkaufsfläche als der bisherige Standort an der Ernst-Thälmann-Straße aufweisen und gleichzeitig der bisherige Standort für eine Einzelhandelsnutzung komplett aufgegeben werden sollte.

Daraus folgt wiederum, dass neben dem eigentlichen Lebensmittelmarkt **keine weiteren ergänzenden Anbieter** (abgesehen von einem Bäckerstand o.ä.) am Kulturhaus angesiedelt werden sollten. So kann nicht nur 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.

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.

Für den Standort Ernst-Thälmann-Straße ist daher zu untersuchen, inwieweit eine andere Nutzung an dieser Stelle sinnvoll ist und ob sie ggf. im Einvernehmen mit dem Eigentümer umgesetzt werden kann. Angesichts des Umfeldes kommt hier v. a. eine Wohnnutzung, auch als Sonderwohnform (z.B. altengerechte Wohnformen), in Frage.

8. Anhang

- Vetschauer Liste zur Definition zentren-, nahversorgungsrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Sortimente
- Karte „zentrale Versorgungsbereiche – Variante 1“, Maßstab 1:5.000
- Karte „zentrale Versorgungsbereiche – Variante 2“, Maßstab 1:5.000
- Karte „Bestandsübersicht Einzelhandel“, Maßstab 1: 25.000
- Karte „Bestandsübersicht Einzelhandel Kernstadt Vetschau“, Maßstab 1: 5.000

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. 52.47.1), Bücher und Fachzeitschriften (aus WZ-Nr. 52.47.2)
Zentrenrelevante Sortimente	
Bekleidung, Schuhe, Lederwaren	Bekleidung, Bekleidungszubehör, Kürschnerwaren (WZ-Nr. 52.42), Schuhe, Leder- und Täschnenwaren (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. 52.49.4)
Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Haus- und Heimtextilien, Bastelartikel, Kunstgewerbe	Haushaltstextilien, Kurzwaren, schneidereibedarf, Handarbeiten, Meterware für Bekleidung und Wäsche (WZ-Nr. 52.41), Haushaltsgegenstände ohne Bedarfsartikel für den Garten (aus WZ-Nr. 52.44.33), Keramische Erzeugnisse und Glaswaren (WZ-Nr. 52.44.4), Heimtextilien ohne Teppiche (WZ-Nr. 52.44.7), Bastelbedarf (WZ 52.48.60), Kunstgewerbliche 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.



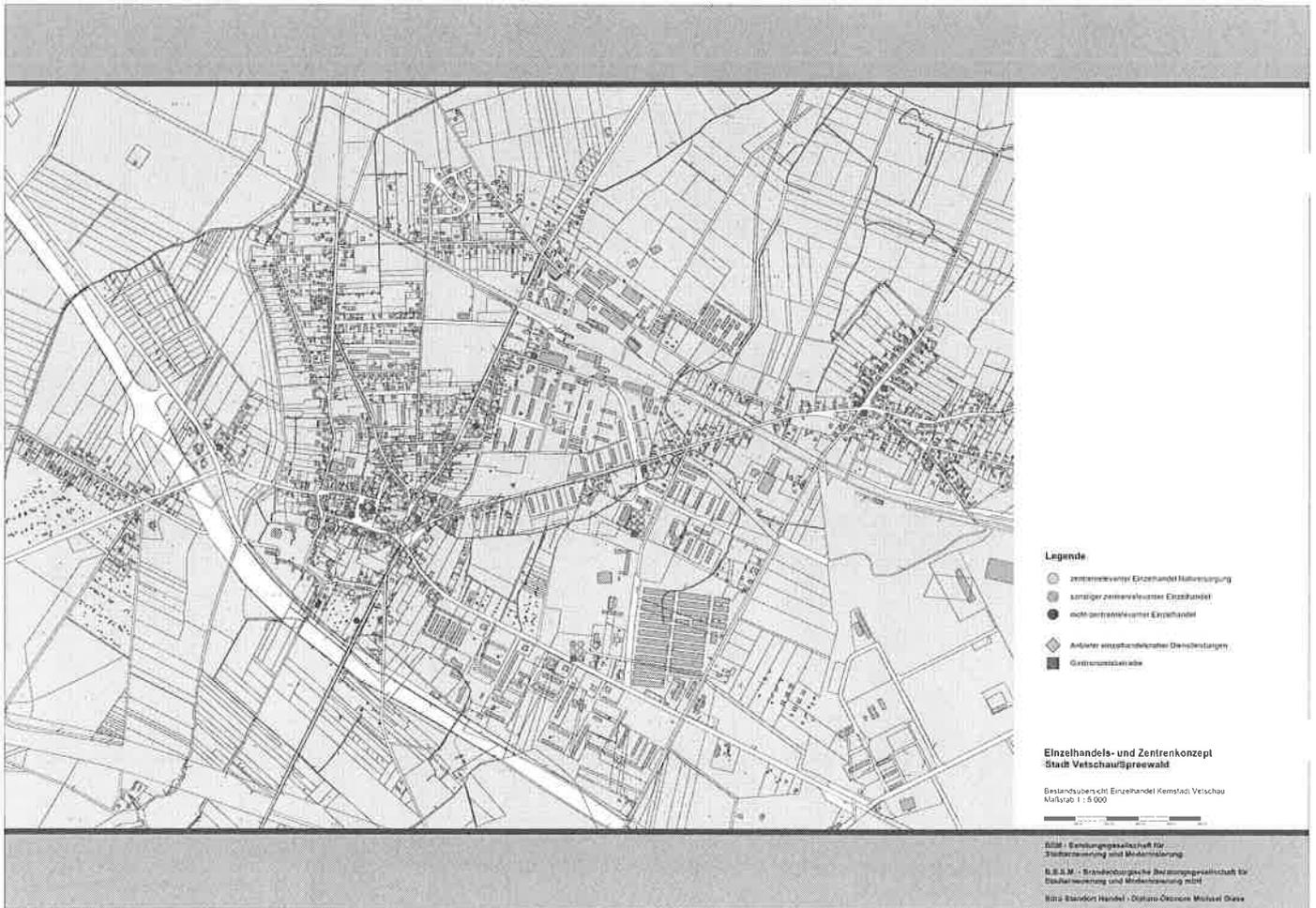
- Legende**
- zentrenrelevanter Einzelhandel Nahversorgung
 - sonstiger zentrenrelevanter Einzelhandel
 - nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel
 - ◇ Anbieter einzelhandelsnaher Dienstleistungen
 - Gastronomiebetriebe
 - Gemeindegrenze

**Einzelhandels- und Zentrenkonzept
Stadt Vetschau/Spreewald**

Bestandsübersicht Einzelhandel
Maßstab 1 : 25 000



BSM - Beratungsgesellschaft für
Stadterneuerung und Modernisierung
B.B.B.M. - Brandenburgische Beratungsgesellschaft für
Stadterneuerung und Modernisierung mbH
Büro Standort Handel - Diplom-Ökonom Michael Gliese



- Legende**
- zentrierte Einzelhandelsversorgung
 - sonstiger zentrierte Einzelhandelsversorgung
 - nicht zentrierte Einzelhandelsversorgung
 - ◇ Anbieter einstandsweiter Dienstleistungen
 - Gastronomiebetriebe

**Einzelhandels- und Zentrenkonzept
Stadt Vetschau/Spreewald**

Bestandssituation Einzelhandel Kernstad Vetschau
Maßstab 1 : 5 000



BIM - Einbürgergesellschaft für
Stadtentwicklung und Modernisierung
B.S.M. - Brandenburgische Bauingenieurgesellschaft für
Stadtentwicklung und Modernisierung mbH
Biro Standort Handel - Dipl.-Ökon. Michael Glaw



Legende

-  zentraler Versorgungsbereich Altstadt
-  sonstige zentrale Versorgungsbereiche (Nahversorgungszentrum)
-  Einzugsbereich der zentralen Versorgungsbereiche 500 m und 800 m

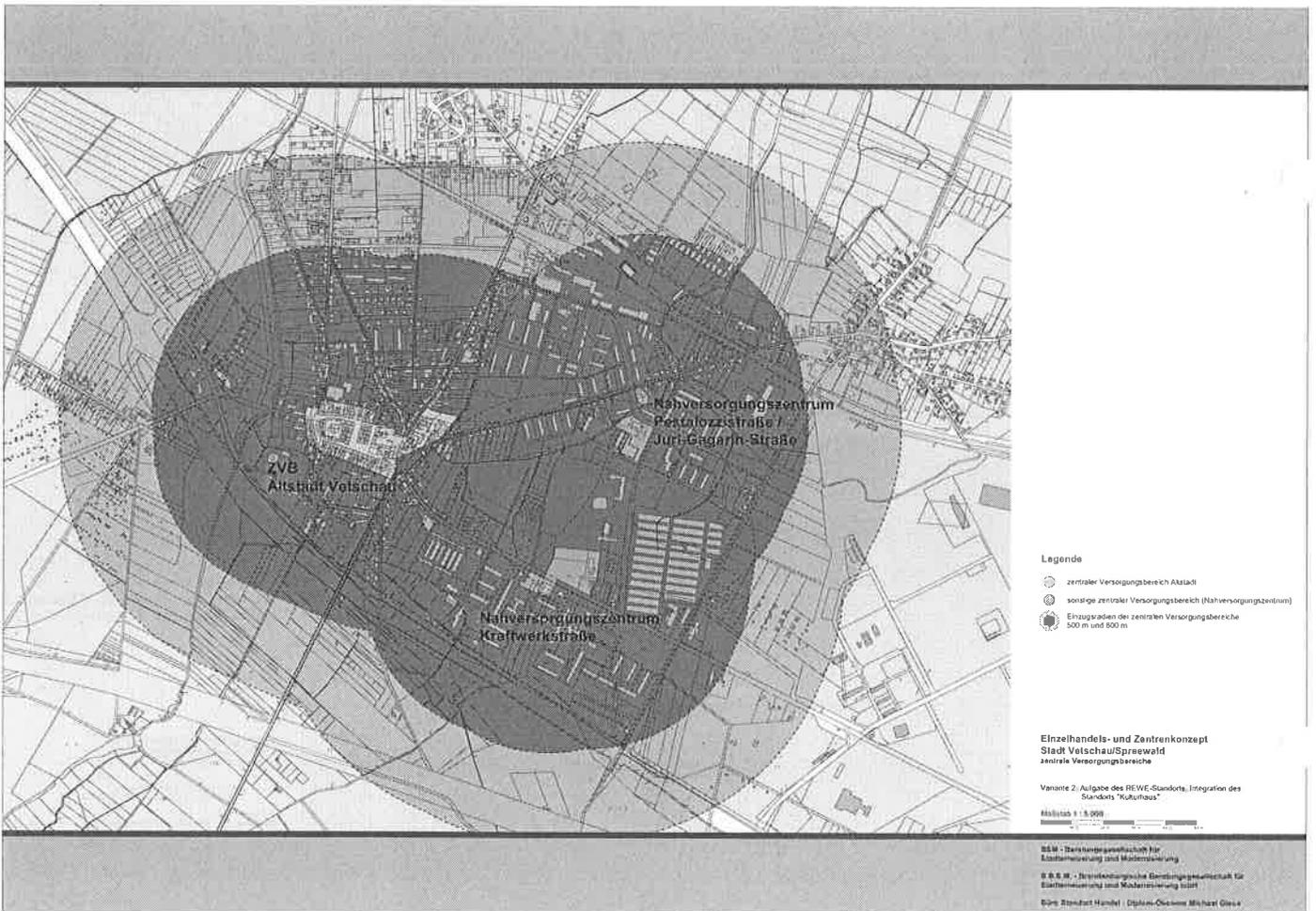
**Einzelhandels- und Zentrenkonzept
Stadt Vetschau/Spreewald
zentrale Versorgungsbereiche**

Variante 1: Neuordnung des REWE-Standorts,
Verbesserung der Anbindung an die Altstadt

Maßstab 1 : 5.000



BSM - Beratungsunternehmen für
Stadtentwicklung und Modernisierung
BSM - Brandenburgische Betriebsgesellschaft für
Stadtentwicklung und Modernisierung mbH
Bore Schmitt (Hans) · Dittus Christian Michael Drees



Legende

- ☉ zentraler Versorgungsbereich Altstadt
- ⊙ sonstige zentraler Versorgungsbereich (Nahversorgungszentrum)
- ⊙ Einzugsradien der zentralen Versorgungsbereiche 500 m und 800 m

**Einzelhandels- und Zentrenkonzept
Stadt Vetschau/Spreewald
zentrale Versorgungsbereiche**

Variante 2: Aufgabe des REWE-Standorts, Integration des Standorts "Kulturhaus"

Maßstab 1 : 5.000

B&B - Dienstleistungsgesellschaft für
Stadtentwicklung und Mobilitätsplanung

B & B - Betriebsunternehmerische Dienstleistungsgesellschaft für
Stadtentwicklung und Mobilitätsplanung

Dipl.-Ing. Bernd Hentschel | Dipl.-Ing. Christian Michael Giese