

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Lübben (Spreewald)

- Endbericht -

08. Oktober 2015



Auftragnehmer

Stadt + Handel

Stadt + Handel

Dipl.-Ing.e Beckmann und Föhler GbR

Hörder Hafenstraße 11
44263 Dortmund

fon 0231. 8626890
fax 0231. 8626891

Beiertheimer Allee 22
76137 Karlsruhe

fon 0721. 14512262
fax 0721. 14512263

Markt 9
04109 Leipzig

fon 0341. 92723942
fax 0341. 92723943
info@stadt-handel.de
www.stadt-handel.de

complan
Kommunalberatung

complan Kommunalberatung GmbH

Voltaireweg 4
14469 Potsdam

fon 0331. 20 151 0
fax 0331. 20 151 11
info@complangmbh.de
www.complangmbh.de

Verfasser:

Dipl.-Ing. Marc Föhler
Sozialwissenschaftler, M.A. Matthias von Popowski
Dipl.-Geogr. Steffen Böttger
Dipl.-Wirtschaftsgeogr. Merten Klementz
Dr. Fabian Schubert
M.Sc. Martin Seidel
M.Sc. Franziska Hamscher

Leipzig/ Potsdam, Oktober 2015
Abbildungen Titelblatt: Stadt + Handel

Inhalt

1	Einführung und Ergebnisübersicht	1
2	Rechtliche Rahmenvorgaben	4
2.1	Rechtliche Einordnung eines Einzelhandelskonzepts	4
2.2	Zentrale Versorgungsbereiche: Planungsrechtliche Einordnung und Festlegungskriterien	4
2.3	Landesplanerische und regionalplanerische Regelungen	9
3	Methodik	15
4	Markt- und Standortanalyse	19
4.1	Trends im Einzelhandel	19
4.2	Räumliche und sozioökonomische Rahmenbedingungen	21
4.3	Angebotsanalyse	24
4.3.1	Hauptgeschäftsbereich Innenstadt	27
4.3.2	Standortbereich Weinbergstraße	38
4.3.3	Standortbereich Postbautenstraße	39
4.3.4	Analyse der Nahversorgungsstruktur in Lübben (Spreewald)	40
4.4	Nachfrageanalyse	43
4.5	Zusammenfassung der Angebots- und Nachfrageanalyse	47
5	Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung	50
5.1	Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen	50
5.1.1	Vorbemerkungen zum ermittelten Entwicklungsrahmen	50
5.1.2	Methodik und Berechnung	51
5.1.3	Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen für Lübben (Spreewald)	59
5.2	Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Lübben (Spreewald)	61
6	Einzelhandelskonzept für Lübben (Spreewald)	63
6.1	Das Zentrumskonzept: Empfehlungen für den zentralen Versorgungsbereich in Lübben (Spreewald)	63
6.1.1	ZVB in der Innenstadt	65
6.1.2	Entwicklungsziele und Empfehlungen für den Zentralen Versorgungsbereich in der Innenstadt	70

6.2	Die Standortbereiche Weinbergstraße und Postbautenstraße in Lübben (Spreewald)	77
6.3	Das Nahversorgungskonzept	77
6.4	Sortimentsliste für die Stadt Lübben (Spreewald) – „Lübbener Liste“	84
6.4.1	Rechtliche Anforderungen	84
6.4.2	Methodische Herleitung	85
6.4.1	Sortimentsliste für die Stadt Lübben (Spreewald) – „Lübbener Liste“	90
6.5	Ansiedlungsleitsätze für die Stadt Lübben (Spreewald)	94
6.5.1	Einordnung und Begründung der Ansiedlungsleitsätze	94
6.5.2	Ansiedlungsleitsätze	95
7	Schlusswort	97
	Anhang	I
	Literatur- und Quellenverzeichnis	III
	Abbildungsverzeichnis	V
	Glossar	VIII

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
Abs.	Absatz
B	Bundesstraße
BAB	Bundesautobahn
BauGB	Baugesetzbuch
BauNVO	Baunutzungsverordnung
BID	Business Improvement District
Bsp.	Beispiel
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht
bzw.	beziehungsweise
d. h.	das heißt
Drog.	Drogeriewaren
EAG Bau	Europarechtsanpassungsgesetz Bau
ehem.	ehemals
EHZK	Einzelhandels- und Zentrenkonzept
einschl.	einschließlich
etc.	et cetera
e. V.	eingetragener Verein
EW	Einwohner
f.	folgende
ff.	fortfolgende
FNP	Flächennutzungsplan
FOC	Factory-Outlet-Center
gem.	gemäß
ggf.	gegebenenfalls
GPK	Warengruppe Glas/Porzellan/Keramik
ha	Hektar
HBT	Haus-, Bett- und Tischwäsche
i. A.	im Auftrag
i. d. R.	in der Regel
i. e. S.	im engeren Sinne
i. H. v.	in Höhe von
inkl.	inklusive
insb.	insbesondere

ISG	Immobilien- und Standortgemeinschaft
i. S. v.	im Sinne von
i. V. m.	in Verbindung mit
IZ	Innenstadtzentrum
Kap.	Kapitel
KB	Kammerbezirk der Industrie- und Handelskammer
Kfz	Kraftfahrzeug
Km	Kilometer
LEP B-B.....	Landesentwicklungsplan Berlin Brandenburg
m	Meter
m ²	Quadratmeter
max.	maximal
mind.	mindestens
Mio.	Millionen
MIV	motorisierter Individualverkehr
Mrd.	Milliarden
MWE.....	Ministerium für Wirtschaft und Europaangelegenheiten des Landes Brandenburg
niL	städtebaulich nicht integrierte Lage
Nr.	Nummer
NuG	Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel
NVZ	Nahversorgungszentrum
ÖPNV	öffentlicher Personennahverkehr
OVG	Oberverwaltungsgericht
o. g.	oben genannt
PBS	Warengruppe Papier/Bürobedarf/Schreibwaren
Pkw	Personenkraftwagen
rd.	rund
S.	Satz
SB (SB-Warenhaus)	Selbstbedienung
siL	sonstige städtebaulich integrierte Lage
sog.	sogenannt
SPNV	Schienenpersonennahverkehr
s. u.	siehe unten
Tab.	Tabelle
u. a.	unter anderem

- u. ä. und ähnliches
- UEC Urban Entertainment Center
- usw. und so weiter
- u. U. unter Umständen
- v. a. vor allem
- VerfGH Verfassungsgerichtshof
- VGH Verwaltungsgerichtshof
- vgl. vergleiche
- VKF Verkaufsfläche
- WZ Warengruppenverzeichnis des Statistischen Bundesamtes
- ZEF zentrenergänzende Funktionen
- ZVB zentraler Versorgungsbereich
- z. B. zum Beispiel
- z. T. zum Teil
- z. Z. zurzeit

1 Einführung und Ergebnisübersicht

Der Einzelhandel unterliegt seit Jahren einer deutlichen Dynamik. Dieser bundesweit zu verzeichnende Trend ist auch für den Einzelhandel in der Stadt Lübben (Spreewald) zu erkennen. Ursachen dieser Dynamik bei Einzelhandelsansiedlungen, -verlagerungen und Betriebsaufgaben sind einerseits lokale Strukturmerkmale der Angebots- wie auch der Nachfrageseite, andererseits der bundesweit wirksame Strukturwandel im Einzelhandel mit den unvermindert zu beobachtenden Konzentrationsprozessen auf Unternehmerseite, der Entwicklung neuer Betriebstypen und vor allem den stetig veränderten Standortanforderungen.

Den betriebswirtschaftlich bedingten Entwicklungen stehen landesplanerische und städtebauliche Zielvorstellungen auf Basis gesetzlicher Grundlagen verschiedener räumlicher Ebenen und aufgrund politischer Beschlüsse gegenüber, die mit den Vorstellungen der Einzelhandelsanbieter sowie der Investoren in Einklang zu bringen sind.

Die Stadt Lübben (Spreewald) beabsichtigt, die Weiterentwicklung der gesamtstädtischen Zentrums- und Einzelhandelsstruktur auf eine entsprechend tragfähige wie auch städtebaulich-funktional ausgewogene sowie schließlich rechtssichere Gesamtkonzeption zu gründen. Hierdurch soll die Leitfunktion des Einzelhandels stabilisiert bzw. ausgebaut und dadurch die Vitalität und Attraktivität der Innenstadt gesichert werden. Nicht zuletzt soll durch die Gesamtkonzeption eine funktionierende wohnortnahe Grundversorgung gesichert und verbessert werden.

Um eine ausgewogene Einzelhandelsstruktur in Lübben (Spreewald) zu sichern und dauerhaft zu stärken, stellt das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept Empfehlungen und Umsetzungsinstrumente primär für die kommunale Baugenehmigungspraxis und die örtliche Bauleitplanung zur Verfügung. Zudem enthält dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzept jedoch auch Leistungsbausteine, die für weitere Adressaten von Interesse sein können: die Wirtschaftsförderung, die örtlichen Händlergemeinschaften und das Stadtmarketing, die Einzelhändler und Handelsunternehmen, Kunden bzw. Kundenvertreter, Immobilieneigentümer und Ansiedlungsinteressierte.

Im Einzelnen wird im Einzelhandelskonzept zunächst der aktuelle Zustand der Einzelhandelsstruktur in Lübben (Spreewald) für alle relevanten Standorte und für alle angebotenen Warengruppen beschrieben und bewertet. Die Analyse legt folgende Standortstärken, aber auch gewisse Handlungsbedarfe zur Einzelhandelsstruktur offen:

Stärken und Potenziale der Einzelhandelsstruktur in Lübben (Spreewald)

- Die Stadt Lübben (Spreewald) verfügt mit 2,62 m² VKF je Einwohner im Vergleich zu Deutschland (rd. 1,52 m²/ EW) und Brandenburg (rd. 1,79 m²/ EW) über deut-

lich überdurchschnittliche Ausstattungskennwerte in Bezug auf die vorhandene Einzelhandelsverkaufsfläche.

- Mit rd. 84 % befindet sich ein überwiegender Anteil der rd. 36.500 m² Verkaufsfläche Lübbens (Spreewald) in zentralen Versorgungsbereichen oder städtebaulich integrierten Lagen.
- Durch zusätzliche Bindung von Kaufkraft aus umliegenden Städten und Gemeinden im Mittelbereich ergibt sich ein Zentralitätswert von 116 %, sortimentsbezogen sind hinsichtlich der Kaufkraftbindung aber deutliche Unterschiede erkennbar.
- Die Stadt bietet insgesamt ein gutes Angebot der Nahversorgung und speziell in der Kernstadt eine flächendeckende fußläufige Nahversorgung, im zentralen Versorgungsbereich in der Innenstadt mangelt es jedoch an einem Magnetbetrieb mit Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel.
- Ein großes Potenzial als Frequenzbringer kommt dem südlich des Hauptgeschäftsbereichs am Ernst-von-Houwald-Damm gelegenen überregional ausstrahlenden touristischen Zentrum zu.

Besondere Handlungsbedarfe in Lübben (Spreewald)

- Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau liegt mit 90,8 % (Stand 2015) sowohl unter dem Durchschnitt des Landes Brandenburg (rd. 93 %) als auch unter dem Durchschnitt des Bundes (100).
- Lübben (Spreewald) verzeichnete seit dem Jahr 2003 eine anhaltend negative Bevölkerungsentwicklung. So ist seit 2003 ein Bevölkerungsrückgang von rd. 7 % zu beobachten. Seit Januar 2014 ist eine leicht positive Bevölkerungsentwicklung festzustellen.
- In der Innenstadt gibt es lediglich zwei Betriebe mit mehr als 200 m² Verkaufsfläche; größere Magnetbetriebe fehlen. Die kleinteiligen Gebäude- und Geschäftsstrukturen erschweren die Ansiedlung von Magnetbetrieben und die Etablierung leistungsfähiger Anbieter.
- Trotz erfolgreicher Maßnahmen zur Umgestaltung und Sanierung der Innenstadt bestehen noch einige sanierungsbedürftige Gebäude, die sich auf das Stadtbild auswirken.

Auf Basis der Strukturanalysen werden im vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzept zur Sicherung und Fortentwicklung der Einzelhandelsstandorte in Lübben (Spreewald) folgende übergeordnete, gesamtstädtische Entwicklungszielstellungen hergeleitet:

1. Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs in der Innenstadt
2. Sicherung und Stärkung der Nahversorgung

In Verbindung mit diesen Zielstellungen werden schließlich konkrete Empfehlungen zur gesamtstädtischen Zentrums- und Standortstruktur des Einzelhandels in Lübben (Spree-wald) entwickelt. Gleichzeitig wird zudem die Lübbener Liste zentrenrelevanter Sortimente (Sortimentsliste) aufgestellt. Wesentliches Ergebnis dieser Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts sind nicht zuletzt die sogenannten Ansiedlungsleitsätze in Form klar formulierter Entwicklungsempfehlungen, die insbesondere vorhabensspezifische Zulässigkeitsentscheidungen und rechtssichere bauleitplanerische Festsetzungsmöglichkeiten vorbereiten.

Aufgrund der Tragweite der Empfehlungen und Konzeptbausteine für die künftige Stadtentwicklung wurden die wichtigen Zwischenschritte und die erarbeiteten Empfehlungen nicht allein zwischen den erstellenden Planungs- und Gutachterbüros und der Verwaltung abgestimmt, sondern in einem breit besetzten, begleitenden Arbeitskreis und einer Bürgerwerkstatt erörtert. Auf diese Weise wurde im Erarbeitungsprozess sichergestellt, dass alle relevanten Aspekte in die Bearbeitung einfließen und auch die besonderen örtlichen Gegebenheiten und Belange der Händlerschaft in Lübben (Spree-wald) Berücksichtigung finden.

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Lübben (Spree-wald) soll als politisch gestützter Fachbeitrag¹ eine grundlegende und strategische Arbeitsbasis für die Bauleitplanung und den Stadtentwicklungsprozess der nächsten Jahre bilden.

¹ Im Sinne eines städtebaulichen Entwicklungskonzepts nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB; wesentliche Voraussetzung für die gewinnbringende Nutzung des Einzelhandelskonzepts ist u. a. der politische Beschluss dieses Konzepts.

2 Rechtliche Rahmenvorgaben

Nach einführenden Hinweisen zur rechtlichen Einordnung von Einzelhandelskonzepten werden die Abgrenzung und der Schutz der sog. zentralen Versorgungsbereiche vertieft erörtert. Auch die darauf zielende Sortimentsliste sowie ergänzende landes- und regionalplanerische Vorgaben werden nachfolgend skizziert.

2.1 Rechtliche Einordnung eines Einzelhandelskonzepts

Die räumlich-funktionale Steuerung der Einzelhandelsstruktur obliegt der Hoheit der Kommune: durch das Bau- und Planungsrecht ist sie mit Befugnissen ausgestattet, die Standortwahl von Handelsbetrieben im Sinne gesamtstädtisch gewinnbringender Grundsätze zu steuern, ohne jedoch Konkurrenzschutz oder Marktprotektionismus zu betreiben. Durch die kommunale Genehmigungspraxis und Bauleitplanung kann die öffentliche Hand aktiv Einfluss darauf nehmen, den für die Bürger und Besucher interessanten Nutzungsmix der Innenstadt, in Nebenzentren und an Nahversorgungs- und Ergänzungsstandorten dauerhaft zu stabilisieren und auszubauen.

Jede Steuerung von Bauvorhaben mittels Genehmigungsverfahren bzw. der Bauleitplanung bedarf einer aus dem Bauplanungsrecht abgeleiteten, sorgfältig erarbeiteten Begründung. Da die Steuerung im Einzelfall auch eine Untersagung oder eine Einschränkung von Vorhaben bedeuten kann, werden an die Begründung dieses hoheitlichen Handelns bestimmte rechtsstaatliche Anforderungen gestellt. Im Zentrum der kommunalen Steuerungsbemühungen müssen stets raumordnerische oder städtebauliche – also bodenrechtliche – Aspekte stehen, zu denen insbesondere der Schutz zentraler Versorgungsbereiche (ZVB) gehört.

Rechtliche Grundlagen für das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept sind das BauGB und die BauNVO sowie die dazu ergangene Rechtsprechung.

Der Bundesgesetzgeber hat mit der Novelle des BauGB zu Beginn des Jahres 2007 den Stellenwert kommunaler Einzelhandelskonzepte im Rahmen der Bauleitplanung weiter gestärkt. Nachdem sie bereits als besonderer Abwägungsbelang in § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB verankert waren, stellen sie neuerdings auch in § 9 Abs. 2a BauGB (einfache Innenbereichs-Bebauungspläne zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche) eine wesentliche Abwägungsgrundlage dar.

2.2 Zentrale Versorgungsbereiche: Planungsrechtliche Einordnung und Festlegungskriterien

Die Innenstädte, die städtischen Nebenzentren und Nahversorgungszentren sind als Ausprägung zentraler Versorgungsbereiche städtebaurechtliches Schutzgut im Sinne des BauGB und der BauNVO. An ihre Bestimmung bzw. Abgrenzung werden rechtliche Anforderungen gestellt, die sich aus den neuerlich geänderten bundesrechtlichen Normen und vor allem aus der aktuellen Rechtsprechung ergeben. Der räumlich abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich der Stadt Lübben (Spreewald) bildet die essentielle Grund-

lage zur Konkretisierung der bauleitplanerischen Umsetzung der empfohlenen Einzelhandelsentwicklung.

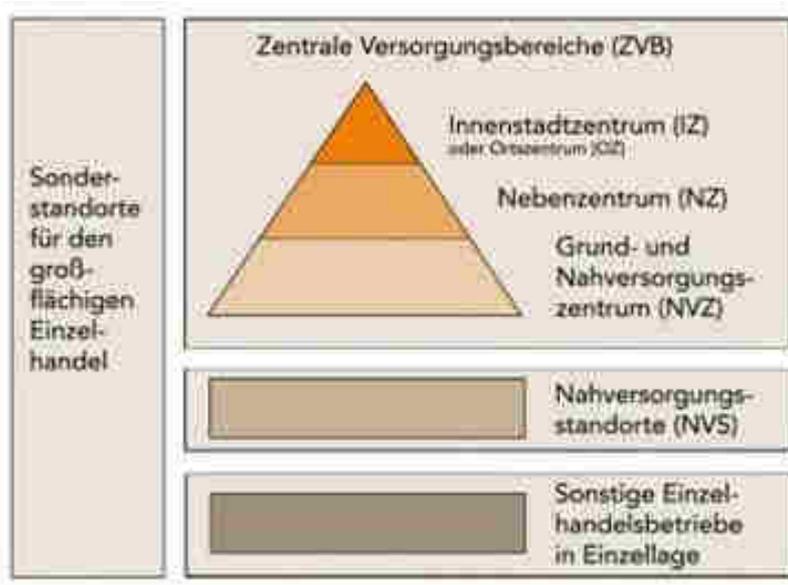
Entwicklungen in Planungsrecht und Rechtsprechung

Der Begriff der zentralen Versorgungsbereiche ist schon länger Bestandteil der planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO) und beschreibt diejenigen Bereiche, die aus städtebaulichen Gründen vor mehr als unwesentlichen Auswirkungen bzw. vor Funktionsstörungen geschützt werden sollen. Durch das Europarechtsanpassungsgesetz Bau (EAG Bau) wurde der Begriff im Jahr 2004 in den bundesrechtlichen Leitsätzen zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB) sowie den planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich ergänzend verankert (§ 34 Abs. 3 BauGB). Durch die Novellierung des BauGB zum 01.01.2007 wurde die „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ schließlich auch zum besonders zu berücksichtigenden Belang der Bauleitplanung erhoben (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB). Das Sicherungs- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche berechtigt nunmehr zur Aufstellung einfacher Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB.

Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche

In der planerischen Praxis der Zentrendefinition ergibt sich je nach Größe und Struktur einer Kommune bei größeren Kommunen ein hierarchisch abgestuftes kommunales System aus einem Innenstadtzentrum, aus Nebenzentren sowie Grund- bzw. Nahversorgungszentren (vgl. folgende Abbildung). Zusammen mit den übrigen Einzelhandelsstandorten im Stadtgebiet bilden die zentralen Versorgungsbereiche das gesamtstädtische Standortsystem.

Abbildung 1: Das hierarchisch abgestufte System zentraler Versorgungsbereiche (modellhaft)



Quelle: Eigene Darstellung.

Der Bundesgesetzgeber erläutert zu zentralen Versorgungsbereichen, dass sich ihre Festlegung

- aus planerischen Festsetzungen in Bauleitplänen und Festlegungen in Raumordnungsplänen,
- aus sonstigen städtebaulichen oder raumordnerischen Konzepten (also insbesondere Einzelhandelskonzepten),

oder aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen ergeben kann.²

Nach Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts sind zentrale Versorgungsbereiche i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB räumlich abgrenzbare Bereiche einer Stadt, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt³.

Bei der Beurteilung, ob ein Versorgungsbereich einen zentralen Versorgungsbereich i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB bildet, bedarf es einer wertenden Gesamtbetrachtung der städtebaulich relevanten Gegebenheiten. Entscheidend für die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs ist, dass der Bereich eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat und die Gesamtheit der dort vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereichs und auf Grund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung

² Vgl. Begründung zum Europarechtsanpassungsgesetz Bau 2004. Bundestagsdrucksache 15/2250, S. 54.

³ Vgl. BVerwG Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07.

in der Lage sind, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereichs – sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- oder Nahversorgung – zu erfüllen⁴.

Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereichs setzt demnach eine integrierte Lage voraus. Ein isolierter Standort mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben bildet keinen zentralen Versorgungsbereich, auch wenn dieser über einen weiteren Einzugsbereich verfügt und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllt⁵.

Tabelle 1: Zentrale Versorgungsbereiche (ZVB)

Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein

- räumlich abgrenzbarer Bereich,
- der nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine zentrale Funktion für einen bestimmten Einzugsbereich übernimmt,
- eine integrierte Lage aufweist und durch vorhandene Einzelhandelsnutzung - häufig ergänzt durch Dienstleistung- und Gastronomieangebot - geprägt ist.

Quelle: Eigene Darstellung.

Grundsätzlich geht es dem Bundesgesetzgeber zufolge bei dem Schutz und der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche im Kern darum, die Innenentwicklung und die Urbanität der Städte zu stärken und damit angesichts des demografischen Wandels und der geringeren Mobilität älterer Menschen auch die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung zu sichern.⁶

Sind die Definition und hierarchische Struktur von zentralen Versorgungsbereichen durch die erläuterte Rechtsprechung hinreichend gegeben, fehlen allgemein gültige Kriterien für eine räumliche Abgrenzung. Insbesondere für die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche im Rahmen von Einzelhandelskonzepten sind diese unabdingbar, um eine transparente Vorgehensweise zu gewährleisten. In diesem Zusammenhang ist der konkrete Bezugsraum für die vom Gesetzgeber vorgesehene Schutzfunktion zu berücksichtigen. Wird im Rahmen des § 34 Abs. 3 BauGB auf die faktischen (tatsächlichen) Gegebenheiten abgestellt, ist hiervon abweichend bei der Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen im Rahmen eines Einzelhandelskonzepts auch der Erhalt und die **Entwicklung** (i. S. d. § 1 Abs. 6 Nr. 4 und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a sowie § 11 Abs. 3 BauNVO) solcher zu betrachten.

Im Rahmen der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche werden daher – ausgehend von der Leitfunktion des Einzelhandels unter Berücksichtigung einer gewissen erforderlichen Nutzungsmischung und -dichte – folgende Kriterien zur Festlegung für zentrale Versorgungsbereiche zugrunde gelegt:

⁴ Vgl. BVerwG Beschluss vom 20. November 2006 – AZ: 4 B 50.06.

⁵ Vgl. BVerwG Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07.

⁶ Vgl. Gesetzentwurf zur BauGB-Novelle 2007. Bundestagsdrucksache 16/2496, S. 10.

Tabelle 2: Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche (ZVB)

Aspekte des Einzelhandels:
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Warenspektrum, Branchenvielfalt, räumliche Dichte und Anordnung des Einzelhandelsbesatzes, ▪ aktuelle und/ oder zukünftig vorgesehene Versorgungsfunktion des Zentrums (räumlich und funktional).
Sonstige Aspekte:
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Art und Dichte ergänzender öffentlicher wie privater Einrichtungen (wie etwa Dienstleistungen und Verwaltung, Gastronomie, Bildung und Kultur etc.), ▪ städtebauliche Gestaltung und Dichte, stadthistorische Aspekte sowie Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raums, ▪ integrierte Lage innerhalb des Siedlungsgebiets, ▪ verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz, verkehrliche Erreichbarkeit für sonstige Verkehrsträger, bedeutende Verkehrsanlagen wie etwa Busbahnhöfe und Stellplatzanlagen, ▪ ggf. Einbezug potenzieller und städtebaulich vertretbarer Entwicklungsareale auch in Abhängigkeit von der empfohlenen Funktionszuweisung.

Quelle: Eigene Darstellung.

In diesem Einzelhandels- und Zentrenkonzept werden Stärken und Schwächen der Einkaufsstandorte ergänzend untersucht. Zur Darstellung der Gesamtattraktivität des zentralen Versorgungsbereiches werden ggf. auch Leerstände von Ladenlokalen und erkennbare städtebauliche Missstände im Zentrum erfasst – sie verdichten qualitativ wie auch quantitativ die städtebaulich-funktionale Bewertungsgrundlage.⁷

Eine sinnvolle Begrenzung in ihrer Ausdehnung erfahren zentrale Versorgungsbereiche stets dadurch, dass Flächen, die nicht mehr im unmittelbaren, fußläufig erlebbaren städtebaulich-funktionalen Zusammenhang mit den zentralen Bereichen eines Zentrums stehen und deren mögliche Entwicklung nicht mehr zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs *als Ganzem* beitragen würden, nicht in die zentralen Versorgungsbereiche einbezogen werden sollten. Aus diesem Grunde werden auch städtebauliche Barrieren näher untersucht, die eine Begrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs begründen können.⁸

⁷ Das Bundesverwaltungsgericht hat die Auffassung des OVG Münster bestätigt, wonach die Verträglichkeitsbewertung zu Vorhaben in Bezug auf zentrale Versorgungsbereiche im Einzelfall auch die konkrete städtebauliche Situation des betroffenen Versorgungsbereichs einbeziehen sollte, etwa wenn ein zentraler Versorgungsbereich durch Leerstände besonders empfindlich gegenüber zusätzlichen Kaufkraftabflüssen ist (vgl. BVerwG, Urteil 4 C 7.07 vom 11.10.2007).

⁸ Als städtebauliche Barrieren wirken etwa Bahnanlagen, Gewässer, stark befahrene Hauptverkehrsstraßen, Hangkanten, Höhenversätze, nicht zugängliche Areale wie etwa größere Gewerbebetriebe oder Industrieanlagen usw.

Die größeren zentralen Versorgungsbereiche einer Kommune können in innere Lagekategorien unterteilt werden,

- da insbesondere in größeren zentralen Versorgungsbereichen nicht sämtliche Teilbereiche eine homogene Nutzungsstruktur aufweisen,
- da nicht alle Teilbereiche künftig gleichermaßen für die verschiedenen Zentrennutzungen geeignet sind,
- und um die Zielgenauigkeit der städtebaulich-funktionalen Entwicklungsempfehlungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts zu erhöhen.

Grundsätzlich sollte die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs parzellenscharf vorgenommen werden, um der Anforderung späterer Bauleitplanverfahren an eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit gerecht zu werden. Von einer parzellenscharfen Abgrenzung sollte in begründeten Einzelfällen abgewichen werden, etwa wenn

- kartografische Parzellenstrukturen nicht (mehr) mit realen Grundstücksnutzungen übereinstimmen (insofern ist neben der Parzellenstruktur auch die Baulichkeit vor Ort zugrunde zu legen),
- in einem Bereich homogener Grundstückszuschnitte bestimmte einzelne Grundstücke den Rahmen sprengen, also etwa gegenüber der Mehrzahl der anderen besonders tief geschnitten sind, und daher nur in Teilen zum zentralen Versorgungsbereich hinzugefügt werden sollten,
- oder wenn potentielle, empfohlene Entwicklungsflächen nur angeschnitten werden.

2.3 Landesplanerische und regionalplanerische Regelungen

Eine wichtige Grundlage der kommunalen Einzelhandelssteuerung bilden trotz der kommunalen Planungshoheit die landes- und regionalplanerischen Vorgaben. Die kommunale Bauleitplanung hat deren Ziele und Grundsätze entsprechend der lokalen Gegebenheiten zu beachten bzw. zu berücksichtigen. Im Folgenden sind die für die Entwicklung des Einzelhandels in Lübben (Spreewald) wesentlichen Vorgaben aus der Landesplanung und der Regionalplanung beschrieben.

Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg 2009⁹

Die Stadt Lübben (Spreewald) ist im Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg (LEP B-B) als Mittelzentrum ausgewiesen.¹⁰ In Brandenburg ist die Ausweisung der zentralen Orte durch die Landesplanung im LEP B-B abschließend und endgültig. Eine weitere Konkretisierung von Zentren der Nahbereichsstufe (Grundzentren) durch die Regionalen Planungsgemeinschaften wird in Brandenburg nicht mehr vorgenommen, Mittelzentren stellen somit die niedrigste Stufe der Zentralörtlichkeit dar, denen eine besondere Versorgungsfunktion für den jeweils zugeordneten Mittelbereich zukommt. Dem Mittelbereich der Stadt Lübben (Spreewald) sind nach dem LEP B-B die amtsfreien Gemeinden/Ämter Lübben (Spreewald), Luckau, Heideblick, Märkische Heide, Amt Golßener Land, Amt Unterspreewald und dem Amt Lieberose/Oberspreewald zugehörig (vgl. nachfolgende Abbildung).

Abbildung 2: Versorgungsbereich für das Mittelzentrum Lübben (Spreewald)



Quelle: Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Ministerium für Infrastruktur und Raumordnung 2009, S. 30

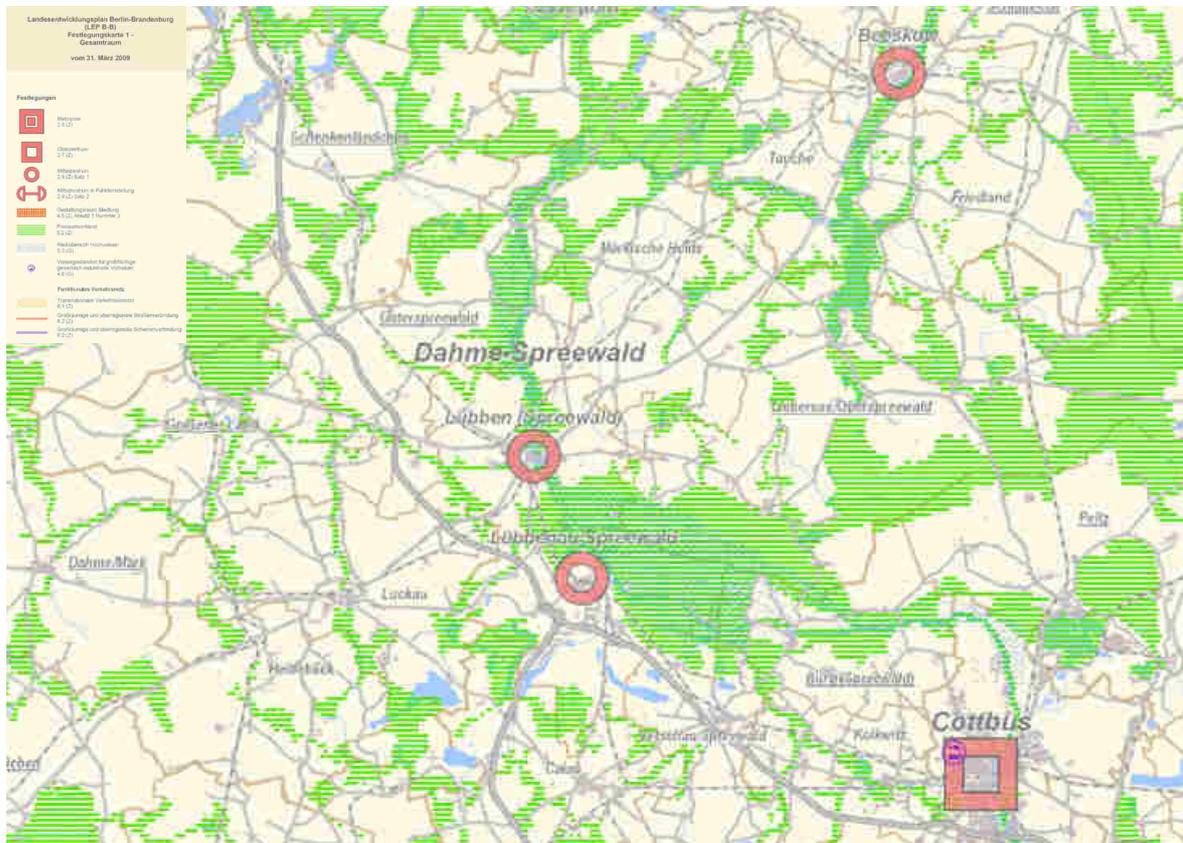
⁹ Mit dem Urteil des Oberverwaltungsgerichts Berlin-Brandenburg vom 16. Juni 2014 – OVG 10 A 8.10 – wurde der Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg (31.3.2009) für unwirksam erklärt. Dieser wurde am 2. Juni 2015 mit der Verkündung der Verordnung über den Landesentwicklungsplan B-B jedoch wieder in Kraft gesetzt.

¹⁰ Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Ministerium für Infrastruktur und Raumordnung 2009, S. 16ff

Der Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg enthält die im Folgenden dargestellten Ziele und Grundsätze zu großflächigen Einzelhandelsvorhaben, die bei der Erstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Stadt Lübben (Spreewald) Beachtung finden:

- *„Großflächige Einzelhandelseinrichtungen im Sinne von § 11 Absatz 3 der Baunutzungsverordnung (BauNVO) sind vorbehaltlich des Absatzes 6 nur in Zentralen Orten zulässig (Konzentrationsgebot). [4.7 (Z) Abs. 1]*
- *Großflächige Einzelhandelseinrichtungen dürfen nach Art, Lage und Umfang die Entwicklung und Funktion benachbarter Zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung nicht beeinträchtigen (raumordnerisches Beeinträchtigungsverbot). [4.7 (Z) Abs. 2]*
- *Neue oder zu erweiternde großflächige Einzelhandelseinrichtungen müssen dem zentralörtlichen Versorgungsbereich und der zentralörtlichen Funktion entsprechen (Kongruenzgebot). [4.7 (Z) Abs. 3]*
- *Hersteller-Direktverkaufszentren mit einer Verkaufsfläche von mehr als 5.000 Quadratmeter sind nur in der Metropole Berlin und in Oberzentren zulässig. [4.7 (Z) Abs. 4]*

Abbildung 3: Lübben (Spreewald) und umgebende Zentren



Quelle: Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Ministerium für Infrastruktur und Raumordnung 2009, S. 93

- Vorhandene oder genehmigte großflächige Einzelhandelseinrichtungen, die im Widerspruch zu den Absätzen 1 bis 4 stehen, können verändert werden, wenn hierdurch die genehmigte Verkaufsfläche sowohl insgesamt als auch für zentrenrelevante Sortimente (Tabelle 4 Nummer 1) nicht erhöht wird. Durch die Veränderung darf keine Umwandlung zu einem Hersteller-Direktverkaufszentrum im Sinne von Absatz 4 erfolgen. [4.7 (Z) Abs. 5]
- Die Errichtung oder Erweiterung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen ist abweichend von Absatz 1 außerhalb Zentraler Orte zulässig, wenn das Vorhaben ganz überwiegend der Nahversorgung dient und der Standort in einem Städtischen Kernbereich im Sinne von Plansatz 4.8 (G) Absatz 2 oder in einem wohngebietsbezogenen Versorgungsbereich liegt. Vorhaben außerhalb Zentraler Orte dienen ganz überwiegend der Nahversorgung, wenn die gesamte vorhabensbezogene Verkaufsfläche 2.500 Quadratmeter nicht überschreitet und auf mindestens 75 Prozent der Verkaufsfläche nahversorgungsrelevante Sortimente nach Tabelle 4 Nummer 1.1 angeboten werden. [4.7 (Z) Abs. 6]¹¹

¹¹ Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Ministerium für Infrastruktur und Raumordnung 2009, S. 20.

Neben den dargestellten Zielen enthält der Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg folgende Grundsätze zu großflächigen Einzelhandelsvorhaben, die zu berücksichtigen sind:

- *„Innerhalb Zentraler Orte sollen großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevanten Sortimenten gemäß Tabelle 4 Nummer 1 nur auf Standorten in Städtischen Kernbereichen entwickelt werden (Integrationsgebot). [4.8 (G) Abs. 1]*
- *Städtische Kernbereiche sind gewachsene zentrale Lagen im Siedlungsbereich Zentraler Orte, die in enger räumlicher Nachbarschaft wesentliche zentrenbildende Funktionen (z. B. Einzelhandel, Verwaltung, Kultur, Dienstleistung) konzentrieren, sowie im Einzelfall die Versorgungszentren großer Wohngebiete, wenn diese eine über die Nahversorgung hinausgehende Funktion haben. Städtische Kernbereiche sind regelmäßig die Innenstädte oder Ortskerne sowie in der Metropole Berlin und den Oberzentren auch weitere städtische Kerne, die durch eine gute Verkehrsanbindung, insbesondere im Öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV), sowie die Lokalisierung weiterer privater und öffentlicher Dienstleistungen gekennzeichnet sind. [4.8 (G) Abs. 2]*
- *Die Städtischen Kernbereiche der Zentralen Orte, für die ein Gestaltungsraum Siedlung festgelegt ist, sowie der besondere Städtische Kernbereich „BBI Airport City“ sind in der Festlegungskarte 2 als Symbole festgelegt. [4.8 (G) Abs. 3]*
- *Vorhandene oder genehmigte großflächige Einzelhandelseinrichtungen außerhalb Städtischer Kernbereiche im Sinne der Absätze 1 bis 3 können verändert werden, wenn hierdurch die genehmigte Verkaufsfläche sowohl insgesamt als auch für zentrenrelevante Sortimente (Tabelle 4 Nummer 1) nicht erhöht wird und keine Umwandlung zu einem Hersteller-Direktverkaufszentrum im Sinne von Plansatz 4.7 (Z) Absatz 4 erfolgt. [4.8 (G) Abs. 4]*

In der Stadt Lübben (Spreewald) sind nach dem LEP B-B keine Städtischen Kernbereiche ausgewiesen.

- *Die Errichtung oder Erweiterung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen ist abweichend von Absatz 1 in den Zentralen Orten auch außerhalb der Städtischen Kernbereiche zulässig, wenn das Vorhaben ganz überwiegend der Nahversorgung dient und der Standort in einem wohngebietsbezogenen Versorgungsbereich liegt. Vorhaben außerhalb Städtischer Kernbereiche dienen ganz überwiegend der Nahversorgung, wenn die gesamte vorhabensbezogene Verkaufsfläche in der Metropole und in den Oberzentren 5.000 Quadratmeter sowie in den Mittelzentren 2.500 Quadratmeter nicht überschreitet und auf mindestens 75 Prozent der Verkaufsfläche nahversorgungsrelevante Sortimente nach Tabelle 4 Nummer 1.1 angeboten werden. [4.8 (G) Abs. 5]*
- *Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment (Tabelle 4 Nummer 2) sind in Zentralen Orten auch außerhalb der*

Städtischen Kernbereiche zulässig, sofern die vorhabensbezogene Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente 10 Prozent nicht überschreitet. [4.9 (G)]¹²

Regionalplan Lausitz-Spreewald 1997

Nach dem Regionalplan Lausitz-Spreewald soll das Mittelzentrum Lübben/Spreewald „in seinen Funktionen und seiner Orientierung auf den Verflechtungsbereich des südlichen Landkreises Dahme-Spreewald ausgerichtet werden, um eine Konkurrenzsituation mit dem nahegelegenen Mittelzentrum Lübbenau/Spreewald zu vermeiden“ [2.2.1.7]¹³

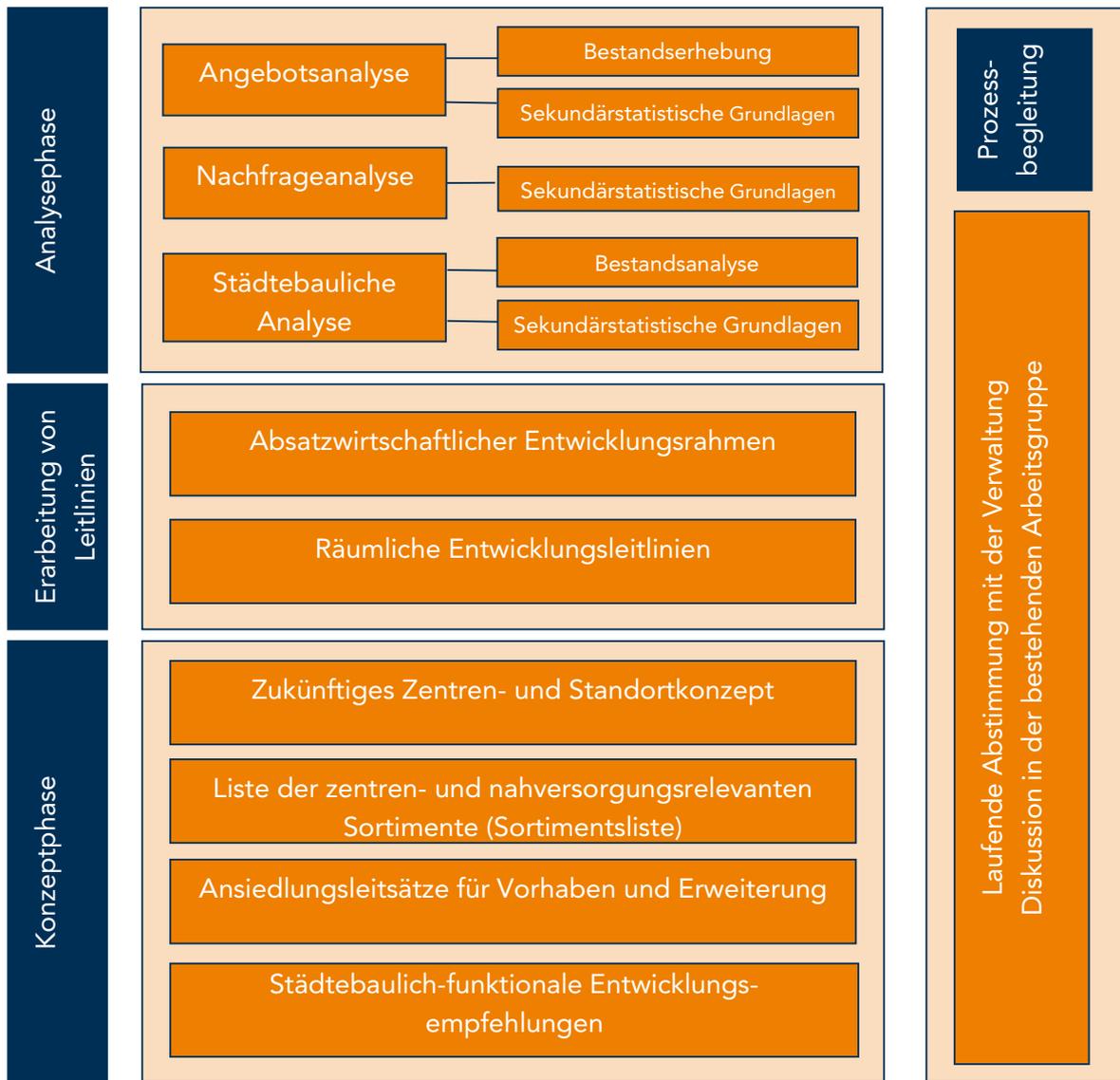
¹² Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Ministerium für Infrastruktur und Raumordnung 2009, S. 20.

¹³ Regionale Planungsgemeinschaft Lausitz-Spreewald 1997

3 Methodik

Um die Untersuchungsfragen, die der Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts zugrunde liegen, beantworten zu können, sind verschiedene aufeinander folgende Erarbeitungsschritte erforderlich. In diese Erarbeitungsschritte sind analytische und bewertende Leistungsbausteine eingebunden, die wiederum auf mehrere primärstatistische empirische Erhebungen zurückgreifen.

Abbildung 4: Erarbeitungsschritte Einzelhandels- und Zentrenkonzept



Quelle: Eigene Darstellung.

Zur Erfassung und Bewertung der Angebots- und Nachfragesituation sowie der städtebaulichen Standortmerkmale wurden im Rahmen des Einzelhandels- und

Zentrenkonzepts folgende empirische Bausteine zugrunde gelegt und aufeinander abgestimmt:

Abbildung 5: Übersicht über die verwendeten empirischen Erhebungsbausteine

	Datengrundlage	Zeitraum	Methode	Inhalt
Bestands- erhebung	VKF-Erhebung durch Stadt + Handel/ complan	01/2015	flächendeckende Vollerhebung	Standortdaten Verkaufsfläche und Sortimente aller Einzelhandelsbetriebe Leerstände städtebauliche Analyse
	ZEF-Erhebung durch Stadt + Handel/ complan	01/2015	Erhebung in möglichen ZVB	zentrenergänzende Funktionen

Quelle: Eigene Darstellung.

Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe

Die Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe wurde im Januar 2015 für die Stadt Lübben (Spreewald) und in den Ortsteilen Lübbens (Spreewald) flächendeckend durchgeführt. Es liegt somit eine aktuelle Vollerhebung des Ladeneinzelhandels vor. Wegen der grundsätzlichen Bedeutung für die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Untersuchungen sind neben dem Ladeneinzelhandel auch Betriebe des Lebensmittelhandwerks (z. B. Fleischer, Bäcker), Tankstellenshops sowie Kioske erfasst worden. Darüber hinaus sind Ladenleerstände – soweit eine vorherige Einzelhandels- oder ladenähnliche Dienstleistungsnutzung erkennbar war – als wichtiger Indikator der Einzelhandelsstruktur und städtebaulicher Implikationen in zentralen Bereichen aufgenommen worden.

Bei der durchgeführten Erhebung wurden neben der Lage der Betriebe zwei zentrale Messgrößen erfasst: Zum einen wurden die Verkaufsflächen der einzelnen Anbieter erfasst, um die tatsächlichen Angebotsverhältnisse sowohl der Kern- als auch Nebensortimente realitätsnah abbilden zu können. Zum anderen wurden die Warensortimente differenzierter aufgeschlüsselt und ermöglichen so – mit Blick auf die Identifizierung zentrenrelevanter Sortimente – eine hinreichend konkrete Steuerung des Einzelhandels.

Zur Ermittlung der Verkaufsflächen sind Betriebsbegehungen durchgeführt worden; die Gesamtverkaufsfläche (VKF) ist differenziert nach innen und außen liegender VKF ermittelt worden. Dabei ist je nach Situation entweder die eigenständige Vermessung der VKF oder die persönliche Befragung des Personals bzw. des Inhabers/ Geschäftsführers in Betracht gezogen worden. Die aktuelle Rechtsprechung zur Verkaufsflächendefinition des Bundesverwaltungsgerichts¹⁴ vom November 2005 findet dabei Anwendung. Per-

¹⁴ Vgl. BVerwG, Urteil vom 24.11.2005 - AZ: 4 C 10.04.

sönlich erfragte Verkaufsflächen wurden grundsätzlich auch auf ihre Plausibilität hin überprüft und ggf. modifiziert. Eine Schätzung von Verkaufsflächen ist nur im Ausnahmefall vorgenommen worden und entsprechend kenntlich gemacht, wenn etwa trotz mehrmaliger Zugangsversuche zu einem Ladengeschäft eine Messung oder Befragung nicht möglich war (z. B. bei Ladenleerständen aufgrund von Betriebsaufgaben).

Ergänzend zu den Sortimenten und der Verkaufsfläche wurde außerdem die städtebauliche Lage jedes Betriebs erfasst. Diese Daten sind zur Bewertung der Einzelhandels- und Zentrenstruktur im Rahmen des Empiriebausteins der Bestandserhebung unerlässlich.

Bestandsanalyse Städtebau

Für die Lübbener Innenstadt sowie die sonstigen Standorte erfolgte eine an den untersuchungsrelevanten Fragestellungen orientierte städtebauliche Analyse. Stärken und Schwächen sämtlicher relevanter Einkaufsstandorte werden dabei herausgestellt. Ein wesentlicher Aspekt ist angesichts der hohen Bedeutung für die bauleitplanerische Steuerung die räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs. Eine solche städtebaulich-funktional hergeleitete Abgrenzung ist die Basis der Lübbener Sortimentsliste und der zukünftigen räumlichen Steuerung von Einzelhandelsansiedlungen.

Die Erfassung der Einzelhandelsbetriebe im Zusammenhang mit einer städtebaulich-funktional begründeten Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs bildet das Kernstück zukünftiger sortimentspezifischer räumlicher Steuerung von Einzelhandelsvorhaben in der Bauleitplanung.

Prozessbegleitung durch einen Arbeitskreis und durch eine Bürgerwerkstatt

Neben den laufenden Abstimmungsgesprächen zwischen den erstellenden Gutachterbüros und der Verwaltung wurde ein prozessbegleitender Arbeitskreis während der Erstellungsphase des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts eingerichtet. Diese enge Einbindung relevanter Akteure hat gewährleistet, dass alle notwendigen Informationen in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept einfließen und sämtliche Zwischenschritte mit einem breit besetzten Gremium diskutiert wurden. Insgesamt tagte der begleitende Arbeitskreis dreimal. Vertreter folgender Institutionen wurden zur Teilnahme durch die Stadt Lübben (Spreewald) eingeladen:

Für die Verwaltung und Politik:

- Bürgermeister der Stadt Lübben (Spreewald)
- Vertreter von Politik und Verwaltung der Stadt Lübben (Spreewald)

Für den Einzelhandel und die Region:

- Vertreter der Interessengemeinschaften „Wir für Lübben“ und „Breite Straße“
- Vertreter der Industrie- und Handelskammer
- Vertreter des Handelsverband Berlin-Brandenburg e. V.

Darüber hinaus wurde im April 2015 eine Bürgerwerkstatt mit rund 30 interessierten Gewerbetreibenden und Bürgern der Stadt Lübben (Spreewald) durchgeführt, um die Öffentlichkeit über den Sachstand zur Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes zu informieren und wichtige Anregungen hinsichtlich der Nachfrage und des Kaufkraftverhaltens in Lübben (Spreewald) sowie hinsichtlich der Entwicklungsperspektiven der Einzelhandelsstandorte zu sammeln. Diese wurden im Laufe der weiteren Bearbeitung in das Einzelhandelskonzept aufgenommen.

4 Markt- und Standortanalyse

Die Markt- und Standortanalyse besteht einerseits aus der Untersuchung und Bewertung der im Rahmen dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzepts wichtigen Angebots- und Nachfragedaten, andererseits aus einer flankierenden Analyse städtebaulicher Merkmale der bedeutenden Einzelhandelsstandorte und der Nahversorgungsstruktur in Lübben (Spreewald). Einführend werden zunächst die wesentlichen Standortrahmenbedingungen erörtert.

4.1 Trends im Einzelhandel

Bevor im Folgenden die konkrete Situation des Einzelhandels in Lübben (Spreewald) analysiert wird, werden einleitend wichtige Trends der bundesdeutschen Einzelhandelsentwicklung skizziert. Dabei handelt es sich um Faktoren, die es bei der Erstellung dieses Konzepts aufgrund ihrer räumlichen und wirtschaftlichen Auswirkungen zu beachten gilt.

Der Einzelhandel als dynamischer Wirtschaftsbereich unterliegt seit einigen Jahrzehnten einem fortwährenden, dynamischen Veränderungsprozess. Maßgeblich sind dabei Veränderungen sowohl auf der Angebots- als auch auf der Nachfrageseite, die in einem engen gegenseitigen Wirkungszusammenhang stehen.

Entwicklungen auf der Angebotsseite

Wesentliche Faktoren, die zu Veränderungen auf der Angebotsseite des Einzelhandels geführt haben, sind mit den folgenden Schlagworten zu charakterisieren:

- **Wandel der Betriebsformen und rückläufige Betriebszahlen:** Die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe ist in Deutschland bereits seit Jahrzehnten rückläufig. Neben dem absoluten Rückgang der Betriebszahlen ist auch eine Verschiebung innerhalb der verschiedenen Betriebsformen des Einzelhandels zu erkennen. Hierbei kann man von einem Trend zur Großflächigkeit und einer zunehmenden Discountorientierung sprechen. Im Rahmen der Standortpräferenzen der Einzelhandelsunternehmen geht dies mit einer Orientierung auf autokundenorientierte, meist nicht integrierte Standorte einher.
- **Entstehen neuer Handelsformen:** Neben dem Entstehen und dem Bedeutungsgewinn meist großflächiger Betriebsformen, wie z. B. Shopping Center und Factory-Outlet-Center, sind auch neue Entwicklungen im nicht stationären Einzelhandel, z.B. im Bereich des Online-Handels, zu beobachten. Insbesondere im Online-Handel sind die Verkaufsumsätze in den letzten Jahren deutlich angestiegen. Hierbei sind zwischen den einzelnen Warengruppen aber große Unterschiede zu verzeichnen. So sind insbesondere in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe und Lederwaren sowie Unterhaltungselektronik die Marktanteile des Online-Handels sprunghaft angestiegen. In anderen Warengruppen wie den Nahrungs- und Genussmitteln ist die Steigerung der Online-Einkäufe hingegen signifikant geringer (vgl. Kap.5.1).

- **Unternehmens- und Umsatzkonzentration:** Nach dem Zweiten Weltkrieg dominierte in Deutschland noch der eigentümergeführte Betrieb. Heute wird der Einzelhandel von nationalen und internationalen Konzernen geprägt. Die Konzentrationstendenzen betreffen in besonderem Maße den Lebensmitteleinzelhandel, in dem die fünf größten Unternehmen der Branche einen Bruttoumsatz von rd. 171 Mrd. Euro erwirtschaften¹⁵. Durch den Unternehmenskonzentrationsprozess werden die Ausdünnung des Versorgungsnetzes und das Wachstum nicht integrierter Standorte verstärkt.
- **Anhaltendes Verkaufsflächenwachstum bei gleichzeitig zurückgehender Flächenproduktivität durch stagnierende Umsätze:** Die Verkaufsfläche hat in Deutschland in den letzten Jahrzehnten durch Erweiterungen und Neuansiedlungen stark zugenommen. Bereits heute entfallen auf jeden Bundesbürger rd. 1,51 m² Verkaufsfläche¹⁶. Durch den beschriebenen Rückgang der absoluten Zahl der Einzelhandelsbetriebe herrschen immer mehr großflächige Betriebe vor. Die gleichzeitige Stagnation der Umsätze im Einzelhandel hat zudem zu einer Senkung der durchschnittlichen Flächenproduktivität, d. h. dem Umsatz pro Quadratmeter Verkaufsfläche, geführt.
- Das anhaltende Verkaufsflächenwachstum lässt sich exemplarisch am Beispiel des Lebensmitteleinzelhandels nachvollziehen. Lag die durchschnittliche Verkaufsfläche eines Lebensmitteldiscounters 2001 noch bei 525 m² und diejenige eines Supermarktes bei 1.114 m², so sind zwischenzeitliche durchschnittliche Marktgrößen von 720 m² (LM-Discounter, 2011) bzw. 1.290 m² (Supermarkt, 2009) erreicht¹⁷. Für beide Betriebsformen wird in Abhängigkeit von der konkreten Lage aktuell von einer Mindestbetriebsgröße von 800 m² bzw. 1.200 m² VKF bei Neuansiedlungen ausgegangen¹⁸.

Entwicklungen auf der Nachfrageseite

Neben den skizzierten Veränderungen auf der Angebotsseite nehmen auch Veränderungen auf der Nachfrageseite Einfluss auf die Handelslandschaft. Die Nachfrage der Konsumenten wird im Wesentlichen durch den privaten Verbrauch sowie das verfügbare Einkommen bestimmt. Die Nachfrageseite ist durch folgende Entwicklungen geprägt:

- **Wandel der demographischen Strukturen mit Veränderungen der Einwohnerzahlen, der Anzahl und der Größe der Haushalte:** Für Deutschland hat das Statistische Bundesamt eine deutliche Abnahme der Gesamtbevölkerung prognostiziert, wobei mit erheblichen regionalen Unterschieden in der Bevölkerungsentwicklung zu rechnen ist. Gleichzeitig stieg die Anzahl der Privat-

¹⁵ Vgl. EHI 2012

¹⁶ Vgl. EHI 2012

¹⁷ Vgl. EHI 2013

¹⁸ Vgl. BMVBS 2013

haushalte seit 1965 stetig an, wobei sich die durchschnittliche Personenzahl je Haushalt stetig reduzierte. Laut Mikrozensus des Statistischen Bundesamtes bildeten die Single-Haushalte im Jahre 2012 mit einem Wert von 40,5 % den größten Teil der privaten Haushalte¹⁹.

- **Entwicklung der Altersstrukturen:** Im Zuge des demographischen Wandels wird die Bevölkerung in Deutschland weniger und durchschnittlich älter. Zudem nimmt innerhalb der Gruppe der über 65-Jährigen der Anteil der Hochbetagten zu. Relevant ist diese Entwicklung vor allem für die örtliche Nahversorgungsstruktur, da die Nahraumversorgung für diese Kundengruppe gerade dann an Bedeutung gewinnt, wenn mit dem Alter die (Auto-) Mobilität eingeschränkt wird. Der Handel selbst reagiert auf diese Entwicklungen bereits in Ansätzen mit bestimmten Betriebsformaten und Serviceleistungen für Senioren (u. a. Bringdienste).
- **Veränderte Einkommensverhältnisse und die Ausgabenstruktur der Konsumenten:** Obwohl insgesamt ein Wachstum der Haushaltseinkommen zu verzeichnen ist, führt die Einkommenssteigerung nicht zu einer analogen Erhöhung der Ausgaben im Einzelhandelsbereich. Ein stetig wachsender Teil des Budgets der privaten Haushalte wird hingegen für Dienstleistungs- und Freizeitaktivitäten sowie für das Wohnen ausgegeben.
- **Verändertes Einkaufsverhalten der Verbraucher:** In den letzten Jahrzehnten hat sich in Deutschland ein gesellschaftlicher Wertewandel vollzogen, der dem Konsum neben der materiellen Bedeutung auch zunehmend einen immateriellen Erlebniswert beimisst. Aus diesem Grund ist eine Aufspaltung des Einkaufs in ein Segment „Erlebniseinkauf“ und in ein Segment „Versorgungseinkauf“ zu beobachten. Während sich der Erlebniseinkauf durch die Faktoren Qualität, Status und Atmosphäre auszeichnet, stehen beim Versorgungseinkauf vorrangig der Preis und die schnelle Erreichbarkeit im Fokus der Konsumenten. Im Kontext des Versorgungseinkaufs ist als weitere Neuerung im Einkaufsverhalten der Kunden zudem das so genannte one-stop-shopping zu nennen, bei welchem die Konsumenten durch die Agglomeration mehrerer Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe alle Waren an einem Einkaufsort besorgen können, wodurch sowohl Einkaufshäufigkeit, als auch der Einkaufsaufwand reduziert werden.

4.2 Räumliche und sozioökonomische Rahmenbedingungen

Relevante Standortfaktoren für die Analyse und Bewertung der Einzelhandels- und Standortstruktur werden nachfolgend vorgestellt.

¹⁹ Vgl. Statistisches Bundesamt 2014a

Lage, Siedlungsstruktur und Einwohnerverteilung

Die Stadt Lübben (Spreewald) ist Kreisstadt des Landkreises Dahme-Spreewald im Bundesland Brandenburg und im Landesentwicklungsplan Brandenburg als Mittelzentrum ausgewiesen. Der staatlich anerkannte Erholungsort liegt rd. 50 km nordwestlich des Oberzentrums Cottbus sowie südlich der Metropole Berlin.

In einem Umkreis von rd. 60 km Entfernung finden sich die Mittelzentren Luckenwalde, Jüterbog, Herzberg (Elster), Finsterwalde, Guben und Beeskow. Direkt südlich an Lübben (Spreewald) angrenzend liegt in rd. 12 km Entfernung das Mittelzentrum Lübbenau/Spreewald, zu dem Lübben (Spreewald) – durch die räumliche Nähe bedingt – teilweise in einem engen Konkurrenzverhältnis steht. Der LEP B-B definiert als Mittelbereich für die Stadt Lübben (Spreewald) die umliegenden Gemeinden Luckau, Heideblick, Golßener Land, Lieberose/Oberspreewald, Märkische Heide und Unterspreewald. Dieses Umland Lübbens (Spreewald) ist überwiegend als ländlich zu klassifizieren, insbesondere das Golßener Land, Unterspreewald, Märkische Heide und Heideblick weisen eine Einwohnerzahl von unter 5.000 auf.

Abbildung 6: Lage in der Region



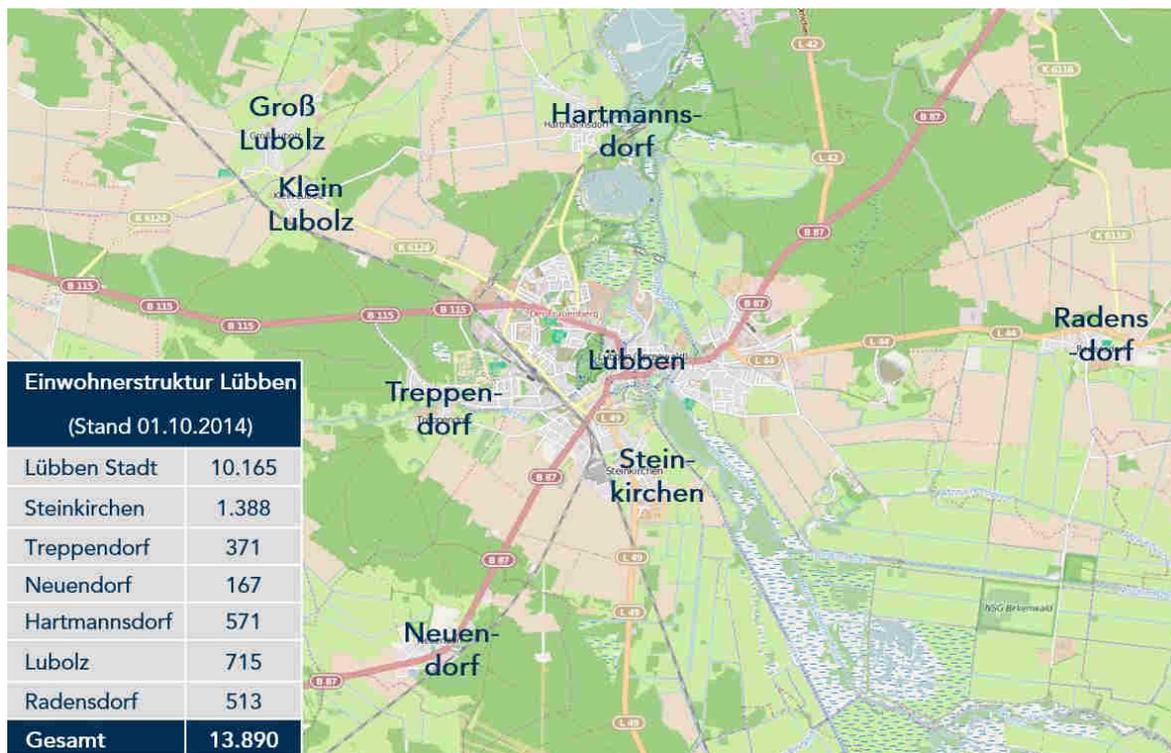
Quelle: Eigene Darstellung 2015; Kartengrundlage OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL

Die Stadt Lübben (Spreewald) setzt sich aus der gleichnamigen Kernstadt Lübben sowie den Ortsteilen Steinkirchen, Treppendorf, Neuendorf, Hartmannsdorf, Lubolz und Randensdorf zusammen. Insgesamt beträgt die Bevölkerungszahl der Stadt Lübben (Spreewald) 13.890²⁰ Einwohner. Mit 1.388²¹ Einwohnern bzw. 10 % der Gesamtbevölke-

²⁰ Quelle: Einwohnermeldeamt Stadt Lübben am 01.10.2014.

ung stellt Steinkirchen den zahlenmäßig größten Ortsteil nach der Kernstadt Lübben dar. In Lubolz wohnen 5 % der Gesamtbevölkerung der Stadt Lübben (Spreewald). Neuendorf ist mit 167 Einwohnern bzw. 1 % der Gesamtbevölkerung der kleinste Ortsteil. In der Stadt Lübben (Spreewald) fanden seit dem Jahr 2003 sukzessive Bevölkerungsverluste statt. Zwischen 2003 und 2014 sank die Bevölkerungszahl um rd. 7%. Seit Januar 2014 ist eine leicht positive Bevölkerungsentwicklung festzustellen.

Abbildung 7: Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung in Lübben (Spreewald)



Quelle: Eigene Darstellung (2014), Kartengrundlage OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL;
Einwohnerdaten: Stadt Lübben (Spreewald), Stand: 01.10.2014.

Verkehrsinfrastruktur

Im westlichen Stadtgebiet ist Lübben (Spreewald) direkt an die Bundesautobahn A 13 angeschlossen, über welche sowohl Cottbus als auch der Flughafen Berlin-Schönefeld in knapp 40 Minuten zu erreichen sind. Zusätzlich besteht durch die Bundesstraßen B 87 und B 115 eine gute interkommunale Verbindung zu den umliegenden Städten und Gemeinden bzw. Ortsteilen. Aufgrund des gut ausgebauten Netzes an Landes- und Kreisstraßen ist eine überörtliche Erreichbarkeit für den motorisierten Individualverkehr (MIV) gegeben.

Die Stadt Lübben (Spreewald) ist zudem über den westlich der Innenstadt gelegenen Bahnhof an das Streckennetz der Deutschen Bahn angeschlossen. Es bestehen leistungs-

²¹ Quelle: Einwohnermeldeamt Stadt Lübben am 01.10.2014.

fähige Verbindungen an die umliegenden Ober- und Mittelzentren Cottbus und Lübbenau/Spreewald und die Metropole Berlin mittels Inter-City-, Regional-Express- und Regional-Bahn-Linien sowie ausreichende Anbindungen an die Mittelzentren Luckenwalde, Jüterbog, Herzberg (Elster), Finsterwalde, Königs Wusterhausen, Guben, Eisenhüttenstadt und Beeskow.

Zwischenfazit: Die wesentlichen Rahmenbedingungen

Die Stadt Lübben (Spreewald) weist als Einzelhandelsstandort insbesondere durch die Nähe zur Metropolregion Berlin, mit seinem attraktiven Einzelhandelsangebot sowie durch seine Nähe zu Cottbus und Lübbenau/Spreewald ein leistungsfähiges Konkurrenzumfeld auf.

Der dem Mittelzentrum Lübben (Spreewald) landesplanerisch zugewiesene Mittelbereich umfasst im Wesentlichen den mittleren und östlichen Teil des Landkreises Dahme-Spreewald.

Die verkehrliche Anbindung Lübbens (Spreewald) ist insbesondere nach Norden und Süden (A 13) sowie Osten (A 15) für den motorisierten Individualverkehr (MIV) als auch für den Schienenpersonennahverkehr (SPNV) sehr gut ausgebaut. Dies fördert die Ausrichtung auf das Oberzentrum Cottbus und nachrangig zu den größeren Einzelhandelsstandorten im Berliner Umland.

Der Siedlungsschwerpunkt innerhalb des gesamten Stadtgebietes bildet die Kernstadt; mit insgesamt 73 % ist der überwiegende Teil der Lübbener Bevölkerung dort ansässig. Bis auf Steinkirchen weisen die weiteren Ortsteile deutlich weniger als 1.000 Einwohner auf.

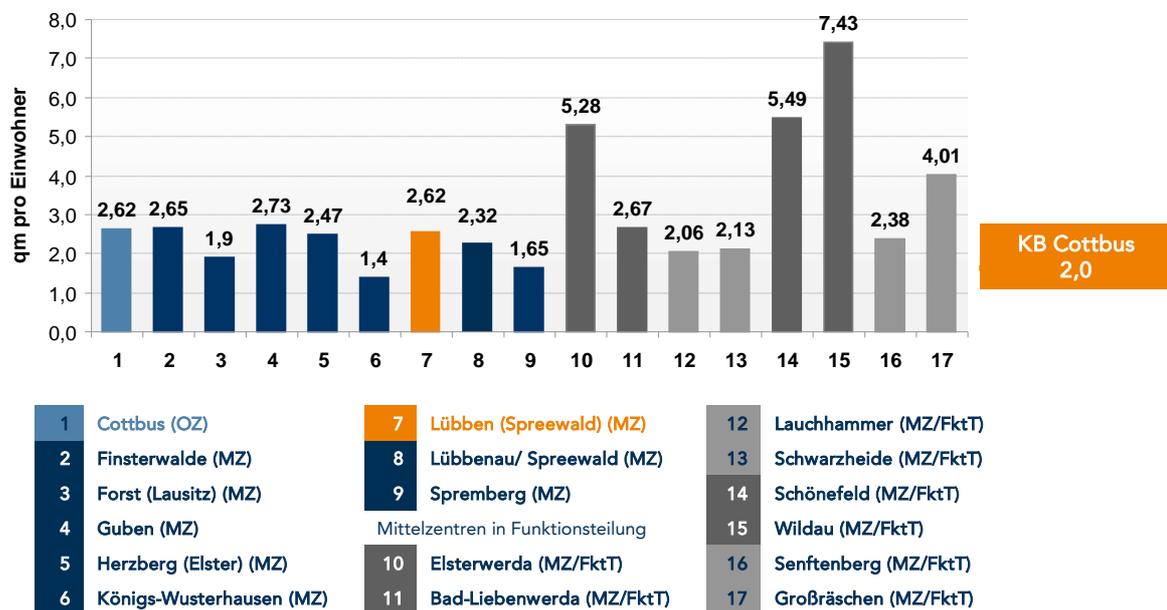
4.3 Angebotsanalyse

Im Stadtgebiet von Lübben (Spreewald) wurden im Rahmen einer Bestandserhebung im Januar 2015 insgesamt 157 Einzelhandelsbetriebe erfasst, welche über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 36.500 m² verfügen (vgl. nachfolgende Abbildung). Um eine Bewertung vornehmen zu können, wird die Einzelhandelsverkaufsfläche auf die Einwohnerzahl (13.890 Einwohner²²) bezogen. Bezüglich der Gesamtverkaufsfläche pro Einwohner liegt Lübben (Spreewald) mit 2,62 m² deutlich über dem Bundes- und Landesdurchschnitt (1,52 m² VKF/EW bzw. 1,79 m² VKF/EW).

Auch in Relation zu anderen Städten und Gemeinden des Kammerbezirks Cottbus ist die Verkaufsflächenausstattung pro Einwohner eher überdurchschnittlich, im Vergleich jedoch mit anderen Mittelzentren ähnlicher Strukturierung liegt die Pro-Kopf-Ausstattung in etwa im Durchschnitt (vgl. nachfolgende Abbildung).

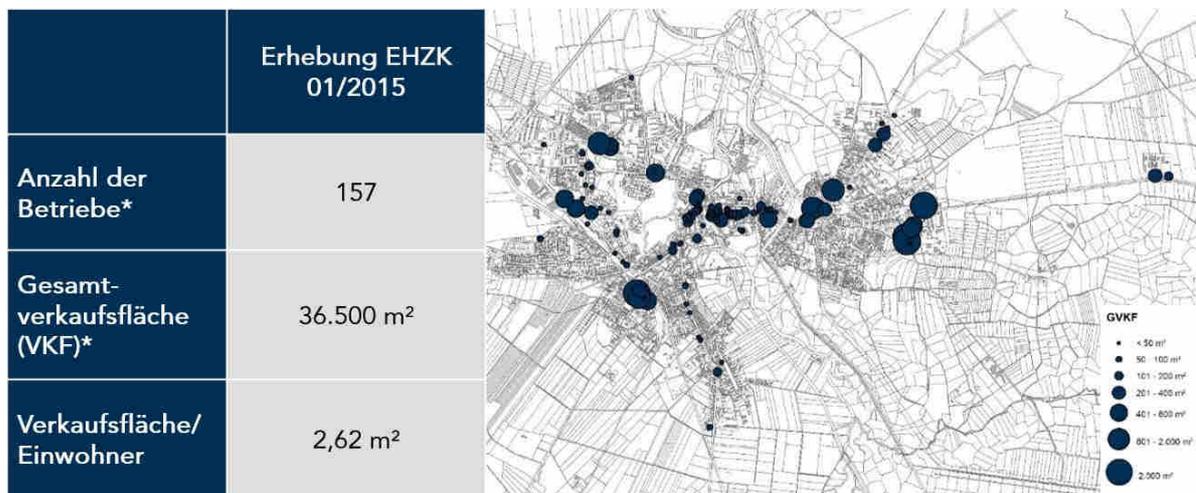
²² Quelle: Einwohnermeldeamt Stadt Lübben (Spreewald) am 01.10.2014.

Abbildung 8: Zentrale Orte KB Cottbus: Verkaufsfläche je Einwohner



Quelle: Eigene Darstellung; Landesweite Erfassung Brandenburg, Bestandserhebung Lübben 01/2015

Abbildung 9: Einzelhandelsbestand in Lübben (Spreewald)



*ohne Leerstand

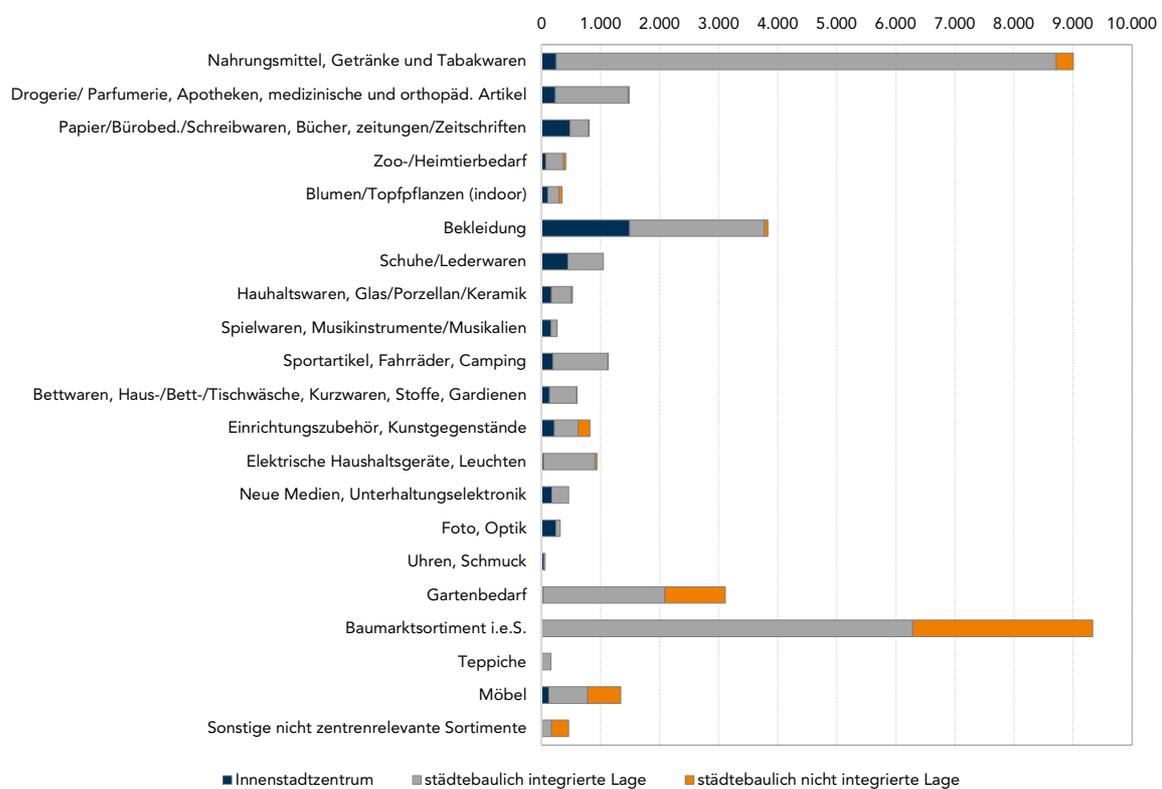
Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel, complan 01/2015; VKF-Angaben gerundet; Kartengrundlage: Stadt Lübben (Spreewald).

Angebotschwerpunkte liegen in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel mit rd. 9.000 m² sowie dem Baumarktsortiment mit rd. 9.300 m². Danach folgen die Warengruppen Bekleidung mit rd. 3.800 m² Gesamtverkaufsfläche und Gartenbedarf (inkl. Pflanzen) mit rd. 3.100 m².

Bei einer Differenzierung nach Lagen wird deutlich, dass in Lübben (Spreewald):

- 63 Einzelhandelsbetriebe mit rd. 12 % der Verkaufsfläche im Innenstadtzentrum,
- sieben Einzelhandelsbetriebe mit rd. 21 % der Verkaufsfläche am Standortbereich Weinbergstraße,
- acht Einzelhandelsbetriebe mit rd. 24 % der Verkaufsfläche am Standortbereich Postbautenstraße,
- 66 Betriebe mit 26 % der Verkaufsfläche in weiteren städtebaulich integrierten Lagen und
- 13 Betriebe mit rd. 16 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche in nicht integrierten Lagen angesiedelt sind (ohne Leerstände).

Abbildung 10: Einzelhandel nach Warengruppen und Lagebereichen



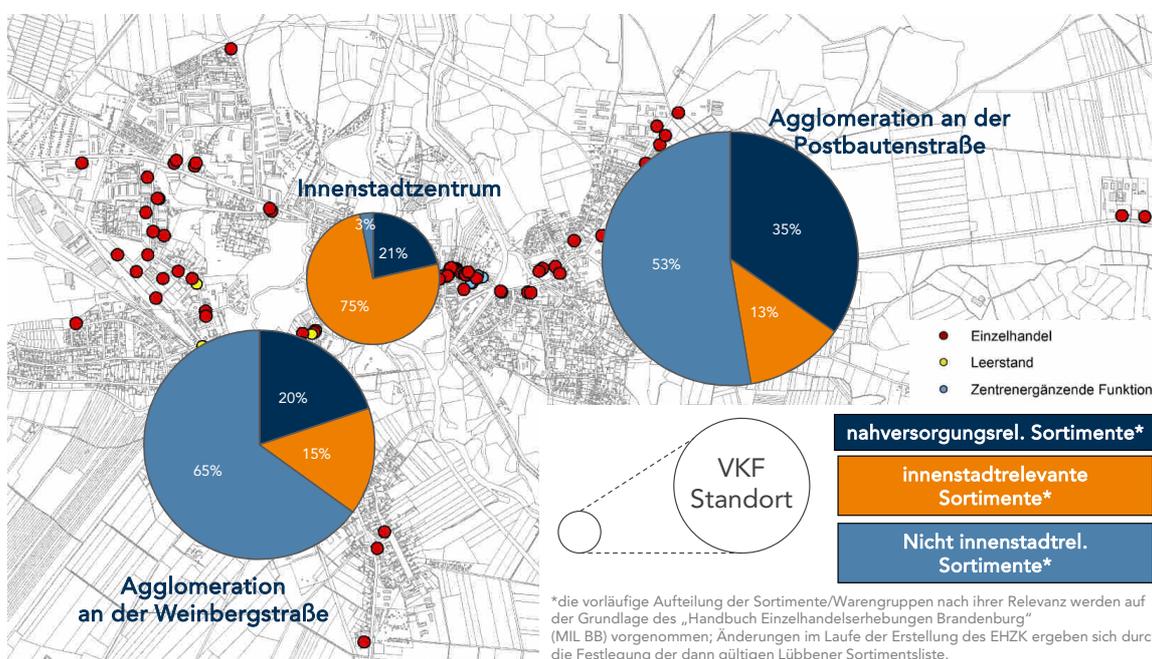
Quelle: Eigene Darstellung auf Basis Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel/complan 01/ 2015.

Nimmt man eine teilräumliche Differenzierung des Verkaufsflächenbestandes vor, so sind im Stadtgebiet drei größere zusammenhängende Standortbereiche vorhanden in denen eine Konzentration von Einzelhandelsbetrieben feststellbar ist, die jeweils über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wirken. Im Einzelnen sind dies:

- Das **Innenstadtzentrum** als kleinteilig strukturierter, historisch gewachsener und städtebaulich integrierter Geschäftsbereich, vorrangig durch eine Vielzahl von Fachgeschäften und zentrenergänzenden Funktionen geprägt.

- Der **Standortbereich Weinbergstraße** geprägt durch einen REWE Supermarkt, einen Obi Baumarkt, einige kleinere Anbieter sowie bedeutende zentrenergänzende Funktionen (u.a. Arbeitsagentur und das Straßenverkehrsamt). Der Standortbereich ist als städtebaulich integriert zu klassifizieren.
- Am **Standortbereich Postbautenstraße** befindet sich ein Marktkauf mit mehreren Konzessionären sowie ein Toom Baumarkt, Takko und Reno. An diesem Standort sind keine zentrenergänzenden Funktionen verortet. Dieser Standort ist ebenfalls als städtebaulich integriert zu bewerten.

Abbildung 11: Standortbereiche im Stadtgebiet nach Verkaufsflächensummen und Fristigkeit der Angebotsstrukturen



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis von Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel/complan 01/ 2015; Kartengrundlage: Stadt Lübben (Spreewald).

4.3.1 Hauptgeschäftsbereich Innenstadt

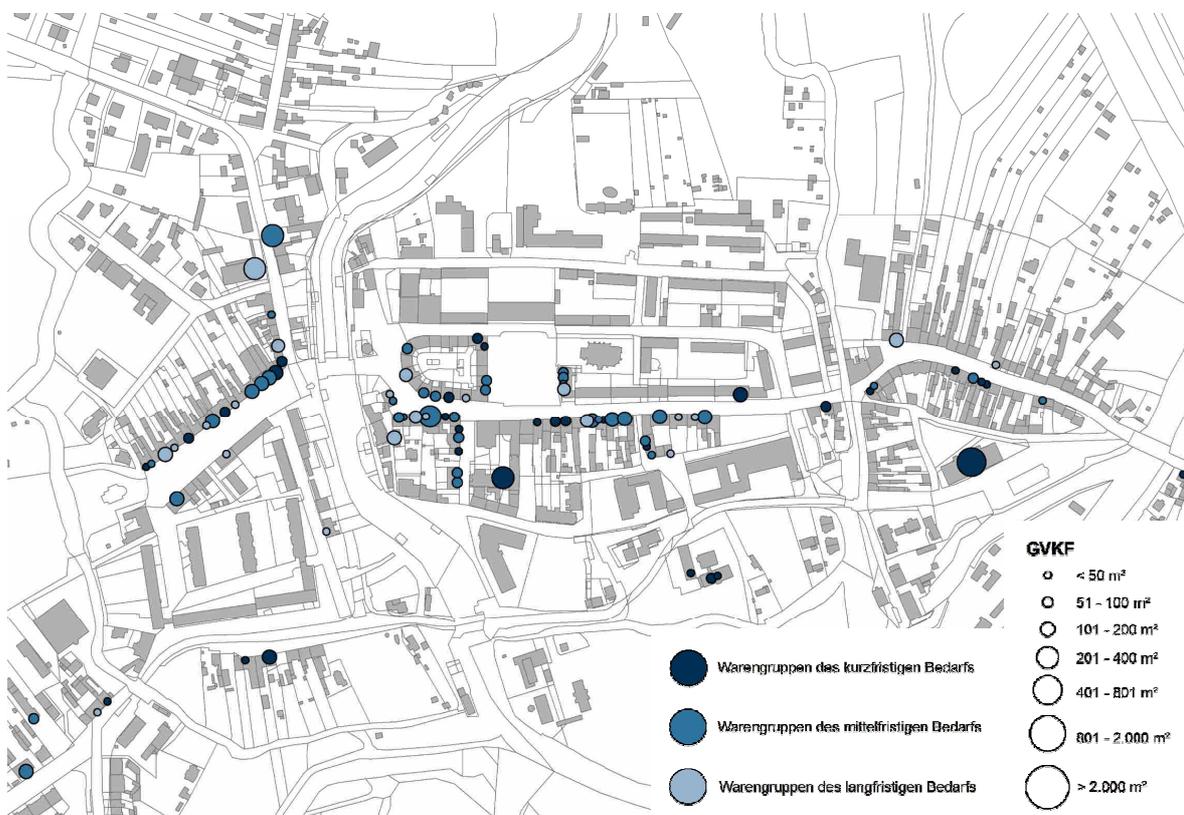
Angebots- und Verkaufsflächenstruktur

Mit insgesamt 64 Ladengeschäften²³, was einem Anteil von 41 % an der gesamtstädtischen Ladenzahl entspricht, ist die Innenstadt der zentrale Geschäftsbereich in Lübben (Spreewald). Die mit 4.500 m² vergleichsweise geringe Verkaufsfläche in der Innenstadt (Anteil von 12 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche) ist ein deutlicher Indikator für die vorherrschende kleinteilige Einzelhandelsstruktur. Insgesamt wird der Innenstadt-einzelhandel durch inhabergeführte kleinere Fachgeschäfte dominiert, die sich räumlich

²³ Die Zahl der Ladengeschäfte sowie auch die folgenden Angaben zur Verkaufsfläche, Sortimentsanteilen und Zentrenergänzenden Funktionen beziehen sich räumlich immer auf die vorgenommene Bestandsabgrenzung des Hauptgeschäftsbereichs in der Innenstadt (vgl. u.a. Abbildung 11).

in den Bereichen Am Markt, Hauptstraße, Poststraße, Judengasse, Brückenplatz und Breite Straße konzentrieren. In der angrenzend liegenden Gubener Straße ist bereits eine merkliche Abnahme der Einzelhandelsdichte zu verzeichnen. Ein auffälliges Strukturmerkmal ist der baulich bedingte einseitige Einzelhandelsbesatz in Teilbereichen der Breiten Straße sowie der Hauptstraße, der in der Konsequenz zu einer geringeren Einzelhandelsdichte und einer damit einhergehenden abnehmenden Passantenfrequenz führt. Maßgeblich bedingt durch die vorhandenen baulichen Strukturen, liegt die durchschnittliche Ladengröße bei 72 m², was deutlich unter den Anforderungen der meisten Einzelhandelsfilialisten liegt.

Abbildung 12: Geschäfte in der Innenstadt nach Verkaufsflächengröße

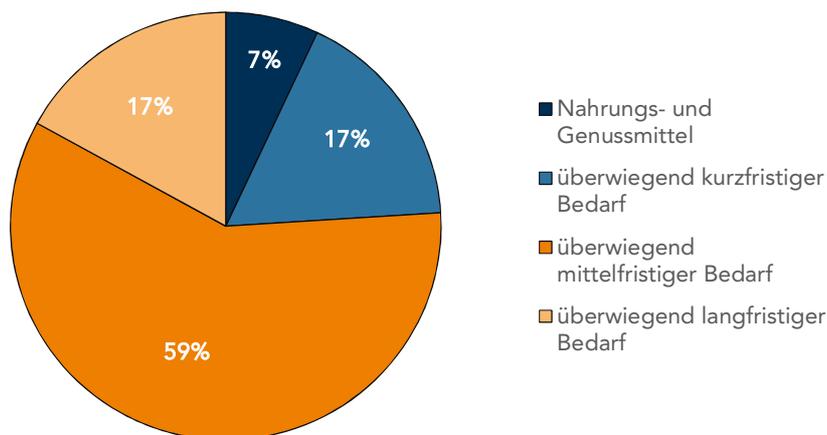


Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandsaufnahme
Stadt + Handel/complan 01/ 2015; Kartengrundlage: Stadt Lübben (Spreewald).

Lediglich zwei Geschäfte verfügen über mehr als 200 m² Verkaufsfläche (vgl. Abbildung 11). Negativ ist das Fehlen größerer Magnetbetriebe zu bewerten, was im Ergebnis zu der eingeschränkten Wahrnehmung der Innenstadt als Einkaufsort beiträgt. Der in der weiteren Nachbarschaft zum Hauptgeschäftsbereich liegende NP Markt in der Straße An der Kupka ist städtebaulich nicht direkt in die nördlich verlaufende Einkaufslage Gubener Straße und die angrenzenden Geschäftsstraßen der Altstadt integriert und kann trotz seiner räumlichen Nähe sein Potenzial als Frequenzbringer zu Stärkung der Innenstadt daher nur begrenzt entfalten.

Bezogen auf die Branchenstruktur weist der Hauptgeschäftsbereich in der Innenstadt Lübben (Spreewald) eine zentrale Versorgungsfunktion mit Gütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs auf. Der Sortimentschwerpunkt des Einzelhandelsangebotes liegt dabei mit 59 % im mittelfristigen Bedarfsbereich. Hier ist insbesondere der Bekleidungs- bereich zu nennen, der mit 1.500 m² VKF ein Drittel der gesamten Verkaufsfläche des innerstädtischen Hauptgeschäftsbereichs einnimmt, wodurch die Innenstadt in diesem Warenssegment die wichtigste Versorgungsfunktion vor allen anderen Einzelhandels- standorten in der Stadt übernimmt. Weitere relevante Sortimentsanteile entfallen auf die Warengruppen Papier/Bürobedarf/Schreibwaren (11 % Anteil), Schuhe Lederwaren (10 % Anteil) sowie Unterhaltungselektronik und Foto/Optik (je 5 % Anteil). Positiv zu bewerten für eine Stadt dieser Größe ist die Präsenz einiger namhafter Filialisten (u.a. Hugendubel), die aufgrund ihrer Bekanntheit eine tragende Funktion für die Attraktivität des Branchenmixes erfüllen und eine frequenzsteigernde Wirkung aufweisen können. Hier deutet sich die Bedeutung des Tourismus als stabilisierender Faktor für den Einzel- handelsstandort Innenstadt an.

Abbildung 13: Anteile der Warengruppen in der Innenstadt nach Verkaufsfläche



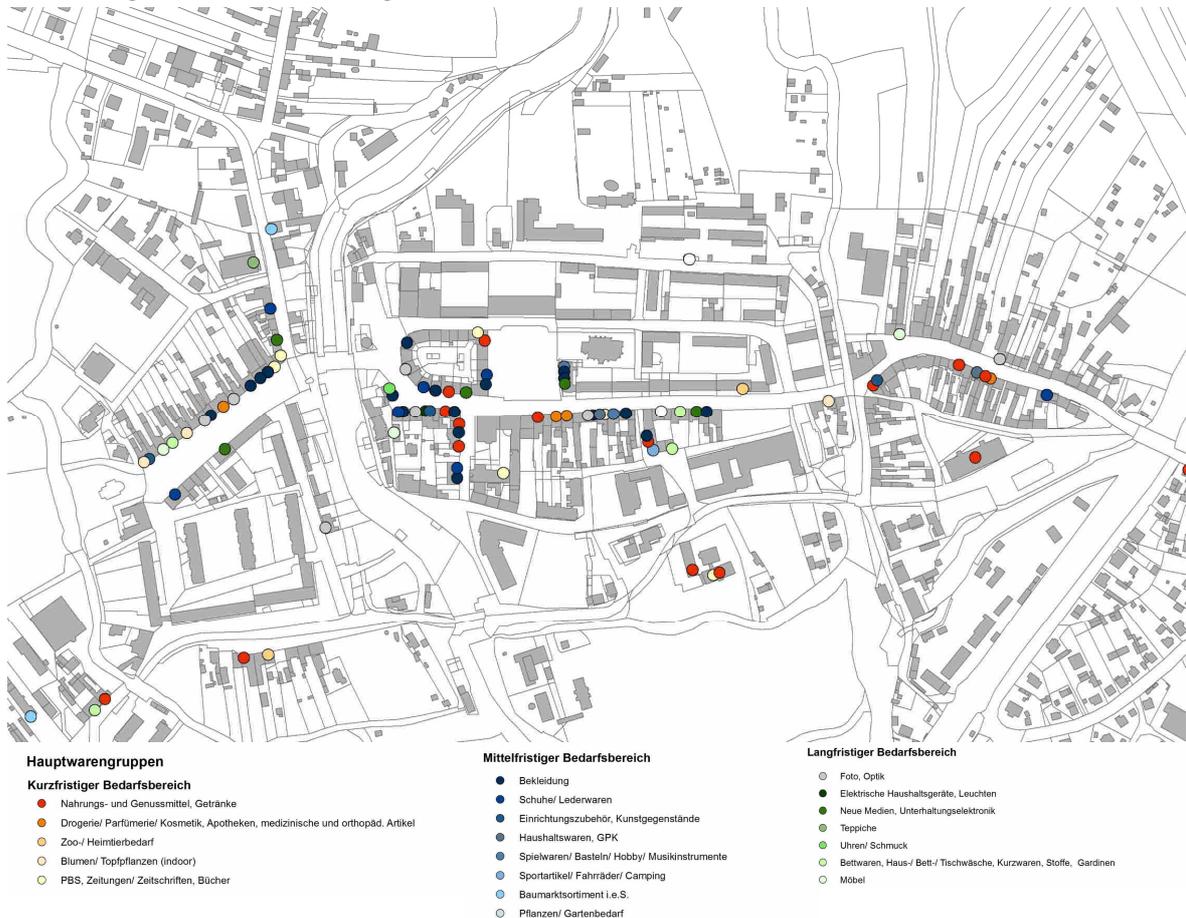
Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel/ complan 01/ 2015.

Ein weiterer größerer Sortimentsanteil entfällt mit insgesamt 24 % auf Güter des kurzfris- tigen Bedarfs. Die darunter fallende vergleichsweise geringe Verkaufsfläche von rd. 330 m² im Nahrungs- und Genussmittelbereich unterstreicht das Fehlen strukturprägen- der Lebensmittelanbieter (z.B. Supermärkte, Discounter) im Hauptgeschäftsbereich der Innenstadt. Teilweise kann die somit eher unterdurchschnittlich ausgeprägte Nahversor- gungsfunktion durch den in fußläufiger Entfernung vom Hauptgeschäftszentrum liegenden NP Markt in der Straße An der Kupka kompensiert werden. Ein aktueller Funktionsverlust der Innenstadt im Nahversorgungsbereich ist durch die Standortaufga- be der Drogerie Kaiser zu verzeichnen. Auf den langfristigen Bedarfsbereich entfallen in der Innenstadt insgesamt 17 %. Die vergleichsweise geringe Bedeutung ist maßgeblich

auf die Wechselwirkungen zu den nahe gelegenen autokundenorientierten Standorten Postbautenstraße und Weinbergstraße zurückzuführen. Zudem können die seitens des Marktes nachgefragten großflächigen Betriebsformate mangels verfügbarer Flächen nicht in der Innenstadt angesiedelt werden.

Insbesondere im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich wird die Angebotsstruktur des stationären Innenstadteinzelhandels durch zwei Wochenmärkte ergänzt. Der Sortiments-schwerpunkt des mittwochs und freitags stattfindenden Wochenmarktes auf dem Marktplatz liegt auf Frischeprodukten, regionalen Erzeugnissen, Waren des täglichen Bedarfs und Bekleidung. Der dienstags in der Breiten Straße stattfindende kleinere „Grüne Markt“ bietet vorrangig Backwaren, Fleischerzeugnisse sowie teilweise saisonale Lebensmittelprodukte an. Beim Grünen Markt ist in letzter Zeit jedoch ein Bedeutungsverlust zu verzeichnen. Die Gespräche mit den lokalen Händlern zu den Wochenmärkten im Rahmen der Erarbeitung des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes zeigten auf, dass die überwiegende Anzahl der Geschäfte durch die erhöhten Frequenzen und das teilweise regionale Einzugsgebiet der Wochenmärkte profitieren. In Abhängigkeit der Angebotspalette der stationären Händler führen die Wochenmarktsortimente jedoch auch vereinzelt zu einem verschärften Wettbewerb und damit zu Umsatzeinbußen.

Abbildung 14: Einzelhandelsgeschäfte nach Sortimenten in der Innenstadt



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel/ complan 01/ 2015;

Zusammenfassend beinhaltet das Einzelhandelsangebot in der Innenstadt fast alle Branchen und bietet in einigen Warengruppen auch Wahlmöglichkeiten (vgl. Abb. 13). Angebotsmängel sind teilweise im Nahversorgungsbereich durch das Fehlen eines Magnetbetriebs im Lebensmittelbereich sowie durch die Aufgabe des Drogeriemarktes zu konstatieren.

Ladenleerstand

Zum Zeitpunkt der Bestandsaufnahme standen im Hauptgeschäftsbereich vier Ladengeschäfte leer. In Relation zur Gesamtzahl der verfügbaren Ladengeschäfte im Innenstadtzentrum entspricht das einer Leerstandsquote von 6 % die damit unter der gesamtstädtischen Leerstandsquote von 8 % liegt. Die Leerstände befinden sich einerseits in der Breiten Straße sowie im rückwärtig gelegenen Teilbereich der Judengasse (vgl. Abbildung 14). Insgesamt handelt es sich zumeist um kleine Geschäfte die ehemals eine gastronomische (Breite Straße) oder eine Einzelhandelsnutzung (Judengasse) aufwiesen. Nur in einem Fall erreicht die Verkaufsfläche eine strukturprägende Größenordnung von ca. 200 m². Eine genaue Angabe der gesamten leerstehenden Verkaufsfläche in der Innenstadt ist nicht möglich, da zum Zeitpunkt der Bestandsaufnahme

keine Begehung aller leerstehenden Ladenlokale vorgenommen werden konnte. Die Leerstände in der Judengasse bestehen erst seit einigen Monaten. Für die Nachvermietung ist hier jedoch die rückwärtigen Lage und die daraus resultierende fehlende Einsehbarkeit von den Hauptlagen als Hemmnis zu bewerten. Die Ladenlokale in der Breiten Straße stehen bereits seit mehreren Jahren leer, so dass der Leerstand hier zunehmend strukturellen Charakter aufweist und die zunehmende Konkurrenzsituation mit den zentralen Innenstadtbereichen verdeutlicht. Insgesamt kann jedoch konstatiert werden, dass die Leerstandsquote für ein Mittelzentrum unterdurchschnittlich ist.

Zentrenergänzende Funktionen

Das Einzelhandelsangebot in der Lübbener Innenstadt wird neben privaten Dienstleistern auch durch Kultur- und Verwaltungseinrichtungen sowie ein größeres Gastronomieangebot ergänzt. Diese sogenannten zentrenergänzenden Funktionen tragen je nach Schwerpunktsetzung und Branche zu einer deutlichen Attraktivitätssteigerung der Innenstadt bei und stellen daher neben dem Einzelhandel einen maßgeblichen Indikator für die Ausweisung des zentralen Versorgungsbereichs dar (Siehe Kapitel 6.1.1). Insgesamt wurden neben den 64 Einzelhandelsgeschäften allein im Hauptgeschäftszentrum 48 ergänzende Dienstleistungs- und Gastronomieangebote erfasst²⁴, die sich räumlich in der Poststraße und südlich des Marktplatzes konzentrieren. Die höchsten Anteile entfallend dabei auf gastronomische Einrichtungen (33 % Anteil) und einzelhandelsnahe Dienstleistungen wie Banken oder Friseure. Hervorzuheben ist zudem das zentral gelegene Kino Spreewald Lichtspiele als wichtige kulturelle Einrichtung. Darüber hinaus befinden sich mit der städtischen Verwaltung und der Postfiliale in der Poststraße sowie mit dem südlich an das Hauptgeschäftszentrum angrenzenden Landratsamt und Amtsgericht hochrangige Verwaltungseinrichtungen in der Innenstadt, die als Frequenzbringer für den Einzelhandel, Gastronomen und Dienstleister fungieren.

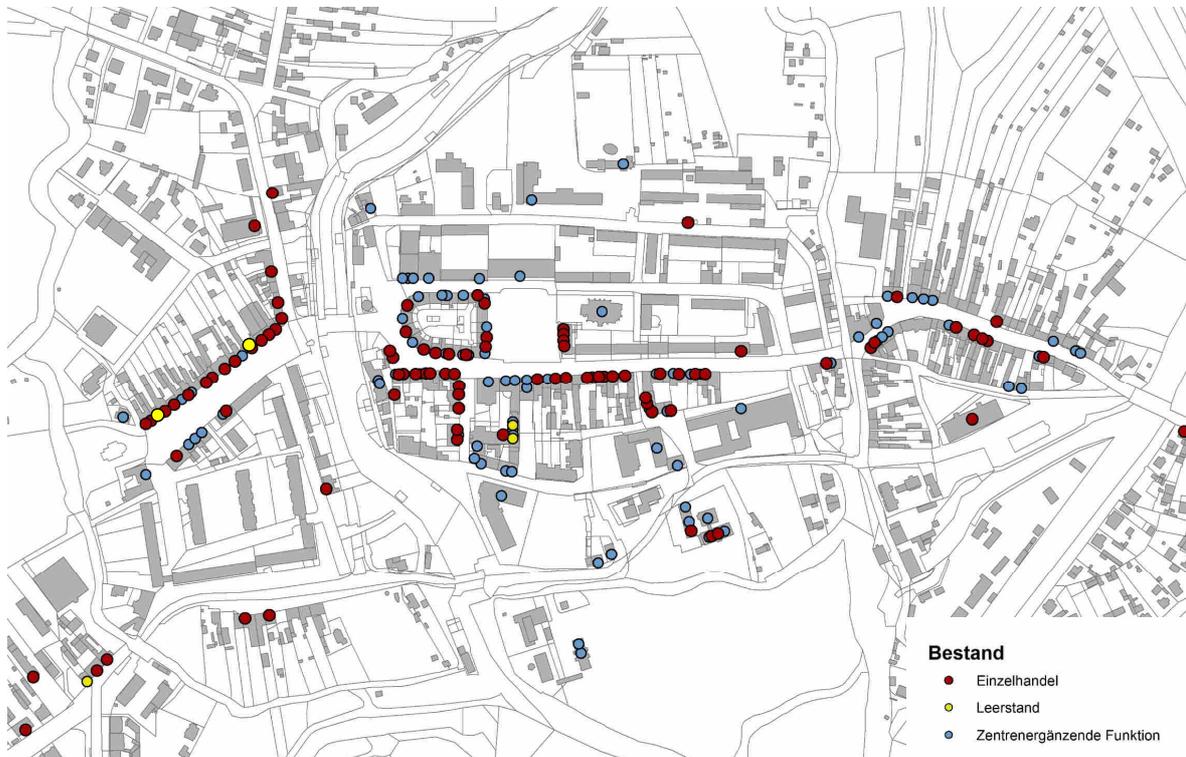
Ein großes Potenzial als zentraler Frequenzbringer für die Innenstadt kommt dem südlich des Hauptgeschäftsbereichs am Ernst-von-Houwald-Damm gelegenen überregional ausstrahlenden touristischen Zentrum zu. Der Bereich umfasst den Kahnhafen mit der Touristeninformation und vielfältigen saisonal betriebenen Gastronomieeinrichtungen und Geschäften (regionale und touristisch relevante Sortimente), die benachbarte neu gestaltete Schlossinsel sowie das Schlossensemble das neben dem Regional- und Stadtmuseum auch die Stadtbibliothek sowie gastronomische Einrichtungen einschließt.

Der Bestand an (hochrangigen) zentrenergänzenden Funktionen in zentraler Lage ist für die Stadt Lübben (Spreewald) - auch im Vergleich zu anderen Städten vergleichbarer Größe - positiv zu bewerten. Die Vielfalt an Einzelhandelsgeschäften und der vorhandenen zentrenergänzenden Funktionen bietet ein großes (touristisches) Kopplungspotenzial in der Innenstadt, das bei Nutzung zu einer deutlich erhöhten Aufenthaltsdauer und zu maßgeblichen Umsatzeffekten in einzelnen

²⁴ Im gesamten Innenstadtbereich wurden 94 zentrenergänzende Funktionen erfasst.

Einzelhandelssegmenten führen kann. Dieses Potenzial gilt es zukünftig stärker zu fokussieren.

Abbildung 15: Verteilung Einzelhandelsgeschäfte und Zentrenergänzende Funktionen



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel/complan 01/ 2015.

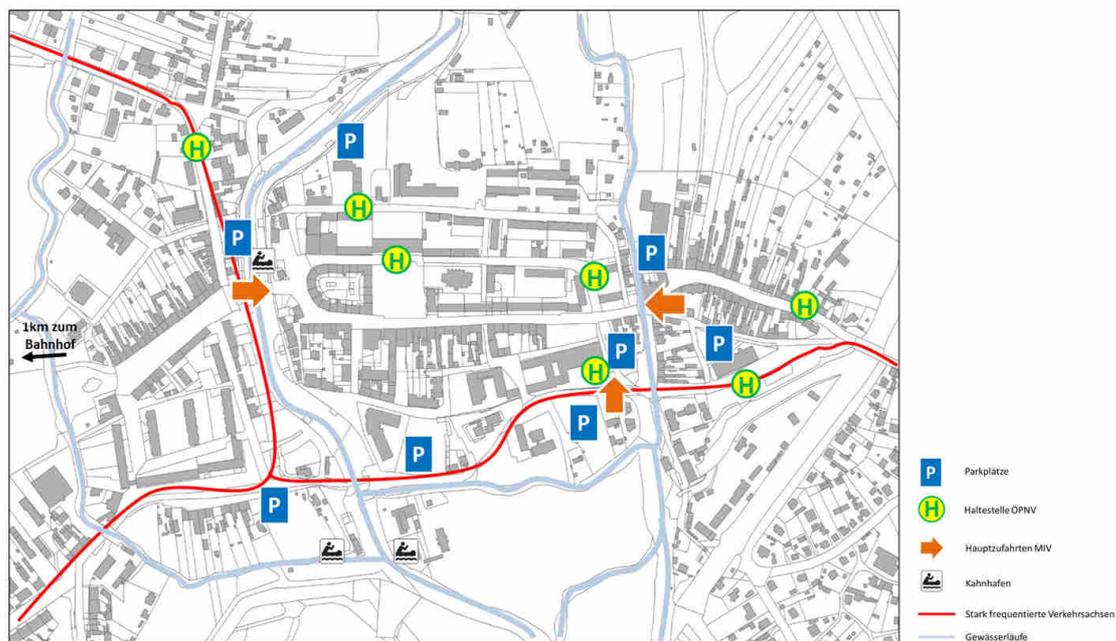
Verkehrsanbindung und Lage

Eine gute Erreichbarkeit der Innenstadt besitzt vor dem Hintergrund der auch durch die Ausweisung als Mittelzentrum zugewiesenen Versorgungsfunktion der Stadt eine zentrale Bedeutung für den innerstädtischen Einzelhandel. Die Innenstadt von Lübben ist durch eine zentrale Lage innerhalb des Stadtgebietes gekennzeichnet. Straßenseitig ist mit den Bundesstraßen 115 und 87 sowie über die L 44 (Richtung Lieberose) und die L 49 (Richtung Lübbenau/Spreewald) eine gute Erreichbarkeit aus dem umgebenden Mittelbereich gegeben. Das Parkplatzangebot wird durch acht größere Parkplätze in der unmittelbaren Umgebung der Innenstadt abgesichert (siehe Abbildung 15). Ergänzend sind flächendeckend Kurzzeitparkplätze innerhalb des Hauptgeschäftszentrums vorhanden. Im Ergebnis steht den Innenstadtbesuchern mit 600 Park- und Stellplätzen²⁵ ein in der Summe angemessenes und gut ausdifferenziertes Parkplatzangebot zur Verfügung. Laut Aussagen der örtlichen Händlerschaft ist die Parkraumsituation in den späten Nachmittagsstunden allerdings teilweise angespannt, da es hier zu einer erhöhten Nachfrage durch Anwohner und Einkäufer kommt.

²⁵ Summe der Stellplätze auf den acht ausgewiesenen Parkflächen (s. Abb. 16) zuzüglich Stellplatzangebot im Straßenraum (Ermittlung / Abschätzung auf Basis der Vor-Ort-Begehungen und -Recherchen).

Die ÖPNV-Erschließung der Innenstadt ist sowohl durch mehrere Bushaltestellen als auch durch den fußläufig erreichbaren ca. 1 km entfernten Bahnhof sichergestellt. Optimierungspotenziale bestehen erstens in der Anpassung der Taktfrequenzen in Richtung Bahnhof und auch in Richtung des Reha-Zentrums Lübben (Spreewald). Zweitens ist die Anbindung der Ortsteile an die Innenstadt bzw. die Erreichbarkeit der zentralörtlichen Funktionen in der Innenstadt sowohl in der Summe der Angebote als auch in der Taktfolge nicht ausreichend. Die Stadt hat hier entsprechende Verbesserungsvorschläge im Rahmen der aktuellen Überarbeitung des Nahverkehrsplans an den Landkreis Dahme-Spreewald übermittelt.

Abbildung 16: Verkehrliche Ausgangssituation in der Innenstadt



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel/complan 01/ 2015;

Eine fußläufige Erreichbarkeit der Innenstadt ist grundsätzlich aus allen Richtungen gegeben. Richtung Osten und Westen stellen die Hauptspree und der Schutzgraben eine natürliche Barriere dar, die jedoch infolge der vorhandenen Fußgängerbrücken zu keinen großräumigen Zugangseinschränkungen führt. Negativ ist jedoch die teils starke Verkehrsbelastung²⁶ auf der B 87 zu bewerten, die aufgrund der trennenden Wirkung zwischen Innenstadt und touristischem Zentrum zu Einschränkungen der fußläufigen Erreichbarkeit sowie auch der Aufenthaltsqualität führt. Die Ausschilderung des Hauptgeschäftszentrums insbesondere vom Kahnhafen und der Schlossinsel ist derzeit

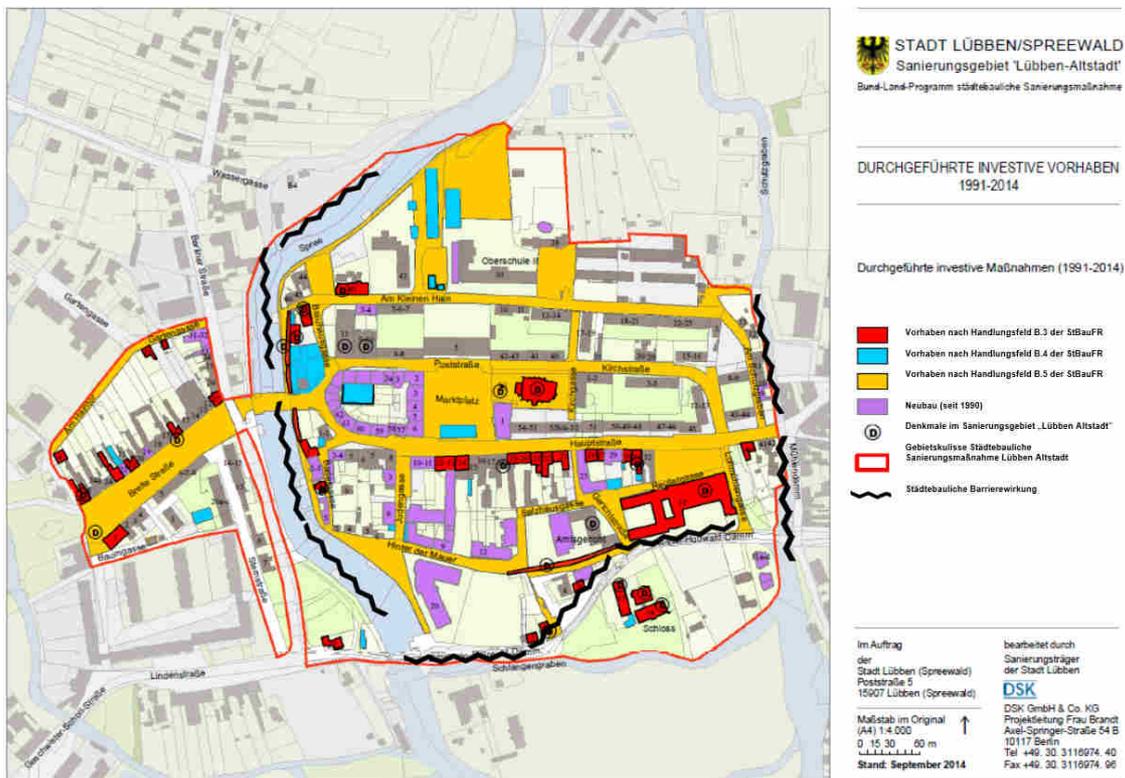
²⁶ Eine Verkehrszählung aus dem Jahr 2008 ergab eine durchschnittliche tägliche Verkehrsstärke von 13.000 Fahrzeugen auf der B 87 im Bereich Schlossinsel. Eine weitere Zunahme des Verkehrsaufkommens wird prognostiziert (vgl. INSEK Lübben 2020 S. 85)

unzureichend. Hier werden seitens der Stadt Überlegungen zur Einrichtung eines Wegeleitsystems verfolgt. Zudem sind im Rahmen der Umsetzung des Städtebauförderprogramms Aktive Stadtzentren zwei zusätzliche Straßenquerungen am Ernst-van-Houwald-Damm geplant.

Städtebau und Stadtgestalt

Die Innenstadt von Lübben ist städtebaulich durch ein Nebeneinander von Alt- und Nachkriegsbauten charakterisiert. Die historische Bausubstanz ist nur teilweise z. B. im Bereich der Breiten Straße erhalten. Neben der kleinteiligen Bebauung mit Wohn- und Geschäftshäusern rund um den Marktplatz und in der Gubener Straße dominieren in weiten Teilräumen größere Wohnblöcke aus der Nachkriegszeit, die einer weiteren Verdichtung des Einzelhandelsbesatzes an manchen Einkaufsstraßen (z.B. Hauptstraße oder Breite Straße) entgegenstehen. Infolge von umfangreichen Maßnahmen im Rahmen des Städtebauförderprogramms Sanierung und Entwicklung (S+E) hat sich die städtebauliche Situation in der Innenstadt in den vergangenen Jahren signifikant verbessert. So erfolgte eine umfassende Wiederherstellung des historischen Stadtgrundrisses in dem zentralen Bereich zwischen Marktplatz und Brückenplatz sowie die Neugestaltung der angrenzenden Freiflächen und Plätze, der Uferbereiche der Spree sowie weiterer Teilräume entlang der Hauptstraße und in der südlichen Innenstadt. Weitere investive und nicht-investive Maßnahmen zur Stärkung der Innenstadt werden derzeit und zukünftig über das Städtebauförderprogramm Aktive Stadt- und Ortsteilzentren (ASZ-Programm) umgesetzt. Die bisherigen und laufenden Maßnahmen umfassen neben der Sanierung und dem Neubau von Gebäuden auch die Möblierung und Begrünung des öffentlichen Raumes sowie die Umgestaltung der Spree-Uferbereiche und tragen im Ergebnis zu einer deutlichen Steigerung der städtebaulichen Attraktivität und der Aufenthaltsqualität im in der Lübbener Innenstadt bei.

Abbildung 17: Städtebauliche Ausgangssituation in der Innenstadt



Quelle: Stadt Lübben (Spreewald) Städtebauliche Zielplanung ASZ 2013-2017, Nachbearbeitung complan Kommunalberatung

Im Ergebnis der Maßnahmen zur Umgestaltung und Sanierung der Innenstadt bzw. der Gebäude kann ein hoher Sanierungsstand festgestellt werden, der den guten Gesamteindruck der Innenstadt bestätigt. Gleichwohl sind einige Gebäude hinsichtlich der Fassaden, Eingangssituationen und dem äußeren Erscheinungsbild nicht (mehr) zeitgemäß. Weiterer Handlungsbedarf zur Verbesserung der Einkaufsatmosphäre und der Aufenthaltsqualität ergibt sich zudem aus der vereinzelt vernachlässigten Schaufenstergestaltung einiger Geschäfte sowie einiger Leerstände, die in der Verantwortung der jeweiligen Ladenbesitzer oder Immobilieneigentümer liegen. Negativ mit Hinblick auf die Eingangssituation vieler Geschäfte ist die oft vorherrschende fehlende Barrierefreiheit zu bewerten. Im Rahmen der durchgeführten Bestandserhebung wurden im Hauptgeschäftszentrum bei 43 Ladengeschäften (Anteil von 65%) Treppen im Eingangsbereich vermerkt.

Zusammenfassende Einschätzung Innenstadt

Basierend auf den oben genannten Ausführungen zur Innenstadt können vereinfacht die in Abbildung 18 dargestellten Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken des Standortes zusammengefasst werden. Die inhaltlichen Eckpunkte der SWOT-Analyse bilden dabei gemeinsam mit den räumlichen und sozioökonomischen Rahmenbedingun-

gen (Kapitel 4.2) sowie dem absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen (Kapitel 5.1) die Grundlage für die in Kapitel 6.1.1 gegebenen Handlungsempfehlungen.

Abbildung 18: SWOT-Analyse Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung complan Kommunalberatung

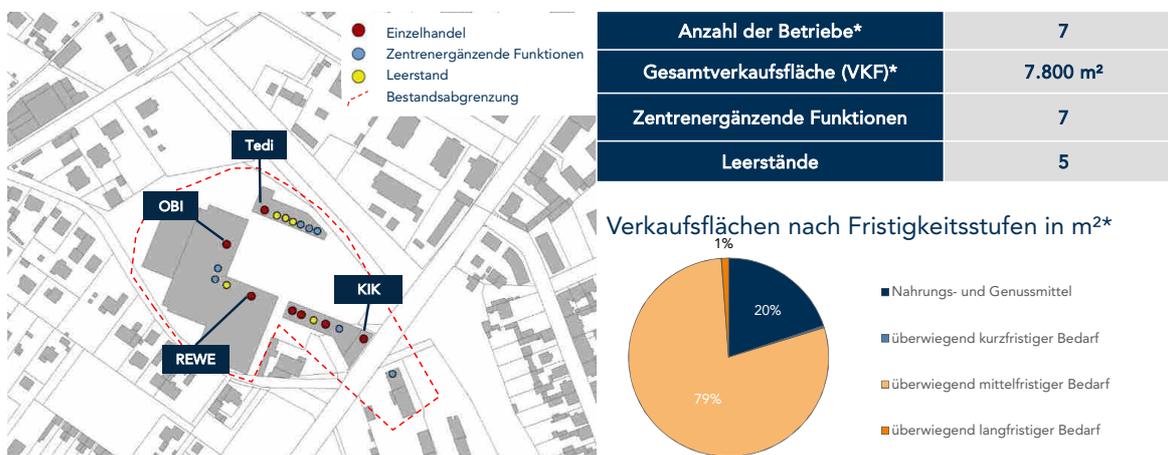
4.3.2 Standortbereich Weinbergstraße

Der Standortbereich Weinbergstraße befindet sich südwestlich der Lübbener Kernstadt im Ortsteil Steinkirchen. Südöstlich des Standorts verläuft die Bundesstraße 87 und nordöstlich die Bahntrasse, welche den Standort von der Kernstadt abtrennt. Westlich und südlich ist der Standort in Einfamilienhausbebauung eingebettet und ist somit als städtebaulich integriert zu klassifizieren. Durch seine Lage an der B 87 kann der Standort, ergänzend als autokundenorientiert bezeichnet werden. Durch die gute verkehrliche Anbindung für den MIV und die Angebotsstrukturen (insbesondere der Baumarkt) erstreckt sich das Einzugsgebiet auf die gesamte Stadt Lübben (Spreewald) und das Lübbener Umland.

Am Standort Weinbergstraße befinden sich insgesamt sieben Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von 7.800 m². Dies entspricht einem Anteil von rd. 21 % an der Gesamtverkaufsfläche, bzw. knapp fünf Prozent in Hinblick auf die Anzahl der Betriebe in Lübben (Spreewald). Das Warenangebot am Standort Weinbergstraße enthält neben Waren des kurzfristigen Bedarfs überwiegend Waren des mittelfristigen Bedarfs aufgrund der strukturprägenden Anbieter OBI, KIK und Tedi und wird durch sieben zentrenergänzende Funktionen wie beispielsweise die Arbeitsagentur und das Straßenverkehrsamt ergänzt. Bedingt durch den Baumarkt weist der Standort überwiegend nicht innenstadtrelevante Sortimente auf. Zum Zeitpunkt der Erhebung waren am

Standortbereich sieben Ladenlokale leerstehend, was auf eine erhöhte Leerstandsquote und indirekt auch auf strukturelle Probleme des Standortes hinweist.

Abbildung 19: Standortbereich Weinbergstraße – Nutzung im Bestand



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel, complan 01/ 2015; * VKF-Angaben gerundet; Kartengrundlage: Stadt Lübben (Spreewald).

4.3.3 Standortbereich Postbautenstraße

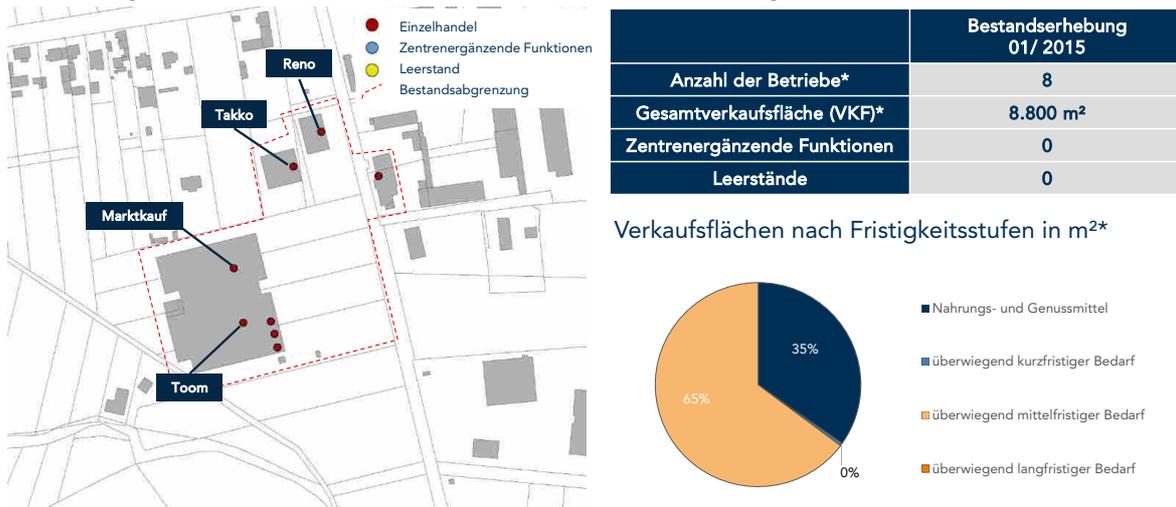
Der Standortbereich Postbautenstraße liegt am östlichen Stadtrand und weist trotz seiner Randlage und der Nähe zu gewerblichen Bauflächen enge Bezüge zur westlich angrenzenden Wohnbebauung und einen guten ÖPNV Anschluss auf. Der Standort kann somit überwiegend als städtebaulich integriert eingestuft werden. Die Postbautenstraße verbindet den Standort nach Norden mit der Landesstraße 44 in Richtung Lübbener Innenstadt und Radensdorf bzw. Lieberose/Oberspreewald; nach Süden führt die Postbautenstraße zum Reha-Zentrum Lübben (Spreewald). Die autokundenorientierte Lage und die Dimensionierung des einzigen Verbrauchermarktes im Stadtgebiet zeigen die besondere Versorgungsbedeutung für die Kernstadt und vor allem für das östliche Umland, für das der Marktkauf den nächstgelegenen und einzigen strukturprägenden Lebensmittelanbieter darstellt. Dieser Standortbereich wird von einer Buslinie bedient, jedoch ist derzeit noch eine ungenügende ÖPNV-Anbindung an die Ortsteile von Lübben (Spreewald) festzustellen.

Der Standort weist insgesamt acht Einzelhandelsbetriebe auf, die zusammen über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 8.800 m² verfügen. Dies entspricht einem gesamtstädtischen Anteil von rd. fünf Prozent in Hinblick auf die Anzahl der Betriebe bzw. etwa 24 % bzgl. der Gesamtverkaufsfläche der Stadt.

Zu den strukturprägenden Anbietern am Standort gehören ein Marktkauf, Toom Baumarkt, Takko und Reno. Die weiteren kleineren Anbieter sind Konzessionäre des Marktkaufs sowie eine Fleischerei auf der gegenüberliegenden Straßenseite. Die Sortimentsschwerpunkte liegen im mittelfristigen Bedarf. Aufgrund des Baumarkts

dominieren die nicht-innenstadtrelevanten Sortimente mit 53 % diesen Standortbereich. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente haben einen Anteil von rd. 35 % an der Gesamtverkaufsfläche des Standorts Postbautenstraße (vgl. Abbildung 11). Zentrenergänzende Funktionen sowie Leerstände gab es am Standort zum Zeitpunkt der Erhebung keine.

Abbildung 20: Standortbereich Postbautenstraße – Nutzung im Bestand



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel, complan 01/ 2015; * VKF-Angaben gerundet; Kartengrundlage: Stadt Lübben (Spreewald).

Neben den geschilderten Standortbereichen gibt es darüber hinaus verschiedene Einzelhandelsanbieter in Streulagen, die zu keinem Standortbereich zusammengefasst werden können.

4.3.4 Analyse der Nahversorgungsstruktur in Lübben (Spreewald)

Aufgrund der hohen Bedeutung der Nahversorgungsangebote für das tägliche Versorgungsverhalten der Konsumenten wird die Nahversorgungsstruktur in Lübben (Spreewald) im Folgenden vertiefend analysiert.

Gesamtstädtische Angebotsdaten zur Nahversorgung

Lübben (Spreewald) weist insgesamt eine Verkaufsfläche von rd. 9.000 m² im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel auf. Für die Stadt ergibt sich daraus gesamtstädtisch betrachtet ein überdurchschnittliches quantitatives Ausstattungsniveau im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel. So liegt Lübben (Spreewald) mit 0,65 m² Verkaufsfläche je Einwohner im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel über dem Niveau des Bundesdurchschnittes von rund 0,41 m²/ EW. Die Zentralitätskennziffer von 131 % (vgl. Kap. 4.4) verdeutlicht, dass die lokale Kaufkraft im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel vollumfänglich im Stadtgebiet gebunden werden kann und zudem Kaufkraft aus dem Umland zufließt, da in Lübben (Spreewald) ein umfangreicher und attraktiver Betriebstypenmix in dieser Warengruppe vorhanden ist.

Abbildung 21: Ausstattungskennziffern Nahrungs- und Genussmittel (NuG) Lübben (Spree-wald) gesamt

Verkaufsflächenausstattung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 0,65 m² VKF je EW (Bundesdurchschnitt: rd. 0,41 m² VKF/EW)
Verkaufsflächenanteil	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Im ZVB Innenstadt rd. 3%
Betriebstypenmix	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 4x Lebensmitteldiscounter (Aldi, Lidl, 2xNP) ▪ 2x Supermarkt (2xRewe) ▪ 1x Verbrauchermarkt (Marktkauf) ▪ ergänzt um 38 weitere Lebensmittel-Fachgeschäfte (inkl. Tankstellen, Kioske und Lebensmittel-Handwerk)

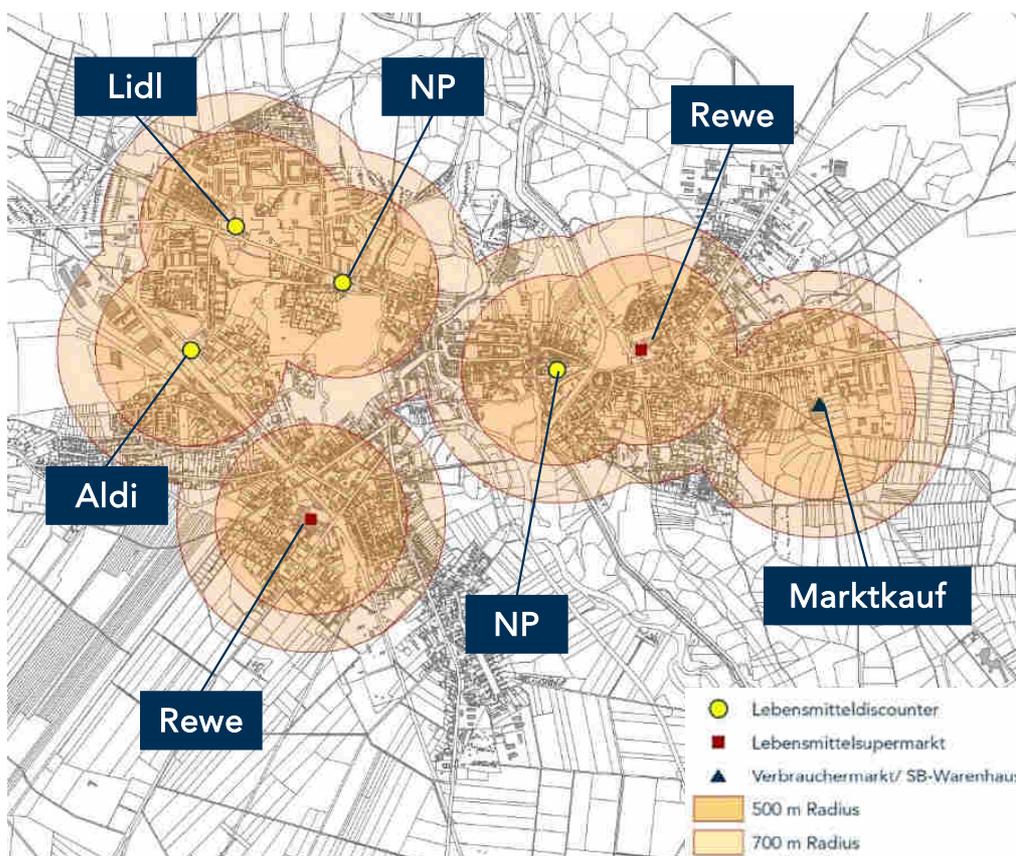
Quelle: Berechnung Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel/complan 01/ 2015.

Insgesamt sind im Stadtgebiet acht größere (über 400 m² VKF) Lebensmittelmärkte vorhanden. Davon sind vier Märkte dem Betriebstyp Lebensmitteldiscounter, zwei dem Betriebstyp Supermarkt sowie jeweils ein Markt dem Betriebstyp Verbrauchermarkt und Getränkemarkt zuzuordnen. Ergänzt wird das Angebot durch eine Vielzahl kleinflächiger Fachgeschäfte. Das qualitative Ausstattungsniveau ist damit durch einen breiten Betriebstypenmix überdurchschnittlich. Abgesehen von dem Ortsteil Steinkirchen, in welchem sich der Standort an der Weinbergstraße mit dem Rewe-Supermarkt ebenso wie ein Bäcker, ein Fleischer, ein Weinhändler und eine Tankstelle befinden, sind in den weiteren Ortsteilen keine Anbieter im Bereich Nahrungs- und Genussmittel angesiedelt.

Versorgungskriterien für die Nahversorgung

In die Analyse der Nahversorgungsangebote werden alle Lebensmittelmärkte mit einer Verkaufsfläche von über 400 m² eingestellt, da anzunehmen ist, dass ab dieser Angebotsgröße ein ausreichendes Warensortiment insbesondere der Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel handelsseitig bereitgestellt werden kann. Um die Versorgungsqualität und die räumliche Erreichbarkeit der Angebote zu verdeutlichen, sind die Nahbereiche der relevanten Lebensmittelmärkte mit einem Radius von 500 bzw. 700 m Luftlinie um die Angebotsstandorte herum gekennzeichnet (vgl. Abbildung 30). Bei Siedlungsbereichen, die in solch einem Nahbereich liegen, kann von einer ausreichenden Nahversorgung ausgegangen werden.²⁷ In Gebieten außerhalb dieser gekennzeichneten Bereiche ist die Nahversorgungssituation hinsichtlich der räumlichen Erreichbarkeit bereits als nicht mehr optimal zu bewerten. Die nachfolgenden Abbildungen geben einen Überblick über die derzeitige Nahversorgungsstruktur in Lübben (Spreewald).

Abbildung 22: Die Nahversorgungsstruktur in Lübben (Spreewald)



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel/complan 01/ 2015; *durch Aufgabe des Penny-Marktes keine Berücksichtigung in den VKF; Kartengrundlage Stadt Lübben (Spreewald).

²⁷ Eine Luftlinienentfernung von 500 m wird allgemein als Kriterium der Versorgungsqualität angenommen, da diese Entfernung einer Wegelänge von bis zu rund 700 m bzw. einem Zeitaufwand von rund 10 Gehminuten entspricht, vgl. hierzu Einzelhandelserlass NRW 2008, Nr. 2.8.

Das Angebot relevanter Anbieter beschränkt sich räumlich überwiegend auf den Siedlungskern von Lübben (Spreewald). Für die Kernstadt Lübben ist die wohnortnahe Versorgung beinahe flächendeckend erfüllt.

Alle strukturprägenden Nahversorgungsanbieter liegen in städtebaulich integrierter Lage. Die beiden Rewe Supermärkte sowie ein NP sind entlang der B 87 angesiedelt, während der andere NP und Lidl entlang der B 115 verortet sind. Der Aldi-Lebensmitteldiscounter hingegen befindet sich in unmittelbarer Nähe zum Bahnhof Lübben (Spreewald). Am Standort Weinbergstraße fungiert der Rewe Supermarkt als Magnetbetrieb, am Standortbereich Postbautenstraße übernimmt der Marktkauf Verbrauchermarkt diese Funktion.

4.4 Nachfrageanalyse

Neben den angebotsseitigen Rahmenbedingungen sind auch die Merkmale der örtlichen Nachfrageseite von hoher Bedeutung. Zur Abbildung der Nachfragesituation wird in der vorliegenden Untersuchung u. a. auf sekundärstatistische Rahmendaten des Instituts für Handelsforschung GmbH (IfH Köln) zurückgegriffen.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft, Umsatzermittlung und Zentralität

Die Stadt Lübben (Spreewald) verfügt gemäß Angaben des IfH Köln im Jahr 2015 über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von 5.123 € je Einwohner und Jahr, wobei ein wesentlicher Anteil der Einzelhandelsausgaben mit etwa 2.103 € je Einwohner pro Jahr auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (einschl. Backwaren/Fleischwaren und Getränke) entfällt.

Abbildung 23: Kaufkraftwerte Lübben (Spreewald)



Quelle: Eigene Darstellung auf Grundlage der IfH Kaufkraftkennziffern Deutschland 2012, Kartengrundlage: ESRI (2005) PLZ-5-Gebiete.

Mit einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer von 90,8 liegt das Kaufkraftniveau der Lübbener Bevölkerung deutlich unter dem bundesdeutschen Durchschnitt von 100.

Die Ermittlung der aktuellen Umsätze²⁸ im Lübbener (Spreewald) Einzelhandel basieren auf allgemeinen und für Lübben (Spreewald) spezifizierten angebots- wie nachfrageseitigen Eingangsparametern:

- Als Ausgangsbasis der Umsatzschätzung werden die durchschnittlichen Flächenproduktivitäten der Vertriebsformen sowie spezifische Kennwerte einzelner Anbieter zugrunde gelegt. Ein Datenportfolio des Büros Stadt + Handel wird laufend entsprechend der Werte aus der aktuellen Handelsfachliteratur aktualisiert. Hochgerechnet auf den Verkaufsflächenbestand ergibt sich unter Berücksichtigung nachfrageseitiger Rahmenbedingungen (insbesondere des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveaus in Lübben (Spreewald) und dem Einzugsbereich) eine Datenübersicht des Umsatzes im Lübbener (Spreewald) Einzelhandel.
- Durch die Vor-Ort-Begehungen im Rahmen der Bestandserhebung konnte neben der Erfassung der Verkaufsflächen je Sortimentsgruppe die konkrete Situation vor Ort berücksichtigt werden. So fließt die Qualität der jeweiligen mikroräumlichen Standortrahmenbedingungen in die Umsatzberechnung ebenso mit ein wie die mit Blick auf das mögliche Umsatzpotenzial relevante Qualität der jeweiligen siedlungsstrukturellen Lage eines Betriebs.

Insgesamt lässt sich hieraus ein gesamtstädtischer Einzelhandelsumsatz von rd. 82,7 Mio. Euro pro Jahr ermitteln. Rund 58 % dieses Umsatzes werden durch die überwiegend kurzfristigen Bedarfsgüter erzielt, dabei vor allem in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (vgl. Tabelle 3). In diesem Bedarfsbereich wird eine Zentralität²⁹ von 127 % erzielt; in keinem der kurzfristigen Sortimentsbereiche sind dabei Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen. Zu berücksichtigen ist hier, dass wenige Monate nach der von Stadt + Handel und complan durchgeführten Bestandserhebung in der Berliner Chaussee ein neuer Drogeriefachmarkt eröffnet wurde, welcher nicht in die Umsatz- und Zentralitätsberechnung mit eingeflossen ist. Dementsprechend kann schon aktuell von einer höheren Zentralität und einem höheren Umsatz im Bereich der Drogeriewaren ausgegangen werden als in Tabelle 3 dargestellt.³⁰

Im mittelfristigen Bedarfsbereich, in welchem rd. 31 % des gesamtstädtischen Einzelhandelsumsatzes generiert wird, liegt die Zentralität bei insgesamt 131 %, wobei die einzelnen Sortimentsgruppen entsprechend der Angebotssituation deutliche Differenzen

²⁸ Umsätze nachfolgend angegeben als Brutto-Jahresumsatz.

²⁹ Die Zentralität gibt das Verhältnis des örtlichen Umsatzes zur örtlichen Kaufkraft wieder. Bei einer Zentralität von über 100 % ist im Saldo der Kaufkraftabflüsse und -zuflüsse ein Nachfragezufluss anzunehmen, bei einem Wert unter 100 % ist im Saldo von Nachfrageabflüssen auszugehen.

³⁰ Ebenfalls zu berücksichtigen ist, dass die Schließung der New Yorker Filiale in der Breiten Straße im Juli 2015, nicht in die Umsatz- und Zentralitätsberechnung mit eingeflossen ist.

bezüglich ihrer Zentralitätswerte aufweisen. So werden im mittelfristigen Bedarfsbereich Zentralitäten zwischen 168 % (Baumarktsortiment i.e.S.) und 45 % (Spielwaren, Musikinstrumente/Musikalien) erzielt.

Auf die langfristigen Bedarfsgüter entfallen rd. 11 % des Gesamtumsatzes, die Gesamtzentralität dieser Bedarfsstufe beträgt 65 %, woraus sich ein deutlicher Kaufkraftabfluss erkennen lässt. Auch hier variieren die Zentralitäten warengruppenspezifisch, so entfällt die niedrigste Zentralität auf die Warengruppen Möbel/Teppiche mit 37 % und die höchste mit 97 % auf die Warengruppe Foto, Optik.

Gemessen an der vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ergibt sich somit gesamtstädtisch eine Zentralität von 116 %. Die überwiegend im kurz- und mittelfristigen Bedarf liegenden Zentralitätswerte verdeutlichen Lübbers Status als Mittelzentrum und die Versorgungsfunktion der Stadt für den Mittelbereich.

Die Zentralitätswerte sind eine wichtige Grundlage zur Ermittlung von absatzwirtschaftlichen Ansiedlungspotenzialen und werden im Kapitel 5.1.3 daher vertieft wieder aufgegriffen.

Tabelle 3: Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralitätswerte in Lübben (Spree-wald)

Warengruppen	VKF in m ²	Umsatz in Mio. Euro p.a.	Kaufkraft in Mio. Euro p.a.	Zentralität in %
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	9.004	38,2	29,2	131%
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, med. u. orthopäd. Art.	1.484	5,7	5,1	113%
PBS Bücher, Zeitungen/ Zeitschriften	807	2,9	2,2	128%
Zoo-/ Heimtierbedarf	410	0,7	0,7	103%
Blumen/ Topfpflanzen	349	0,9	0,8	105%
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	12.054	48,4	38,0	127%
Bekleidung	3.831	8,2	6,4	128%
Schuhe/ Lederwaren	1.049	1,7	1,7	97%
Gartenbedarf	3.114	1,7	1,1	153%
Baumarktsortiment i.e.S.	9.334	10,8	6,4	168%
Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik	524	0,5	0,6	82%
Einrichtungszubehör, Kunstgegenstände	818	0,3	0,4	70%
Spielwaren, Musikinstrumente/ Musikalien	265	0,7	1,5	45%
Sportartikel, Fahrräder, Camping	1.130	1,6	1,3	126%
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	20.065	25,4	19,5	131%
Foto, Optik	315	1,1	1,2	97%
Bettwaren, HBT, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	603	1,0	1,2	83%
Möbel/Teppiche*	1.503	1,4	3,9	37%
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	937	1,8	2,0	89%
Neue Medien, Unterhaltungselektronik	459	2,7	4,3	62%
Uhren/ Schmuck	62	0,6	0,9	71%
Sonstige nicht zentrenrelevante Sortimente	459	0,3	0,2	136%
Überwiegend langfristiger Bedarf	4.338	8,9	13,7	65%
Gesamt	36.457	82,7	71,2	116%

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel/ complan Kommunalberatung GmbH 01/ 2015, eigene Berechnungen auf Basis Kaufkraftzahlen IfH 2015. Abweichungen ergeben sich durch Rundungen; (*aus Datenschutzgründen werden die Sortimente Teppich u. Möbel zusammengefasst).

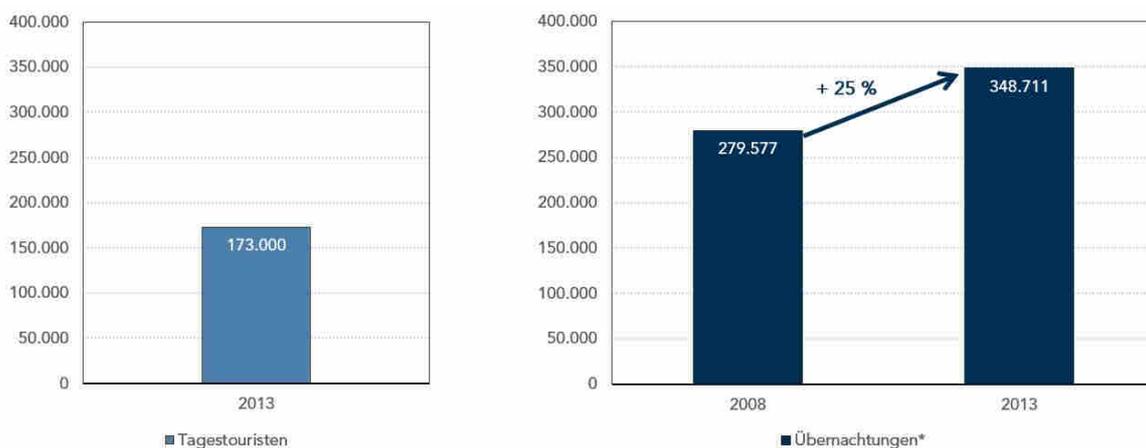
Ableitung touristischer Effekte anhand der Ausgabenanteile

Für die Abbildung der Nachfragesituation ist auch die vertiefende Betrachtung des Tourismus von Bedeutung.

Lübben (Spreewald) ist ein staatlich anerkannter Erholungsort und bietet neben Wellnessangeboten und der Reha-Klinik verschiedenste Sehenswürdigkeiten und touristische Freizeitaktivitäten, wie beispielsweise die Schlossinsel, die Spreelagune, den Kletterwald und das Biosphärenreservat Spreewald. Touristen werden vor allem durch die attraktiven Möglichkeiten für vielfältige Aktivitäten, wie Wasserwandern, Kahnfahrten, Radtouren, Reiten und Angeln gewonnen.

In den letzten Jahren ist insgesamt ein Bedeutungszuwachs des Tourismus in der Region festzustellen, der sich infolge der damit verbundenen Kaufkraftzuflüsse – wenn auch in geringem Maße – auf den Einzelhandel auswirkt.

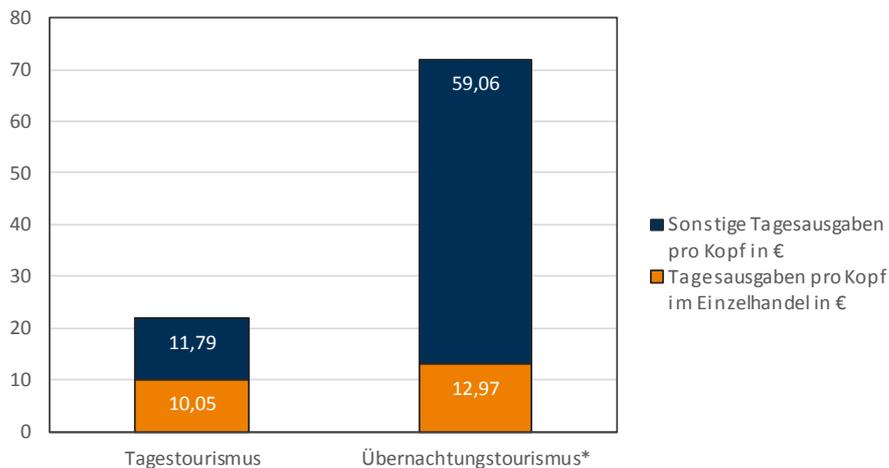
Abbildung 24: Anzahl der Tagestouristen und Übernachtungen in Lübben (Spreewald)



Quelle: Eigene Darstellung: Erholungsort Lübben (Spreewald). Sachstandbericht 2009 – 2014; *Übernachtungen in Hotels, Pensionen, Gasthöfe, Ferienhäuser, Ferienwohnungen, Ferienzimmer, Camping, Kur- und sonstige Einrichtungen; beinhaltet keine Freiwohnsitze und keine Verwandten- und Bekanntenbesuche.

Die Tagesausgaben der Touristen in Lübben (Spreewald) belaufen sich auf durchschnittlich 21,84 € bei den Tagestouristen, wovon mit 10,05 € etwa 46 % in den Einzelhandelsbereich fließen. Die Übernachtungstouristen geben von den durchschnittlichen 72,03 € Tagesausgaben rd. 18 % und damit 12,97 € im Einzelhandel aus. Insgesamt ergeben sich somit 6,2 Mio. € Kaufkraftzuflüsse durch Touristen. Das sind 7,5 % des Gesamtumsatzes in Lübben (Spreewald).

Abbildung 25: Tagesausgaben der Touristen pro Kopf in € (2009)



Quelle: Eigene Darstellung. Grundlage: MWE (2011): Landestourismuskonzeption Brandenburg 2011-2015. *Übernachtungen in Hotels, Pensionen, Gasthöfe, Ferienhäuser, Ferienwohnungen, Ferienzimmer, Camping, Kur- und sonstige Einrichtungen; beinhaltet keine Freiwohnsitze und keine Verwandten- und Bekanntenbesuche.

4.5 Zusammenfassung der Angebots- und Nachfrageanalyse

Lübben (Spreewald) verzeichnete seit dem Jahr 2003 eine anhaltend negative Bevölkerungsentwicklung. So ist seit 2003 ein Bevölkerungsrückgang von rd. 7 % zu beobachten. Seit Januar 2014 ist eine leicht positive Bevölkerungsentwicklung festzustellen.

Die Stadt Lübben (Spreewald) verfügt mit 2,62 m² VKF je Einwohner im Vergleich zu Deutschland (rd. 1,52 m²/ EW) und Brandenburg (rd. 1,79 m²/ EW) über deutlich überdurchschnittliche Ausstattungskennwerte in Bezug auf die vorhandene Einzelhandelsverkaufsfläche.

Im Stadtgebiet von Lübben (Spreewald) wurden insgesamt 157 Einzelhandelsbetriebe erfasst, welche über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 36.500 m² verfügen. Rd. 12 % dieser Verkaufsfläche befinden sich im Innenstadtzentrum, rd. 72 % der Verkaufsfläche befindet sich in städtebaulich integrierten Lagen und rd. 16 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche ist in städtebaulich nicht integrierten Lagen angesiedelt.

Im Stadtgebiet Lübbens (Spreewald) sind drei größere zusammenhängende Standortbereiche zu identifizieren:

Das Innenstadtzentrum:

- Stellt einen überwiegend kleinteilig strukturierten, städtebaulich integrierten Geschäftsbereich dar, welcher durch eine Vielzahl von Fachgeschäften und zentrenergänzenden Funktionen geprägt ist.

- Mit insgesamt 64 Ladengeschäften sind 41 % der Geschäfte im Innenstadtzentrum verortet, die eine Verkaufsfläche von rd. 4.500 m² einnehmen (12% der Gesamtverkaufsflächen in Lübben (Spreewald)). Mit einer durchschnittlichen Ladengröße von 72m² liegen überwiegend kleinteilige Einzelhandelsstrukturen vor.
- In der Innenstadt gibt es lediglich zwei Betriebe mit mehr als 200 m² Verkaufsfläche; größere Magnetbetriebe fehlen. Die kleinteiligen Gebäude- und Geschäftsstrukturen erschweren die Ansiedlung von Magnetbetrieben und die Etablierung leistungsfähiger Anbieter.
- weist eine zentrale Versorgungsfunktion mit Gütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs auf. Der Sortimentsschwerpunkt liegt dabei mit 59 % im mittelfristigen Bedarfsbereich. Hier ist insbesondere der Bekleidungsbereich zu nennen, der mit 1.500 m² VKF ein Drittel der gesamten Verkaufsfläche des innerstädtischen Hauptgeschäftsbereichs einnimmt.
- Angebotsmängel bestehen teilweise im Nahversorgungsbereich durch das Fehlen eines Magnetbetriebs im Lebensmittelbereich sowie durch die Aufgabe des Drogeriemarktes.
- Die Leerstandsquote beträgt im Innenstadtzentrum aktuell rd. 6 %. Die Leerstände befinden sich einerseits in der Breiten Straße sowie im rückwärtig gelegenen Teilbereich der Judengasse.
- Ein großes Potenzial als Frequenzbringer kommt dem südlich des Hauptgeschäftsbereichs am Ernst-von-Houwald-Damm gelegenen überregional ausstrahlenden touristischen Zentrum zu.

Der Standortbereich Weinbergstraße

- Hier befinden sich insgesamt sieben Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von 7.800 m². Dies entspricht einem Anteil von rd. 21 %. Das Warenangebot enthält neben Waren des kurzfristigen Bedarfs (Rewe Vollsortimenter) überwiegend Waren des mittelfristigen Bedarfs (OBI, KIK und Tedi) und wird durch sieben zentrenergänzende Funktionen wie beispielsweise die Arbeitsagentur und das Straßenverkehrsamt geprägt.

Der Standortbereich Postbautenstraße

- Der Standort weist insgesamt acht Einzelhandelsbetriebe auf, die zusammen über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 8.800 m² verfügen. Dies entspricht einem gesamtstädtischen Anteil von rd. fünf Prozent. Das Warenangebot enthält neben nahversorgungsrelevanten Sortimenten (Marktkauf) überwiegend Waren des mit-

telfristigen Bedarfs (Toom Baumarkt, Takko und Reno). Zentrenergänzende Funktionen sind am Standort nicht vorhanden.

Lübben (Spreewald) weist insgesamt eine Verkaufsfläche von rd. 9.000 m² im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel auf, woraus sich ein überdurchschnittliches quantitatives Ausstattungsniveau von 0,65 m² Verkaufsfläche je Einwohner ergibt (Bundesdurchschnitt rd. 0,41 m²/ EW/Brandenburg 0,48m²/EW). Die Zentralitätskennziffer von 131 % verdeutlicht zudem einen Kaufkraftzufluss aus dem Umland.

Die Stadt bietet insgesamt ein gutes Angebot der Nahversorgung und speziell in der Kernstadt eine flächendeckende fußläufige Nahversorgung, im zentralen Versorgungsbereich in der Innenstadt mangelt es jedoch an einem Magnetbetrieb mit Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel.

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau liegt mit 90,8 % (Stand 2015) sowohl unter dem Durchschnitt des Landes Brandenburg (rd. 93 %) als auch unter dem Durchschnitt des Bundes (100).

Durch zusätzliche Bindung von Kaufkraft aus umliegenden Städten und Gemeinden im Mittelbereich ergibt sich ein Zentralitätswert von 116 %, sortimentsbezogen sind hinsichtlich der Kaufkraftbindung aber deutliche Unterschiede erkennbar.

Touristen erzeugen mit ihren Tagesausgaben rd. 7,5 % des Gesamtumsatzes in Lübben (Spreewald).

5 Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung

Bevor aufbauend auf die Bestandsanalyse konkrete Instrumente entwickelt und vorgestellt werden können, sind zunächst der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen sowie übergeordnete Leitlinien zur künftigen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Lübben (Spreewald) zu erarbeiten.

5.1 Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen

Die Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens dient – als absatzwirtschaftliche Kenngröße – der Einordnung und Bewertung zukünftiger Einzelhandelsentwicklungen. In dem Entwicklungsrahmen werden angebots- und nachfrageseitige Rahmenbedingungen zusammengeführt und auf ihre zukünftige perspektivische Entwicklung hin untersucht.

5.1.1 Vorbemerkungen zum ermittelten Entwicklungsrahmen

Der nachfolgend vorgestellte Entwicklungsrahmen ist im kommunalen Abwägungsprozess unter Berücksichtigung folgender Gesichtspunkte zu interpretieren:

- Er kann und soll aufgrund seines naturgegebenen mit Unsicherheiten behafteten Prognosecharakters grundsätzlich keine „Grenze der Entwicklung“ (etwa als oberer Grenzwert), sondern vielmehr eine von mehreren Abwägungsgrundlagen zur künftigen städtebaulich begründeten Steuerung des Einzelhandels darstellen.
- Auch Vorhaben, die den absatzwirtschaftlich tragfähigen Entwicklungsrahmen überschreiten, können im Einzelfall zur gewünschten Attraktivitätssteigerung des Einzelhandelsangebots beitragen, wenn sie mit dem räumlichen Entwicklungsleitbild sowie den Zielen und Leitsätzen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Lübben (Spreewald) korrespondieren und wenn sie an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten angesiedelt werden.
- Vorhaben, die diesen Zielen und dem vorliegenden Konzept jedoch nicht entsprechen und die sich aufgrund ihrer Dimensionierung nicht in den ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen einfügen, können das städtebaulich präferierte Zentrum und weitere Standorte durch Umverteilungseffekte im Einzelfall gefährden.
- Dies impliziert, dass der hier beschriebene absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen im engen Kontext mit den räumlichen Entwicklungsvorstellungen zu sehen ist. Erst im Kontext des räumlich gefassten Entwicklungsleitbilds kann der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen zur Verfolgung stadtentwicklungspolitischer Ziele eingesetzt werden.

Für spezialisierte oder neuartige Anbieter sind Entwicklungsspielräume auch oberhalb der Verkaufsflächenangaben in den jeweiligen Warengruppen grundsätzlich denkbar, da sie in der aktuellen Form der Potenzialanalyse noch keine Berücksichtigung finden können. Ebenso können Betriebsverlagerungen innerhalb Lübbens (Spreewald) gesondert beurteilt werden, weil sie sich gegenüber dem Neuansiedlungspotenzial neutral verhalten, solange mit der Verlagerung keine Betriebserweiterung verbunden ist.

5.1.2 Methodik und Berechnung

Grundsätzlich ist anzumerken, dass für eine zuverlässige Prognose des Verkaufsflächenbedarfs die gegenwärtigen, die vergangenen Entwicklungen sowie die angebots- und nachfrageseitigen Zielgrößen einbezogen werden. Aufbauend auf der gegenwärtigen Situation von Angebot und Nachfrage in der Stadt Lübben (Spreewald) werden der Berechnung die nachfolgenden Parameter zugrunde gelegt:

Abbildung 26: Ermittlungsmethodik des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens



Quelle: Eigene Darstellung.

Neben der Entwicklung angebots- und nachfrageseitiger Rahmenbedingungen ist der Versorgungsauftrag einer Kommune bei der Quantifizierung absatzwirtschaftlicher Entwicklungsspielräume von Bedeutung. Der anzustrebende Versorgungsgrad einer Kommune korrespondiert mit ihrer seitens der Regional- und Landesplanung angestrebten zentralörtlichen Aufgabenzuweisung. Dies ist in der Rechtsprechung und Literatur

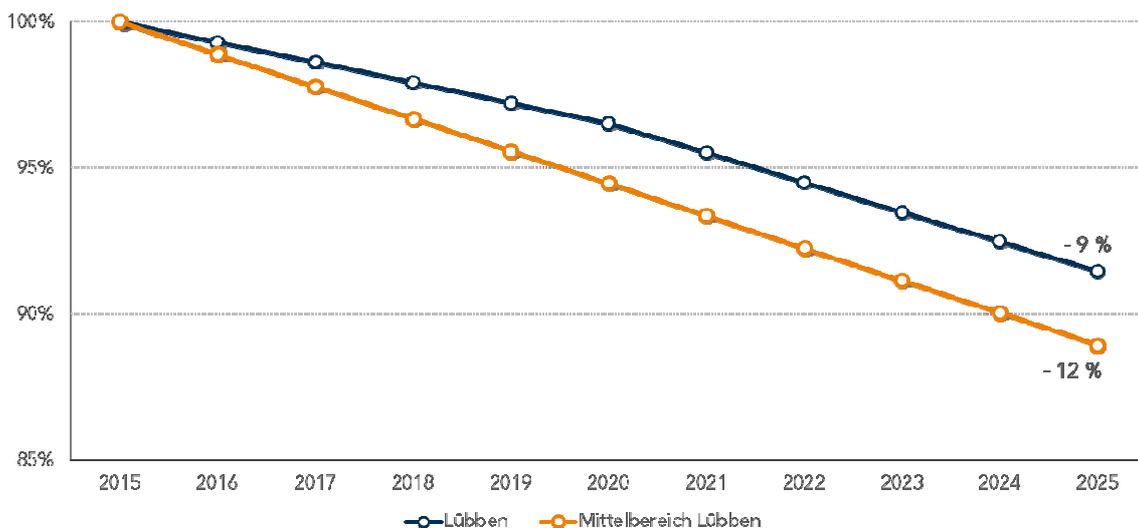
grundsätzlich anerkannt. So sollen Ober- und Mittelzentren beispielsweise zentrale Einzelhandelsfunktionen mit breit gefächerten Einzelhandelsangeboten auch für ihr zugeordnetes Einzugsgebiet wahrnehmen.³¹ Dieser planerisch und rechtlich zugebilligte Versorgungsauftrag wird hier als sogenannte Ziel-Zentralität aufgegriffen.

Im Folgenden werden die Eingangsgrößen für die Ermittlung des Entwicklungsrahmens einzeln erörtert.

Zukünftige Bevölkerungsentwicklung

Zur Untersuchung der künftigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Lübben (Spreewald) wird die Bevölkerungsvorausschätzung der Stadt in den Jahren 2011 bis 2030, sowie das LVB Mittelbereichsprofil Lübben (Spreewald) (2013) zugrunde gelegt (siehe Abbildung 27). Die Bevölkerungsprognosen sagen für die Stadt Lübben (Spreewald) zwischen den Jahren 2015 und 2025 einen Rückgang von rd. 9 %, für den Mittelbereich sogar einen Rückgang von rd. 12 % voraus.

Abbildung 27: Zukünftige Bevölkerungsentwicklung in Lübben (Spreewald)



Quelle: Eigene Darstellung auf Grundlage Stadt Lübben (Spreewald): Bevölkerungsvorausschätzung für die Stadt Lübben (Spreewald) in den Jahren 2011 bis 2030 und LVB 2013: Mittelbereichsprofil Lübben (Spreewald) 2013.

³¹ Grundzentren werden im LEP B-B bislang nicht ausgewiesen. Grundzentren würde die Funktion der erweiterten Grundversorgung der örtlichen Bevölkerung zukommen.

Abbildung 28: Bevölkerungsentwicklung Lübben (Spreewald) 1997 - 2014



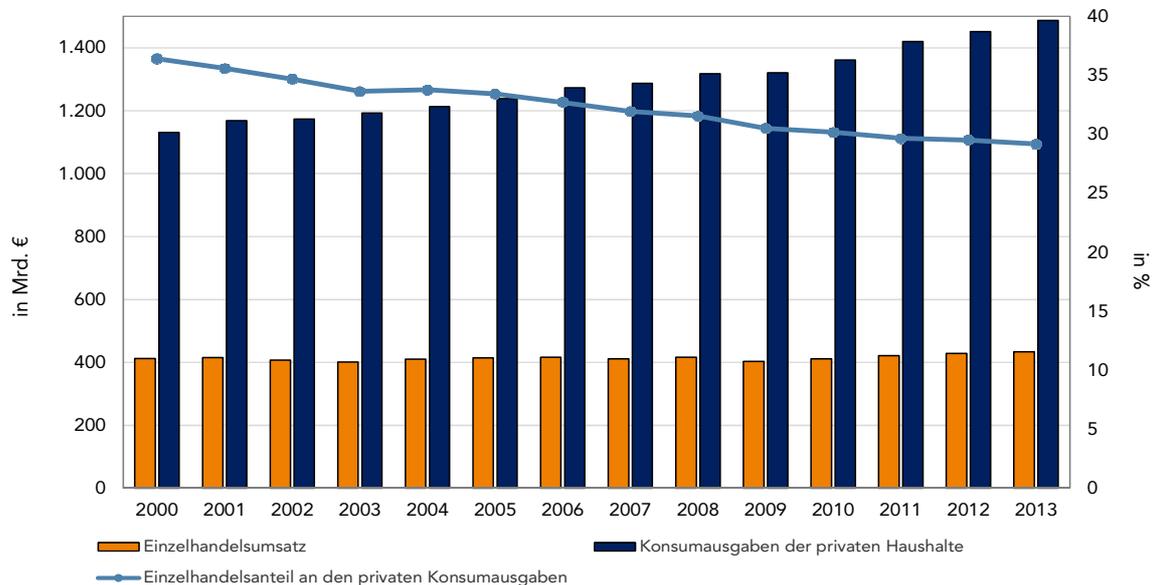
Quelle: Einwohnermeldeamt Stadt Lübben (Spreewald)

Bis Ende 2015 soll die Bevölkerungsprognose fortgeschrieben werden und lässt aufgrund der Entwicklungen seit Januar 2014 (vgl. Abbildung 28) leicht günstigere Tendenzen erwarten. Trotzdem wird eine rückläufige Bevölkerungsentwicklung nicht ausbleiben, so dass insgesamt keine wesentlichen Impulse für die künftige einzelhandelsrelevante Kaufkraft zu erwarten sind.

Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner

Die Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland sind in den letzten 13 Jahren um insgesamt knapp 32% (rd. 360 Mrd. Euro) auf rd. 1.490 Mrd. Euro gestiegen. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft dagegen stagniert im gleichen Zeitraum bei etwa 410 bis 435 Mrd. Euro je Jahr. So lag der Einzelhandelsanteil an den Gesamtkonsumausgaben 2000 noch bei 36 %, während er 2013 nach stetigem Rückgang nur noch rd. 29 % ausmacht (vgl. Abbildung 29).

Abbildung 29: Entwicklung von Konsumausgaben, Einzelhandelsanteil und Einzelhandelsumsatz



Quellen: Eigene Darstellung nach Statistisches Bundesamt 2014; Statista 2014

In der Summe stagnieren somit die realen einzelhandelsrelevanten Ausgaben³² seit Jahren. Ob dieser Trend für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden kann, ist angesichts der aktuellen unsicheren konjunkturellen Lage für den Einzelhandel und dessen einzelne Branchen nicht präzise vorherzusagen. Für die Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens wird daher eine stagnierende Entwicklung mit sortimentspezifischen Unterschieden eingestellt.

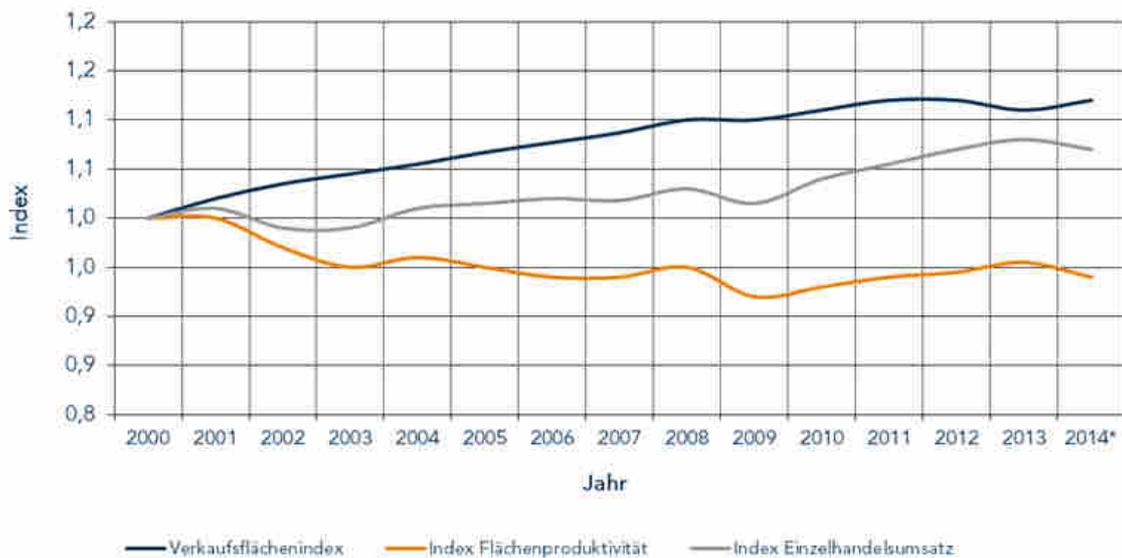
Berücksichtigung bei der Prognose der Konsumausgaben im Einzelhandel findet dabei zudem die Verschiebung der Vertriebswege, die einen stetig steigenden Anteil des Online-Handels als nicht-stationärer Einzelhandel aufweist.

Entwicklung der Flächenproduktivitäten

In der Zeit von 2000 bis 2014 erfolgte bundesweit ein stetiges Wachstum der Verkaufsflächen durch Erweiterung und Neuerrichtung von Einzelhandelsbetrieben. Gleichzeitig stagnierte die Umsatzentwicklung nahezu, so dass folglich die Flächenproduktivität stetig abnahm.

³² Grundsätzlich ist zwischen der nominalen und der realen Steigerung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft zu differenzieren. Da die nominale Entwicklung die inflationären Entwicklungen unberücksichtigt lässt, lassen sich aus der nominalen Entwicklung keine Rückschlüsse auf ein zusätzliches absatzwirtschaftlich tragfähiges Entwicklungspotential ziehen. Daher wird auf inflationsbereinigte Werte zurückgegriffen, die die reale Entwicklung beschreiben.

Abbildung 30: Entwicklungsindex der Flächenproduktivitäten von 2000 bis 2014



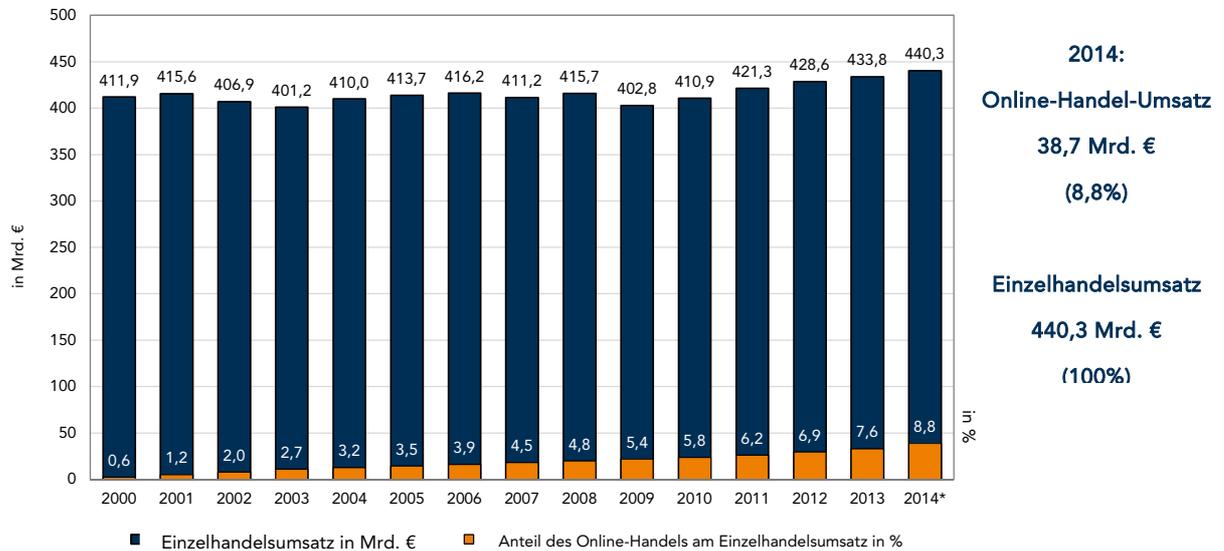
Quellen: Eigene Darstellung nach Hahn Gruppe 2014; *Prognose.

Die lineare Fortsetzung dieses Trends ist unwahrscheinlich. Die Flächenproduktivität ist in der Vergangenheit durch einen ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die dynamische und betriebstypologisch unterschiedliche Entwicklung deutlich ausdifferenziert und z. T. abgeschwächt. Das Erreichen von Grenzrentabilitäten wird durch die hohe und zunehmende Zahl der Betriebsaufgaben unterstrichen. Dies geht mit Marktsättigungstendenzen einher, die in einem weiteren Fortschreiten von Konzentrationsprozessen münden werden. Konsequenterweise kann zukünftig mit einem abgeschwächten Trend bei der Abnahme der Raumleistungen oder sogar – zumindest teilweise – mit stagnierenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden.

Online-Handel als Herausforderung für den Einzelhandel

Eine besondere Herausforderung für den stationären Einzelhandel stellt der Online-Handel dar, dessen Bedeutung in Deutschland im Verlauf der letzten Jahre spürbar angewachsen ist. So konnte das Onlinegeschäft in der näheren Vergangenheit stetig steigende Umsätze verzeichnen, wie nachfolgende Abbildung verdeutlicht.

Abbildung 31: Anteil des Online-Handels am Einzelhandelsumsatz (in Mrd. Euro) in Deutschland von 2000 bis 2013 und Prognose für 2014



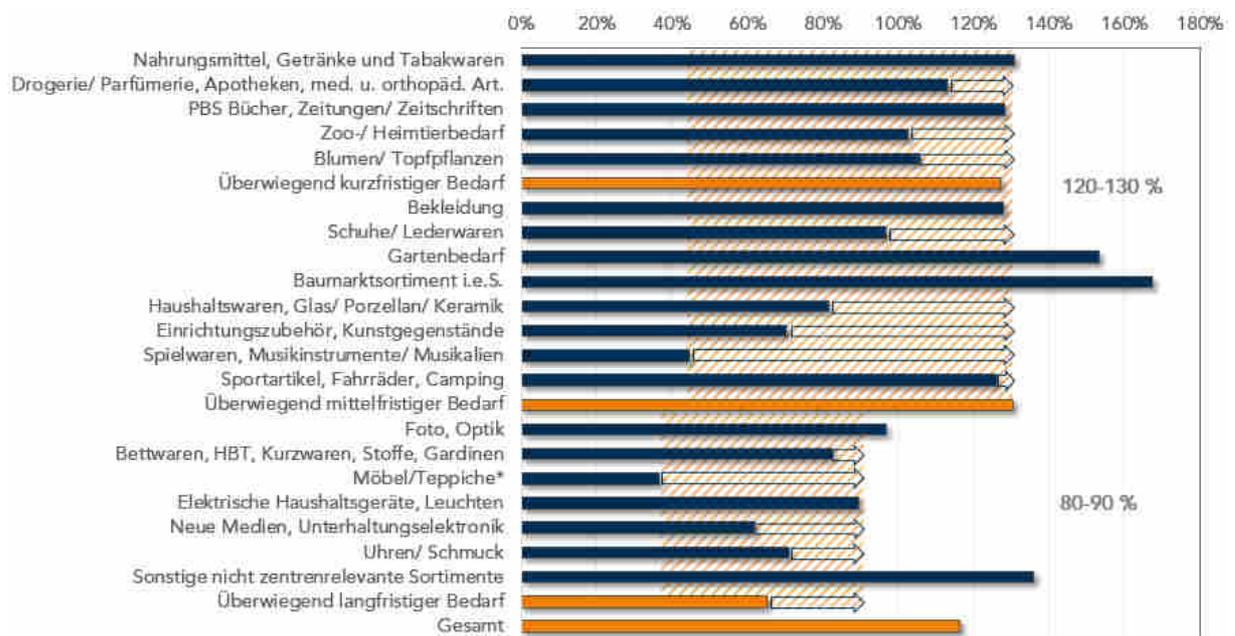
Quelle: Eigene Darstellung nach Statista 2014; *Prognosewerte für 2014.

Derzeit umfasst der Online-Handel insgesamt ein Volumen von rd. 38,7 Mrd. Euro (rd. 8,8 % des Gesamtumsatzes). Ob dieser Trend für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden kann, ist derzeit allerdings nicht präzise vorherzusagen. In die nachfolgenden absatzwirtschaftlichen Berechnungen wurden daher Annahmen für die jeweiligen Sortimentsbereiche einbezogen, die in Spannweiten die möglichen Entwicklungsszenarien berücksichtigen. Aktuell vorliegende Prognosen gehen davon aus, dass der Anteil des Online-Handels am Gesamtumsatz des Einzelhandels im Jahr 2025 bei rd. 20 bis 25 % liegen wird.

Versorgungsauftrag: Ziel-Zentralitäten

Die heutige Einzelhandelszentralität von Lübben (Spreewald) beträgt rd. 116 % (vgl. Kap. 4.4), dies stellt eine für ein Mittelzentrum – welches hauptsächlich zur Versorgung mit Gütern des gehobenen Bedarfs dienen soll – gute Ausgangslage dar, wenngleich in einigen Warengruppen Entwicklungspotenziale im Hinblick auf die künftig erzielbare Zentralität (vgl. nachfolgende Abbildung; Zielzentralitäten sind als gestrichelter Bereich erkennbar) abgeleitet werden können.

Abbildung 32: Zentralitäten nach Warengruppen und Zielzentralitäten



Quelle: Eigene Annahmen auf Basis der ermittelten Zentralitätswerte; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; HBT = Haus-/Bett-/Tischwäsche (*aus Datenschutzgründen werden die Sortimente Teppich u. Möbel zusammengefasst).

Für alle Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs ist dauerhaft eine Zielzentralität von rd. 120 bis 130 % entwicklungspolitisch und gemessen am landesplanerischen Versorgungsauftrag³³ plausibel, da diese Sortimente grundsätzlich von allen Kommunen, gemessen an der jeweils vor Ort verfügbaren Kaufkraft, möglichst umfassend zur Verfügung gestellt werden sollen. Allerdings übernimmt hier das Mittelzentrum Lübben (Spreewald) in diesen Warengruppen in Teilen Versorgungsfunktionen für das ländlich geprägte Umland, da in den hier verorteten Städten und Gemeinden mit einer Einwohnerzahl von weniger als 5.000 (insbesondere Unterspreewald und Märkische Heide) eine komplette Kaufkraftbindung im nahversorgungsrelevanten Bereich perspektivisch unrealistisch erscheint.

Für die Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs werden ebenfalls Zielzentralitäten von 120 bis 130 % als plausibel betrachtet. Für die Warengruppen des langfristigen Bedarfs in Lübben (Spreewald) werden in der pessimistischen Variante Zielzentralitäten von 80 % und in der optimistischen Varianten von 90 % zu Grunde gelegt. Höhere Zielzentralitäten wären zwar wünschenswert, können aber zum einen aufgrund der relativ niedrigen Aus-

³³ Nach dem Grundsatz 2.4 LEP B-B soll „die Versorgung der Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen des Grundbedarfes [...] innerhalb der amtsfreien Gemeinden und innerhalb der Ämter für die amtsangehörigen Gemeinden abgesichert werden“(LEP B-B 2015). Aktuell übernimmt die Stadt Lübben aufgrund mangelnder Versorgungseinrichtungen in Teilen Versorgungsfunktionen für das ländlich geprägte Umland. Hieraus resultieren die über 100% liegenden Werte der Zentralität sowie der Zielzentralität im Bereich des Grundbedarfs. Falls die aktuell von der Stadt Lübben mit versorgten amtsfreien und amtsangehörigen Gemeinden (bzw. die Ämter für die amtsangehörigen Gemeinden) künftig gemäß dem landesplanerischen Versorgungsauftrag die Versorgung der Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen des Grundbedarfs übernehmen sollten, ist mit eine Reduzierung der Zentralitätswerte/Zielzentralitäten Lübbens im Bereich des Grundbedarfs zu rechnen.

gangszentralität von nur 65 % für den langfristigen Bedarf, zum anderen aufgrund der speziellen Konkurrenzsituation mit dem angrenzenden Mittelzentrum Lübbenau/Spreewald nicht als realistische Prognosevariante zugrunde gelegt werden. Gleichwohl resultieren bereits aus diesen Zielzentralitäten Entwicklungspotenziale für einige Warengruppen.

Eine zusammenfassende Übersicht zur Entwicklung der für den ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen zugrunde gelegten Parameter gibt die folgende Tabelle:

Tabelle 4: Eingangsparemeter zur Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens

	Entwicklungsperspektive für Lübben (Spreewald) bis 2025
Bevölkerungsentwicklung	Prognose -9 %
Altersstruktur	zunehmend höherer Anteil älterer Menschen
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf	Stagnation mit sortimentsbezogenen Unterschieden
Kaufkraftentwicklung in Lübben (Spreewald)	leichter Anstieg in den letzten Jahren
Verkaufsflächenansprüche der Anbieter	leichte Impulse, da tendenziell leicht steigend in den letzten Jahren
Versorgungsauftrag (Ziel-Zentralitäten)	Sehr heterogen ausgeprägte Zentralitätswerte, Versorgungsauftrag umfasst insbesondere den gehobenen Bedarf.

Quelle: Eigene Darstellung

Zwar besteht in einzelnen Warengruppen spezifisches Entwicklungspotenzial, jedoch ist insgesamt nur ein begrenztes absatzwirtschaftliches Potenzial in Lübben (Spreewald) vorhanden. Eine Entwicklung deutlich über den absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen würde zu Umsatzverteilungen innerhalb des mittelzentralen Funktionsraums führen, deshalb sollten anstatt der Quantität die Standortfrage und die Qualität des Angebotes im Vordergrund stehen.

5.1.3 Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen für Lübben (Spreewald)

Aus den oben dargestellten angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen und den Ziel-Zentralitäten für die Stadt Lübben (Spreewald) ergibt sich eine Prognose für den künftigen absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen. Folgende Abbildung stellt diesen differenziert nach Betriebstypen und Warengruppen dar, welche aktuell – gesamtstädtisch betrachtet – die höchsten Ansiedlungspotenziale aufweisen.

Tabelle 5: Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen für Lübben (Spreewald) nach Betriebstypen und Warengruppen bis 2025



Quelle: Eigene Prognose auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel/ complan 01/ 2015.

Für Lübben (Spreewald) bedeuten die Prognoseergebnisse des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens,

- dass die landes- bzw. regionalplanerisch zugewiesene Versorgungsfunktion der Stadt Lübben (Spreewald) als Mittelzentrum in einigen Warengruppen durch neue Angebote und Verkaufsflächen erweitert und verbessert werden kann,
- dass in den Warengruppen ohne quantitatives Entwicklungspotential neue Angebote und Verkaufsflächen überwiegend nur durch Umsatzumverteilungen im Bestand zu realisieren sind (dies trifft bei neuartigen oder speziellen Anbietern nur bedingt zu),

- dass bei einer deutlichen Überschreitung des ermittelten Entwicklungsrahmens ein ruinöser Wettbewerb mit ggf. städtebaulich negativen Folgen und eingeschränkten Entwicklungsmöglichkeiten für das Lübbener Innenstadtzentrum einerseits oder die flächendeckende Nahversorgungsstruktur andererseits resultiert,
- und dass angesichts des teils begrenzten Entwicklungsrahmens für viele Warengruppen der Standortfrage im stadtentwicklungspolitischen Steuerungsgeschehen ein besonderes Gewicht beigemessen werden sollte.

Im Folgenden werden die Prognoseergebnisse für die Warengruppen mit den zu erwartenden Entwicklungen erläutert.

Kurzfristiger Bedarfsbereich

In diesem Sortimentsbereich ist ein gewisser – wenn auch sehr begrenzter – absatzwirtschaftlich tragfähiger Entwicklungsrahmen zum Ausbau der Nahversorgung vorhanden. So kann in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel das Verkaufsflächenpotenzial durch entsprechende Verkaufsflächenarrondierungen bestehender Anbieter oder durch mögliche Kleinflächenkonzepte ausgeschöpft werden. Dabei sind vor dem Hintergrund der weitestgehend saturierten Marktsituation in Lübben aber stets auch die Wechselwirkungen zu den bestehenden Anbietern zu betrachten, um die gute räumliche Versorgungssituation nicht zu gefährden. Vertiefende Empfehlungen dazu sind dem Kapitel Das Nahversorgungskonzept^{6.3} zu entnehmen. In der Warengruppe Drogerie/Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel lässt sich zum Zeitpunkt der Verkaufsflächenenerhebung (01/2015) ein Ansiedlungspotenzial für einen Fachmarkt bzw. ein Fachgeschäft erkennen. Mit der Eröffnung des Rossmann Drogeriemarktes an der Berliner Chaussee im April 2015 ist dieses Potenzial aktuell ausgeschöpft. Die Warengruppe Papier/Büro/Schreibwaren, Zeitungen, Zeitschriften und Bücher zeigt insbesondere aufgrund des vorhandenen Hugendubel keine zusätzlichen Ansiedlungspotenziale. Weiteres Verkaufsflächenpotenzial für die Ansiedlung von kleinen Fachgeschäften bzw. zur Arrondierung vorhandener Betriebe besteht in den Warengruppen Zoo-/Heimtierbedarf und Blumen/Topfpflanzen.

Allgemein findet in dieser Bedarfsstufe ein nennenswerter Kaufkraftzufluss nach Lübben (Spreewald) statt, der als kaum mehr steigerbar erachtet werden kann.

Mittelfristiger Bedarfsbereich

Das Verkaufsflächenpotenzial im mittelfristigen Bedarfsbereich ergibt sich im Wesentlichen durch die Warengruppen Spielwaren, Musikinstrumente/Musikalien, Schuhe/Lederwaren. Hier ergibt sich in der Stadt Lübben (Spreewald) ein nennenswertes Potenzial, welches für die Ansiedlung von jeweils kleineren Fachmärkten mit einer VKF-Fläche von 400 bis 800 m² ausreichend ist. Weiteres Verkaufsflächenpotenzial besteht

zudem in den Warengruppen Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren, Einrichtungszubehör, Bekleidung, Gartenbedarf und Baumarktsortiment; dieses ist ausreichend für die Ansiedlung von Fachgeschäften bzw. bestehen für Bestandsbetriebe weitere Arrondierungsmöglichkeiten (Erweiterung). Abgesehen von den Warengruppen Gartenbedarf und Baumarktsortiment i.e.S. ist es im Hinblick auf das Ziel der Innenstadtstärkung empfehlenswert, diese Ansiedlungspotenziale künftig schwerpunktmäßig zur Angebotsarrondierung im zentralen Versorgungsbereich in der Innenstadt zu nutzen. Für die Warengruppe Sportartikel, Fahrräder, Camping ergeben sich keine weiteren nennenswerten Ansiedlungspotenziale.

Langfristiger Bedarfsbereich

Aus den Warengruppen des langfristigen Bedarfsbereichs ergibt sich für die Warengruppe Neue Medien, Unterhaltungselektronik und elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten eine Ansiedlungsoption für ein kleinen Fachmarkt/ Fachgeschäft bzw. bestehen für Bestandsbetriebe weitere Arrondierungsmöglichkeiten (Erweiterung). Für die Warengruppen Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche, Teppiche und Uhren/Schmuck bestehen Verkaufsflächenpotenziale für kleinflächige neue Anbieter bzw. ein Arrondierungsspielraum für bestehende Betriebe. Für die Warengruppe Foto, Optik besteht aufgrund der bereits vorhandenen Optiker in der Stadt Lübben (Spreewald) kein weiteres Ansiedlungspotenzial.

Im Bereich der Warengruppe Möbel ist ein hohes Ansiedlungspotenzial in der Größenordnung eines großflächigen Fachmarktes vorhanden. Durch eine dementsprechende Ansiedlung könnte die in der Warengruppe Möbel aktuell an Standorte außerhalb des Stadtgebiets abfließende Kaufkraft bspw. den Repo Markt in Lübbenau/Spreewald bzw. die großen Magneten Möbel Höffner in Cottbus und IKEA in Berlin-Waltersdorf partiell rückgebunden werden.

5.2 Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Lübben (Spreewald)

Als optimal ausgewogene und den Entwicklungszielen der Stadt Lübben (Spreewald) bestmöglich entsprechende Zielperspektive sollen nach Teilräumen differenzierte Entwicklungszielstellungen verbunden mit einer klaren Prioritätensetzung, angestrebt werden:

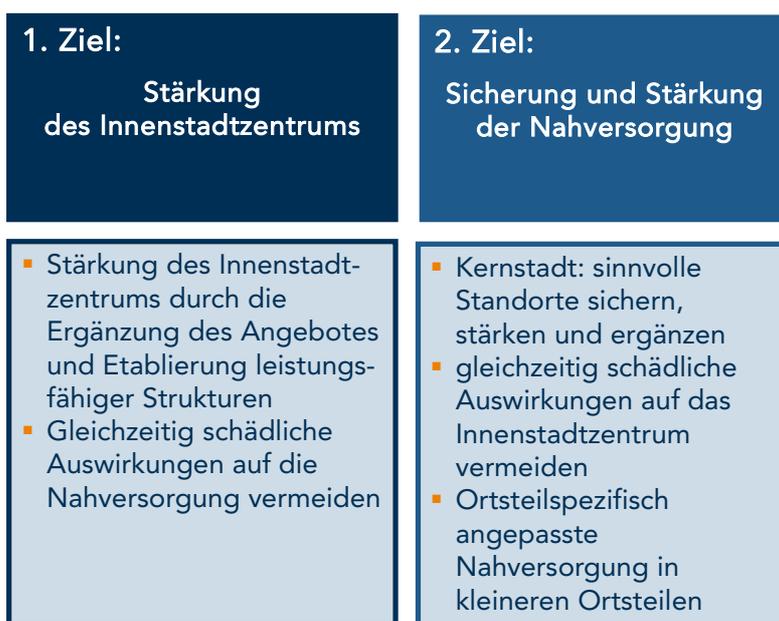
1. Stärkung des Innenstadtzentrums: Stärkung des Innenstadtzentrums in dessen Versorgungsfunktion und gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf die Nahversorgung vermeiden,
2. Sicherung und Stärkung der Nahversorgung: Sinnvolle Standorte in der Kernstadt sichern, stärken und ergänzen, gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf das Innenstadtzentrum vermeiden; ortsteilspezifisch angepasste Nahversorgung in kleineren Ortsteilen entwickeln.

Zwischen diesen – je nach Sortimentsbereich (zentrenrelevante, zentren- und nahversorgungsrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente) jeweils unterschiedlichen Zielen – ist nachfolgend ein präzise abgestimmtes Umsetzungsinstrumentarium zu entwickeln, so dass die Verfolgung des einen Ziels nicht die Umsetzung eines anderen Ziels gefährdet.

Einerseits ist für diese Form der ausgewogenen Zielumsetzung eine genaue Definition der zentren- bzw. zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente erforderlich (vgl. Kapitel 6.4.2). Des Weiteren muss auch das Zentrums- und Standortkonzept auf diese Entwicklungszielstellung näher eingehen und sie räumlich konkretisieren. Nicht zuletzt ist auch die Erarbeitung von auf diese Sortimentsgruppen bezogenen Ansiedlungsleitsätzen erforderlich, die in Kapitel 6.5 erfolgt.

Die nachfolgende Grafik veranschaulicht zusammenfassend die übergeordnete Entwicklungszielstellung: Im Fokus der Entwicklung steht der zentrale Versorgungsbereich in der Innenstadt Lübben (Spreewald), welcher gesichert und gestärkt werden soll.

Abbildung 33: Übergeordnete Entwicklungszielstellung für Lübben (Spreewald)



Quelle: Eigene Darstellung.

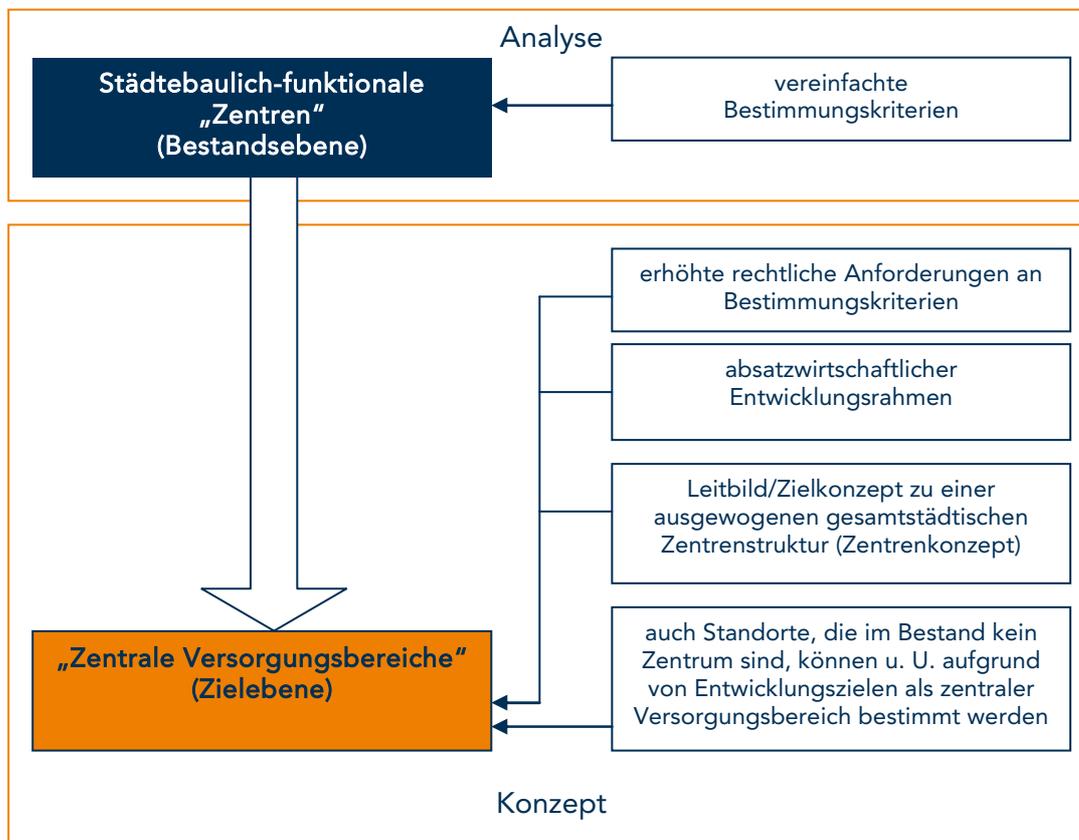
6 Einzelhandelskonzept für Lübben (Spreewald)

Aufbauend auf die eingehende Analyse der Angebots-, Nahversorgungs- und Nachfragestruktur in der Stadt Lübben (Spreewald) (vgl. Kap. 4) wird im Folgenden ein Zentrums- und Standortkonzept entwickelt und die Liste zentrenrelevanter Sortimente (Sortimentsliste bzw. „Lübbener Liste“) sowie die bei Standortanfragen anzuwendenden Ansiedlungsleitsätze abgeleitet.

6.1 Das Zentrumskonzept: Empfehlungen für den zentralen Versorgungsbereich in Lübben (Spreewald)

Bei der Entwicklung eines Zentrums- und Standortkonzeptes ist zu prüfen, inwieweit die bereits vorgestellten Standortbereiche die rechtlichen Standortanforderungen als zentraler Versorgungsbereich (ZVB) erfüllen. Hierzu gehört neben der städtebaulichen integrierten Lage, auch ein multifunktionales Angebot, welches neben dem Einzelhandel auch private Dienstleistungen, Gastronomie und öffentliche Einrichtungen wie z. B. Verwaltungseinrichtungen oder Bildungseinrichtungen umfasst. Um die Versorgungsfunktion für die Bevölkerung erfüllen zu können, ist eine hohe verkehrliche Zentralität im Bereich des motorisierten Individualverkehrs und öffentlichen Personennahverkehrs erforderlich. Neben den faktischen Gegebenheiten können zentrale Versorgungsbereiche auch mögliche Flächen zur weiteren Entwicklung und Stärkung eines zentralen Versorgungsbereiches enthalten (vgl. Kapitel 2.2). Die folgende Grafik veranschaulicht ergänzend, inwiefern die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche über die vereinfachte Beschreibung der Standard-Bestandsstruktur hinausgeht.

Abbildung 34: Methodik: Ableitung von zentralen Versorgungsbereichen aus dem Bestand kommunaler städtebaulich-funktionaler Zentren



Quelle: Eigene Darstellung.

In Lübben (Spreewald) kann der zentrale Versorgungsbereich in der Innenstadt abgegrenzt werden. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept enthält nicht zuletzt auch Empfehlungen zur Fortentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs.

Neben dem genannten zentralen Versorgungsbereich werden keine weiteren Einzelhandelsstandorte als zentrale Versorgungsbereiche definiert. Zwar lassen mehrere Standorte gewisse Funktionsbündelungen und eine aus Einzelhandelsicht zu bewertende Agglomeration erkennen, sie weisen jedoch nicht die genannten erforderlichen Merkmale für zentrale Versorgungsbereiche auf. Insbesondere ist bei solchen Agglomerationen der Grad der Nutzungsmischung, die städtebauliche Dichte und die damit verbundene Vitalität auch hinsichtlich ergänzender Zentrenfunktionen (Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen usw.) nicht ausreichend ausgeprägt. Von dieser Bewertung unberührt bleibt die Tatsache, dass solche Standorte durchaus gewisse Versorgungsfunktionen übernehmen können und sollten, etwa Versorgungsfunktionen für den unmittelbaren Nahbereich.

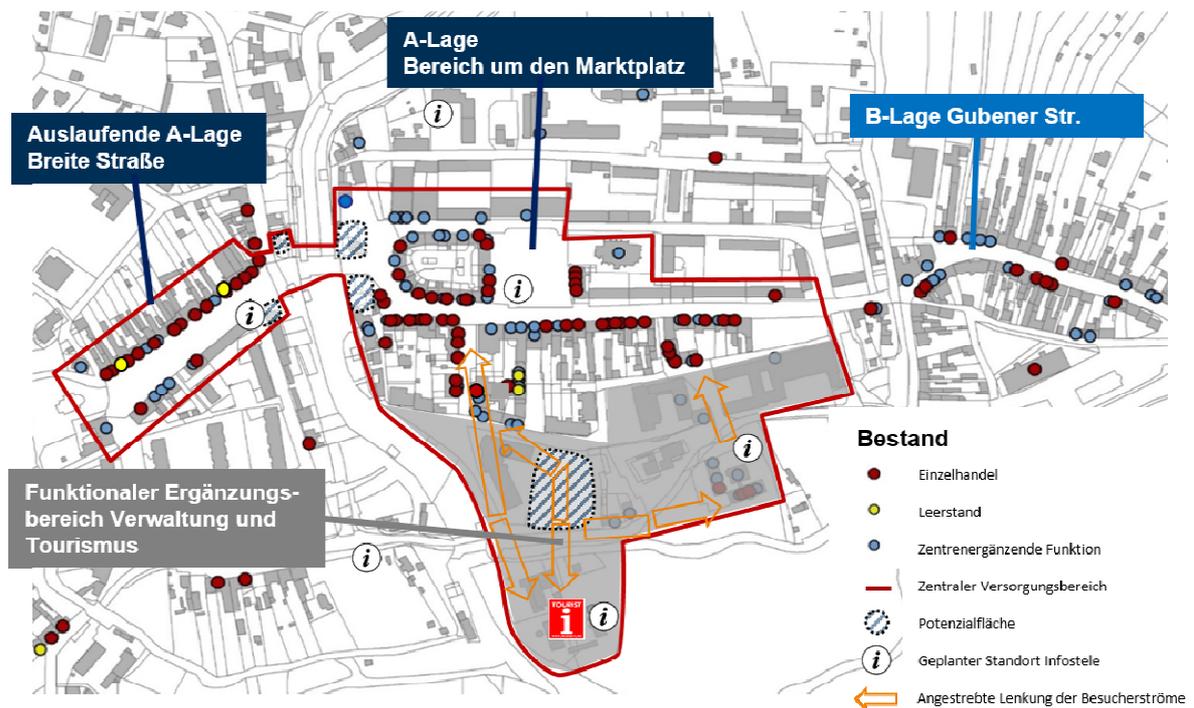
6.1.1 ZVB in der Innenstadt

Für die Bauleitplanung und die bauordnungsrechtlichen Verfahren ist eine genaue räumliche Festlegung des Innenstadtbereichs als zentraler Versorgungsbereich (ZVB) erforderlich.³⁴ Für den in folgender Abbildung dargestellten und empfohlenen zentralen Versorgungsbereich wurden verschiedene Kriterien herangezogen. So wurden neben vorhandenen städtebaulich-funktionalen Grenzen die Bereiche der Innenstadt mit der größten Einzelhandelsdichte und Nutzungsvielfalt berücksichtigt. Darüber hinaus wurden benachbart zum Hauptgeschäftsbereich liegende hochrangige Verwaltungseinrichtungen, mögliche Entwicklungsflächen in der Innenstadt sowie das touristische Zentrum mit seiner starken frequenzerzeugenden Funktion und wichtige kulturelle Einrichtungen als Kriterium herangezogen. Die Einbeziehung der letztgenannten Bereiche ist insbesondere auch unter Gesichtspunkten der strategischen Entwicklungsperspektive und zukünftigen Stärkung des ZVB vorgenommen worden, die eine engere funktionale Verknüpfung der Innenstadtteilbereiche und die stärkere Nutzung der touristischen Umsatzpotenziale vorsieht.

Im Ergebnis der genannten Kriterien umfasst die Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches neben den Einzelhandels-A-Lagen um den Marktplatz und Breite Straße einen fast ebenso großen südlich an den Marktplatz angrenzenden Bereich mit zentralergänzenden Funktionen mit dem Schwerpunkt Verwaltung / Dienstleistung sowie Tourismus (FUA – Funktionaler Ergänzungsbereich). Ferner zählen zum ZVB einige Potenzialflächen, und zwar mehrere kleinere Standorte räumlich zwischen den A-Lagen um den Marktplatz und Breite Straße sowie ein größerer Standort in dem Funktionaler Ergänzungsbereich (s. Abb. 35).

³⁴ Die dargestellte Abgrenzung ist als gebietsscharfe und nicht als parzellenscharfe Abgrenzung zu verstehen. Eine parzellenscharfe Konkretisierung kann nachfolgend im Bauleitverfahren vorgenommen werden. Die in der Abbildung vorhandene Begrenzung bezieht sich auf die in der Realität ablesbare Gebäude- und Nutzungsstruktur sowie auf städtebauliche Barrieren.

Abbildung 35: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich in der Innenstadt



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel/complan 01/ 2015.

Die einzelnen Teilbereiche des ZVB in der Innenstadt werden nachfolgend genauer beschrieben:

A-Lage Bereich um den Marktplatz

Die Hauptlage des zentralen Versorgungsbereichs umfasst die wesentlichen Teile des neu gestalteten Stadtkerns. Die Lage schließt im Norden die westlichen und zentralen Bereiche der Poststraße inklusive der Paul-Gerhardt-Kirche und des Kinos Spreewald Lichtspiele sowie den gegenüberliegenden Bereich um den Marktplatz mit ein. Östlich wird die Hauptlage durch den Brückenplatz begrenzt. Die südliche Abgrenzung verläuft entlang der Straße Hinter der Mauer, der Salzhausgasse sowie der Reutergasse und schließt als Querverbindungen die Judengasse und die Gerichtsstraße sowie den größten Teil der Hauptstraße als Haupteinkaufsstraße mit ein. Die Einordnung als Hauptlage begründet sich mit dem nahezu durchgängigen Besitz an Einzelhandelsgeschäften und zentrenergänzenden Funktionen, der im Ergebnis zu einer hohen Nutzungsvielfalt und vergleichsweise hohen Passantenfrequenzen führt.

Auslaufende A-Lage Breite Straße

Die Nebenlage Breite Straße/Am Spreeufer erstreckt sich im westlichen Teilraum des Zentralen Versorgungsbereichs. Die Lage umfasst den gesamten Boulevard Breite Straße von der Geschwister-Scholl-Straße bis zur Berliner Straße. Die Breite Straße war vor der Umgestaltung der Innenstadt die wichtigste Einkaufsstraße in Lübben (Spreewald). Die erfolgreiche Umgestaltung der zentralen Innenstadtbereiche und die daraus folgen-

de Attraktivitäts- und Funktionsstärkung des Marktplatzes und der Hauptstraße gingen durch die zunehmende Konkurrenzsituation mit parallelen Funktionsverlusten in den innerstädtischen Randbereichen einher, die insbesondere auch die Breite Straße betrafen. Diese negative Entwicklung wird durch die Aufgabe der New Yorker Filiale³⁵ weiter verstärkt. Im Ergebnis ist das Auftreten von Leerständen sowie beginnenden Trading down-Effekten zu beobachten. In der Gesamtbetrachtung erfüllt die Straße jedoch durch ihre dichte Einzelhandelskonzentration sowie zentrenergänzende Funktionen nach wie vor eine wichtige Versorgungsfunktion, die eine Integration in den Zentralen Versorgungsbereich begründet. Durch die Brücke über die Spree ist in Richtung Brückenplatz allerdings gegenwärtig kein lückenloser Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz gegeben. Dies soll durch eine bauliche Arrondierung durch Wohn- und Geschäftshäuser mit Einzelhandelsfunktionen im Erdgeschossbereich zukünftig korrigiert werden.

Funktionaler Ergänzungsbereich Verwaltung und Tourismus

Innerhalb des Zentralen Versorgungsbereichs wird ein Funktionaler Ergänzungsbereich (FUA) ausgewiesen. Der FUA umfasst neben den im östlichen ZVB-Teilraum liegenden Verwaltungseinrichtungen (Amtsgericht und Landratsamt) das Schlossensemble mit dem Stadt- und Regionalmuseum und der Stadtbibliothek sowie den Kahnhafen mit der Touristeninformation und den dort angesiedelten, meist saisonalen Einzelhandels- und gastronomischen Einrichtungen. Infolge der vorherrschenden Strukturen besitzt der Einzelhandel im FUA keine (einzelhandelsbezogene) Leitfunktion, sondern eine begleitende Funktion, die im Sinne einer vitalen Nutzungsmischung wesentlich zur Standortattraktivität beiträgt. Aufgrund der überregional ausstrahlenden touristischen Attraktivität des Spreewalds besitzen die genannten Anlaufpunkte ein hohes Potenzial als saisonaler Frequenzbringer für die gesamte Innenstadt.

Potenzialflächen

Der empfohlene zentrale Versorgungsbereich umfasst ebenfalls Potenzialflächen zur räumlich-funktionalen Weiterentwicklung der Innenstadt.

- Die zwischen dem Ernst-von-Houwald-Damm und der Straße Hinter der Mauer liegende Potenzialfläche umfasst eine Fläche von 4.575 m² und ist durch den geltenden Bebauungsplan als Mischgebiet definiert. Die derzeitige Nutzung als unbefestigter Parkplatz beeinträchtigt das umgebende städtebauliche Erscheinungsbild und weist infolge der geringen Aufenthaltsqualität eine eher trennende Wirkung zwischen den Innenstadtbereichen auf. Aufgrund ihrer Lage zwischen dem Hauptgeschäftsbereich und dem touristischen Zentrum bietet die Potenzialfläche gute strategische Ansatzpunkte, um eine Art Scharnierfunktion für eine bessere städtebaulich-funktionale Verbindungsachse zwischen den einzelnen Teilbereichen des Zentralen Versorgungsbereichs zu erfüllen. Voraussetzung dafür ist eine angepasste Bebauung bzw. Entwicklung der Fläche

³⁵ Die Schließung der New Yorker Filiale in der Breiten Straße erfolgte im Juli 2015.

im Einklang mit dem stadtseitig geplanten Wegeleitsystem zur Lenkung der Besucherströme. Zu beachten ist, dass durch die eher rückwärtige Lage der Fläche gegenüber dem Hauptgeschäftszentrum bei einer ausschließlichen Angebotsduplicität u.U. auch Konkurrenzeffekte auftreten können. Bei der Entscheidung für eine (teilräumliche) Entwicklung der Fläche sind daher die Wirkungen des Vorhabens auf die Hauptlagen des Innenstadtzentrums zu prüfen und möglichst eine Ergänzung des innerstädtischen Einzelhandelsbesatzes anzustreben. Aufgrund der Nähe zu den touristischen Anlaufpunkten und unter Berücksichtigung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens ist tendenziell eine eher kleinteilige Bebauung mit touristisch orientierten Sortimentsbereiche und/oder regionalen (Lebensmittel-) Produkten zu empfehlen. Darüber hinaus ist die Fläche aufgrund ihrer Dimensionierung aber auch prinzipiell geeignet die überwiegend kleinteiligen Einzelhandelsstrukturen des Innenstadtzentrums durch größere Einzelhandelsbetriebe in Fachmarktgrößenordnungen zu ergänzen. In jedem Fall empfiehlt sich eine mehrgeschossige Bebauung mit innenstadttypischer Nutzungsmischung aus Wohnen, Einzelhandel, Dienstleistungen und anderen Nutzungen. Als hemmender Faktor für eine Flächenentwicklung ist die aktuelle Eigentumssituation der Fläche zu bewerten. Durch die hohen wirtschaftlichen Erträge der Parkplatznutzung ist nach Aussage der Stadt kein Interesse des privaten Grundstückseigentümers an einer kurzfristigen Flächenentwicklung gegeben, so dass hier bestehende Potenziale zur Stärkung des Zentralen Versorgungsbereich eher perspektivischer Natur sind.

- Weitere Potenzialflächen im Zentralen Versorgungsbereich in der Innenstadt liegen beiderseits der Spree am Brückenplatz sowie im östlichen Abschnitt der Breiten Straße. Es handelt sich hier im Gegensatz zu der bereits beschriebenen Potenzialfläche am Ernst-von-Houwald-Damm um vier kleinteilige Flächen. Die Flächen östlich der Spree sind nicht bebaut und werden aktuell als Parkplatz bzw. als Grünfläche genutzt. Die Stadt hat hier mit der 2014 beschlossenen Festsetzung als Mischgebiet (siehe Bebauungsplan Nr. 1e „Innenstadt“ - 1. Änderung) die bauleitplanerischen Voraussetzungen für eine einzelhandelsbezogene Entwicklung der Fläche geschaffen. Vorgesehen ist die Errichtung von Wohn-Geschäftshäusern. Eine Vergabe der Baufelder wird derzeit von der Stadt vorgenommen. Analog zur erstgenannten Potenzialfläche sollte bei einer Projektentwicklung der Fokus auf komplementären Sortimenten liegen, um eine Konkurrenz zum Einzelhandelsbestand in der Innenstadt zu vermeiden. Zudem ist eine Abstimmung hinsichtlich der Verkaufsflächengröße und der anzusiedelnden Sortimente mit der eventuellen Flächenentwicklung am Ernst-von-Houwald-Damm zu empfehlen.

Am westlichen Spreeufer, zwischen Spree und Berliner Straße ist eine weitere kleine Potenzialfläche ausgewiesen. Es handelt sich hier um eine sanierungsbe-

dürftige Bestandsimmobilie für die eine Prüfung von Entwicklungsmöglichkeiten erfolgen sollte.

Die letzte Potenzialfläche umfasst das derzeit unbebaute nördliche „Kopfgrundstück“ an der Sternstraße. In enger Abstimmung mit dem Eigentümer der Nachbargrundstücks (Genossenschaftliche Wohngemeinschaft Lübben eG) wird hier derzeit die einzelhandelsbezogene bauliche Entwicklung der Fläche geprüft.

Mit der Umsetzung der Projektentwicklungen auf den kleineren Potenzialflächen bietet sich (in der Kombination) die Chance die vorhandene städtebaulich-funktionale Lücke zwischen der Breiten Straße und den zentralen Innenstadtbereichen zu schließen und die Angebotsstruktur zu komplettieren. Die Vorhaben können bei erfolgreicher Realisierung nicht nur einen Beitrag zu Stärkung der Breiten Straße leisten sondern, durch die bessere Verbindung der Teilräume, zur Stärkung des Zentralen Versorgungsbereichs insgesamt beitragen. Im Rahmen der vorgesehenen Bebauung besteht zudem insbesondere für die Baufelder am östlichen Brückenplatz die Möglichkeit, bisher in der Innenstadt fehlende größere zusammenhängende Verkaufsflächen für die Ansiedlung eines kleineren Magnetbetriebs als zusätzlichen Frequenzbringer zu schaffen.

Die Gubener Straße als bedeutender ergänzender Innenstadtstandort außerhalb des ZVB

Neben den vorgestellten Teilräumen ist die Lübbener Innenstadt durch weitere Lagen gekennzeichnet, die zwar eine wichtige Einzelhandelsfunktion aufweisen, aber mit Blick auf die eingangs erläuterten Kriterien nicht Teil des empfohlenen Zentralen Versorgungsbereichs in der Innenstadt sind. Hier ist insbesondere die östlich des ZVB im erweiterten Innenstadtzentrum liegende Gubener Straße mitsamt dem südlich benachbarten NP Markt in der Straße An der Kupka zu nennen. Die Gubener Straße stellt die Weiterführung der Hauptstraße dar und zählt wie die Breite Straße zu denjenigen Randbereichen der Innenstadt, die durch die Aufwertung der zentralen Lagen um den Marktplatz sukzessive Bedeutungsverluste zu verzeichnen hatten. Die Nutzungsvielfalt und Einzelhandelsdichte sind im Vergleich mit dem Hauptgeschäftsbereich signifikant geringer ausgeprägt. Infolge des fehlenden Einzelhandels- und ZEF-Besatzes am östlichen Ende der Hauptstraße, sowie der Barrierewirkung durch den Schutzgraben, ist der Bereich um die Gubener Straße städtebaulich-funktional nicht unmittelbar an das Hauptgeschäftszentrum angebunden. Auch wenn die verstärkte Konkurrenz der Innenstadtlagen und die abnehmenden Passantenfrequenzen in der Gubener Straße zur zunehmenden Konzentration von Dienstleistern und beginnenden Trading Down-Effekten führt, übernimmt die Lage, nicht zuletzt durch die Präsenz des einzigen strukturprägenden Lebensmittelanbieters in der Innenstadt, auch weiterhin eine wichtige Versorgungsfunktion für das umgebende Wohngebiet sowie Teile des östlichen Stadtgebietes. In dieser Funktion sollte der Standort auch weiterhin profiliert werden. Bei positiver (Einzelhandels-) Entwicklung der Innenstadt ist die spätere Integration des

Standortes in den Zentralen Versorgungsbereich in der Innenstadt erneut zu prüfen (z.B. im Rahmen einer Fortschreibung des vorliegenden EHZK).

6.1.2 Entwicklungsziele und Empfehlungen für den Zentralen Versorgungsbereich in der Innenstadt

Die Innenstadt ist der einzige zentrale Versorgungsbereich von Lübben (Spreewald) und übernimmt aufgrund der insbesondere im mittelfristigen Bedarfsbereich vorhandenen Sortimentsschwerpunkte Versorgungsaufgaben für das gesamte Stadtgebiet sowie teilweise für den umgebenden Mittelbereich. Als städtebauliches und funktionales Zentrum soll die Innenstadt (wie bisher) auch zukünftig Angebotsschwerpunkte des kurz- und mittelfristigen Bedarfs in verschiedenen Qualitäten sowie ergänzend langfristige Bedarfsgüter bereithalten. Mit seiner Leitfunktion bildet der Einzelhandel eine wichtige Basis für das vergleichsweise hohe Besucheraufkommen im nördlichen Teilraum des Zentralen Versorgungsbereichs, von dem auch die weiteren dort ansässigen zentrenergänzenden Funktionen profitieren. Im Gegensatz zu vielen anderen Städten übernimmt der Einzelhandel für den südlichen Teilraum des ZVB lediglich eine begleitende Funktion, die ergänzend zur Nutzungsvielfalt beiträgt. Prägende Bedeutung besitzt hier durch den vorhandenen Kahnhafen und das Schlossensemble der Tourismus. Infolge der starken überregional ausstrahlenden touristischen Attraktivität der Stadt als eines der wichtigsten Ziele im Spreewald besitzen die beiden genannten Anlaufpunkte ebenso wie die Schlossinsel eine starke frequenzerzeugende Wirkung, die allerdings deutlichen saisonalen Schwankungen unterworfen ist. Mit dem Nebeneinander von Einkaufen, Tourismus, Kultur, Verwaltung und Gastronomie ist die Innenstadt von Lübben (Spreewald) durch eine breite Funktionsmischung geprägt. Um die weitere Entwicklung der Innenstadt sowohl mit Hinblick auf die Versorgungsfunktion, aber auch als Motor für die gesamtökonomische, soziale und kulturelle Entwicklung der Stadt zu befördern, ist die dauerhafte Verknüpfung der beiden Leitfunktionen Einzelhandel und Tourismus wesentliche Voraussetzung.

Empfehlungen zur Angebots- und Branchenentwicklung

Zur Gewährleistung der Leitfunktion des Einzelhandels hat, bezogen auf die in Kapitel 5.2 formulierten übergreifenden Entwicklungszielstellungen sowie die Ansiedlungsleitsätze (vgl. Kapitel 6.5.2), die Sicherung und Stärkung der Versorgungsfunktion der Innenstadt erste Priorität. Eine Ergänzung des Angebotes ist dabei vorrangig mit zentrenrelevanten Sortimenten vorzunehmen unter Vermeidung von schädlichen Auswirkungen auf die Nahversorgungsfunktion. Aufgrund der bereits auf einem guten Niveau vorliegenden Angebotsbreite sowie der eher begrenzten absatzwirtschaftlichen Spielräume (vgl. Kapitel 5.1.3), liegt der Schwerpunkt insbesondere auf dem Erhalt, der qualitativen Profilierung und Weiterentwicklung sowie der behutsamen Erweiterung des bestehenden Einzelhandelsangebotes statt einer umfänglichen Verkaufsflächenerweiterung. Konkret werden folgende Handlungsempfehlungen für die Innenstadt gegeben.

Tabelle 6: Handlungsempfehlungen Angebots- und Branchenentwicklung

Angebots- und Branchenentwicklung in der Innenstadt
<p>Sicherung und Stärkung der Nahversorgungsfunktion</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Nahversorgungsfunktion in der Innenstadt wird mit Ausnahme des NP Marktes an der Kupka durch kleinteilige Geschäfte sichergestellt. Innerhalb des ZVB befindet sich kein größerer strukturprägender Anbieter. Prioritäres Ziel ist die Bestandserhaltung sowie die Profilierung der bestehenden Geschäfte durch Verkaufsflächenerweiterungen und Sortimentsergänzungen. Für neue Kleinflächenkonzepte bieten sich entsprechend des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens insbesondere im Nahrungs- und Genussmittelbereich sowie in der Warengruppe Blumen/Topfpflanzen Ansiedlungspotenziale. Seitens der örtlichen Händlerschaft wurden für den Lebensmittelbereich (insbesondere bei regionalen Produkten und Frischewaren) Angebotslücken angeführt.
<p>Sicherung bestehender Sortimentsmix und Ergänzung mit Angeboten im mittel- und langfristigen Bedarf</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Der mittelfristige Bedarfsbereich ist im Zentralen Versorgungsbereich mit über 2.600 m² Verkaufsflächen bereits gut vertreten. Aus diesem Grund steht in erster Linie die Sicherung der bestehenden Sortimente im Vordergrund. Nennenswerte Ansiedlungspotenziale für ergänzende Sortimente ergeben sich vor allem in den Warengruppen Spielwaren/Musikinstrumente/Musikalien, Schuhe/Lederwaren sowie in eingeschränkter Form in den Warengruppen Haushaltswaren/Glas/Porzellan/Keramik/Einrichtungszubehör und Bekleidung. Für eventuelle Ansiedlungen bieten sich neben den vorhandenen Leerständen insbesondere auch Flächen im Rahmen der beabsichtigten Projektentwicklungen rund um den Brückenplatz an. Im langfristigen Bedarfsbereich bestehen insbesondere für die Branchen Neue Medien/Unterhaltungselektronik sowie Uhren/Schmuck Ansiedlungspotenziale.
<p>Weitere touristische Profilierung der gastronomischen und kulturellen Angebote sowie des Einzelhandels</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Um die Innenstadt für Touristen attraktiver zu gestalten und die Wahrnehmbarkeit Lübbens (Spreewald) als Einkaufsstadt zu erhöhen, ist die im südlichen Teilraum des ZVB bestehende touristische Ausrichtung der vielfältigen Angebote zu erhalten und weiter auszubauen sowie die Verbindung des Standorts mit dem nördlichen Bereich des ZVB weiter zu fördern. Neuansiedlungen im Bereich Dienstleistungen und Gastronomie sollten durch moderne und zeitgemäße Betriebsformen und Anbieter erfolgen. Eine weitere Tourist-information am Marktplatz würde die Vernetzung von Handel und Tourismus ohne Zweifel stärken. Eine Verlagerung der Tourist-Information von der Schlossinsel zum Beispiel an den Markt ist jedoch nicht zu empfehlen – die räumliche Distanz zu den touristischen Angeboten (Kahnfahrten) ist zu groß. Mit der geplanten Infosteile am Marktplatz und mit einem stärkeren Hinweis auf die Einzelhandelsangebote im Stadtzentrum an der Tourist-Information kann das Informationsangebot jedoch

deutlich verbessert werden und so zur Standortprofilierung insgesamt beitragen.

Ansiedlung eines Magnetbetriebs im kurz- oder mittelfristigen Bedarfsbereich

- Zur Stärkung des Branchenmixes und der Versorgungsfunktion des ZVB ist im Einklang mit den Empfehlungen des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens die Ansiedlung eines kleinen Magnetbetriebs zu empfehlen. Ein größerer Einzelhandelsbetrieb könnte als Impulsgeber die Attraktivität der Innenstadt auch im Vergleich mit den weiteren Einzelhandelsstandorten in der Stadt erhöhen und im Ergebnis zu einer Stabilisierung und Steigerung der Passantenfrequenzen beitragen. Da derzeit keine geeigneten Verkaufsflächen für eine derartige Ansiedlung existieren, sollte im Rahmen der beabsichtigten Projektentwicklungen (z.B. am östlichen Brückenplatz bzw. auf der Potenzialfläche am Ernst-von-Houwald-Damm) die Vergabe größerer Ladenflächen geprüft werden.

Weitere (touristische) Profilierung des Wochenmarktes

- Der Wochenmarkt auf dem Marktplatz wird von den meisten an der Konzepterarbeitung beteiligten Händlern positiv bewertet und trägt mit seinen ergänzenden Angeboten im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich sowohl zu einer Sortimentsbereicherung als auch zur Belebung der Innenstadt bei. Ungenutzte Potenziale bestehen für den Wochenmarkt in einer stärkeren touristischen Vermarktung und der entsprechenden Sortimentsergänzung. Die Dachmarke Spreewald hat insbesondere im Lebensmittelbereich eine überregionale Bekanntheit und Akzeptanz. Vor dem Hintergrund der allgemein wachsenden Affinität zu regionalen Erzeugnissen sowie der aus touristischer Sicht oft geschätzten „authentischen Einkaufsatmosphäre“ auf Märkten ergeben sich hier gute Ansatzpunkte für eine touristische Profilierung und Vermarktung des Wochenmarktes. Um eine Konkurrenzsituation und eventuelle Umsatzeinbußen der stationären Händler zu vermeiden bzw. zu begrenzen, ist eine Abstimmung und Einbindung der anliegenden Händler in die Marktorganisation wünschenswert.

Empfehlungen für Maßnahmen durch die Stadt

Eine attraktive Architektur, eine hohe Aufenthaltsqualität und ein angenehmes Einkaufsambiente sind neben einem funktionierenden Branchenmix entscheidende Faktoren für die Attraktivität von Innenstädten. Mit den abgeschlossenen und laufenden Umbaumaßnahmen im Rahmen der Städtebauförderprogramme Sanierung und Entwicklung (S+E) und Aktive Stadt- und Ortsteilzentren hat sich die städtebauliche Situation in der Innenstadt in den vergangenen Jahren signifikant verbessert. Folgende weitere Maßnahmen sollten seitens der Stadt ergriffen werden, um eine funktionierende, lebendige und vielfältige Lübbener Innenstadt zu gewährleisten und deren Attraktivität und Bedeutung auch zukünftig zu steigern.

Tabelle 7: Handlungsempfehlungen Maßnahmen seitens der Stadt

Maßnahmen zur Innenstadtentwicklung seitens der Stadt
<p>Fortführung und zügiger Abschluss der städtebaulichen Sanierungsmaßnahmen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zur weiteren Verbesserung des städtebaulichen Erscheinungsbildes und des Einkaufsambientes ist die Sanierung der Altstadt weiterzuführen und entsprechend der Zeitplanung erfolgreich abzuschließen.
<p>Sicherung der Koordination, Kommunikation und Abstimmung der Akteure</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Für die erfolgreiche Initiierung und Umsetzung von gemeinsamen Maßnahmen der Innenstadtakteure als Impulsgeber für eine attraktive, lebendige und wirtschaftsfreundliche Innenstadt ist die Koordination der verschiedenen Interessen von ausschlaggebender Bedeutung. Auf Seiten der Händlerschaft, Dienstleister, Gastronomen und Immobilienbesitzer bestehen die Interessensgemeinschaften IG „Breite Straße“ und IG „Wir für Lübben“. Die Kommunikation wird seitens der städtischen Verwaltung durch die Wirtschaftsförderung und das Stadtmarketing geführt. Das Sachgebiet Stadtplanung wird themenspezifisch hinzugezogen. Über das Programm Aktive Stadtzentren besteht die Möglichkeit, Kommunikations- und Steuerungsaufgaben im Rahmen eines Zentren- und Citymanagements zu fördern, diese Möglichkeiten sollten im Weiteren geprüft werden. Für eine erfolgreiche und nachhaltige Innenstadtentwicklung sind das Zusammenspiel und die Einbindung aller innenstadtrelevanten Akteure erforderlich. Um hier bürgerschaftliches Engagement für die Innenstadtentwicklung zu fördern, private Ressourcen zu aktivieren und die Kooperation unterschiedlicher Interessensvertreter zu stärken, wird die Einrichtung eines Verfügungsfonds über das ASZ-Programm empfohlen. Mit der Einrichtung des Fonds wird infolge der breiten Beteiligung die lokale Akzeptanz für initiierte Maßnahmen erhöht und ein flexibler und auf die lokalen Bedürfnisse angepasster Einsatz von Fördermitteln für die Entwicklung der Lübbener Innenstadt gewährleistet. ▪ Die Stadt Lübben (Spreewald) wird überregional infolge der starken touristischen Anziehungskraft des Spreewaldes vorrangig als Abfahrts- und Ankunftsort für Kahnfahrten angesehen. Die öffentliche Wahrnehmung als Einkaufsstadt ist dagegen vergleichsweise eingeschränkt, was im Ergebnis zu häufig vglw. geringen touristischen Umsatzanteilen der Händler im Hauptgeschäftszentrum führt. Um die touristischen Umsatzpotenziale besser für den Einzelhandel zu nutzen, werden gezielte Standortmarketingmaßnahmen zur Steigerung der Bekanntheit des Lübbener Hauptgeschäftszentrums empfohlen.
<p>Optimierung der Wegeführung zur Lenkung der Besucherströme durch Wegeleitsysteme (insbesondere zwischen Hafen/Schloss/Bahnhof und Einkaufslagen)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Trotz der räumlichen Nähe des touristischen Zentrums sind für die meisten auswärtigen Besucher die fußläufig erreichbaren Einkaufsmöglichkeiten im Hauptgeschäftsbereich der Innenstadt nicht ersichtlich. Für eine gezielte Lenkung

der Besucherströme ist die Konzeption und Umsetzung eines Wegeleitsystems, das sich gestalterisch von der Ausschilderung der Fuß- und Radwege absetzt, zu befürworten. Seitens der Stadtplanung bestehen hier erste Überlegungen (siehe Wegeführung und Infostelen Abb. 34), deren zügige Umsetzung empfohlen wird. Einen ergänzenden Beitrag zur qualitativen Verbesserung der Wegeführung leisten die im ASZ-Programm vorgesehen investiven Maßnahmen zur besseren fußläufigen Querung der stark befahrenen B 87 deren Umsetzung in Abstimmung mit dem Wegeleitsystem erfolgen sollte.

Stärkung der Einkaufslage Breite Straße

Wie bereits ausgeführt, ist die Breite Straße im Ergebnis der Umgestaltungsmaßnahmen um den Marktplatz mit einer zunehmenden innerstädtischen Konkurrenzsituation konfrontiert. Um die Einzelhandelsfunktion der Lage zu stabilisieren und mittelfristig zu stärken, werden folgende Einzelmaßnahmen empfohlen.

- Zur Stärkung der städtebaulich funktionalen Verbindung zwischen Marktplatz und Breiter Straße ist die Realisierung der Projektentwicklung westlich der Spree, an der Berliner Straße und der Sternstraße (jeweils die Kopfbauten) zu prüfen.
- Durchführung von einem der beiden Markttage im „Boulevard“ Breite Straße zur weiteren Belebung der Lage.
- Berücksichtigung der Einkaufslage beim Aufbau eines Wegeleitsystems für Besucher/Touristen.
- Ausbau der Fuß- und Radwegeverbindung Richtung Bahnhof sowie Neugestaltung der Grünanlage auf dem Grundstück der ehemaligen Heiligen Geist-Kirche zur Steigerung der Aufenthaltsqualität und zur Schaffung einer attraktiven Eingangssituation in der Innenstadt aus Richtung des Bahnhofs.
- Seitens der Händlerschaft wird der Umbau der südlichen Straßenseite zur Schaffung für einen beidseitigen Einzelhandelsbesatz als förderlich angesehen. Die vorgeschlagenen Umbaumaßnahmen sind aus Gutachtersicht eingehend zu prüfen und nur in Abhängigkeit der Nachfrage nach weiteren Verkaufsflächen zu realisieren. Neben den hohen Umbaukosten sind hier auch die beabsichtigten Projektentwicklungen rund um den Brückenplatz zu berücksichtigen, die mit einer signifikanten Verkaufsflächenerweiterung verbunden sind.
- Eine Öffnung der Geschwister-Scholl-Straße zur Lindenstraße wird nicht empfohlen. Aus gutachterlicher Sicht ist keine Stärkung der Passantenfrequenzen durch die Öffnung der Straße zu erwarten, sondern stattdessen sind Beeinträchtigungen der Wohnqualität des umgebenden Gebiets zu befürchten.

Schaffung eines barrierefreien öffentlichen Raumes

- Wie bereits erwähnt, ist die Eingangssituation bei 65 % der Geschäfte im Hauptgeschäftszentrum infolge der fehlenden Barrierefreiheit negativ zu bewerten. Die Verantwortung für die bauliche Eingangssituation liegt in der Regel bei den Im-

mobilieneigentümern, so dass hier seitens der Stadt nur begrenzt Einfluss genommen werden kann. In Abstimmung mit den Immobilieneigentümern sollte Überzeugungsarbeit geleistet und Unterstützungsmöglichkeiten bei Maßnahmen zur Herstellung der Barrierefreiheit geprüft werden.

Optimierung der Busanbindung Innenstadt

- Die Anbindung der Innenstadt mit der Stadtlinie sollte hinsichtlich Taktung und Zeitfenster attraktiver gestaltet werden. Neben einer besseren Anbindung an den Bahnhof und die touristischen Parkplätze ist insbesondere die Anbindung an das Reha-Zentrum Lübben zu optimieren. Das Reha-Zentrum stellt Räumlichkeiten für 220 Patienten und ist bei guter Erreichbarkeit auch infolge der zahlreichen Besucher und Begleitpersonen ein wichtiger potenzieller Umsatzfaktor für den innerstädtischen Einzelhandel. Die Stadt hat hier bereits im Rahmen der Fortschreibung des Nahverkehrsplans für den Landkreis Vorschläge zur Optimierung der Stadtlinie sowie die Anbindung der Ortsteile unterbreitet.

Empfehlungen für Maßnahmen der Gewerbetreibenden

Neben der Stadtverwaltung stellen Einzelhändler, Dienstleister, Gastronomen und Immobilienbesitzer die zentralen Innenstadtakteure dar. Gemeinsamen Maßnahmen, organisierten Veranstaltungen oder Aktionen kommt für die Belebung und Attraktivierung der Innenstadt eine wesentliche Bedeutung zu. Eine entscheidende Rolle in der Bündelung und Koordination der verschiedenen Interessen, der Initiierung von Maßnahmen sowie der Kommunikation mit der Stadt kommt den beiden bestehenden Interessengemeinschaften in der Innenstadt – IG „Wir für Lübben“ und IG „Breite Straße“ zu, die bereits zahlreiche Maßnahmen verantworten oder begleiten. Beide Institutionen sind etablierte Partner der Innenstadtentwicklung, die auch bei der Planung zukünftiger Aktivitäten involviert werden sollten. Konkret werden folgende Maßnahmen seitens der Gewerbetreibenden empfohlen:

Tabelle 8: Handlungsempfehlungen Maßnahmen seitens der Gewerbetreibenden

Maßnahmen zur Innenstadtentwicklung seitens der Gewerbetreibenden**Aktive Begleitung und Unterstützung städtischer Maßnahmen zum Standortmarketing**

- Die Stadt Lübben (Spreewald) hat in den letzten Jahren verschiedene Marketingmaßnahmen (u. a. Überarbeitung Webauftritt und City App) initiiert und umgesetzt. Für eine erfolgreiche Nutzung und Anwendung der Standortmarketinginstrumente ist eine Pflege und Aktualisierung der Inhalte erforderlich. Aufgabe der Gewerbetreibenden ist hier die Unterstützung und Zuarbeit erforderlicher Daten oder aktueller Informationen zu Kontakten, Veranstaltungen, etc. Bei der neu eingeführten und grundsätzlich positiv bewerteten City-App steht insbesondere die Mobilisierung weiterer Partner zur Beteiligung im Vordergrund.

Fortführung und Weiterentwicklung gemeinsamer Aktionen und Veranstaltungen

- Mit dem City-Gutschein wurde durch die IG „Wir für Lübben“ eine Aktion initiiert, die mit über 40 Geschäften einen breiten Anklang gefunden hat. Zur Erhöhung des Freizeit- und Erlebniswertes der Innenstadt ist die Konzeptionierung und Umsetzung weiterer Maßnahmen und auch Festivitäten in Abstimmung mit der Stadt von großer Relevanz. Bestehende Veranstaltungen haben sehr unterschiedliche Auswirkungen auf die Einzelhandelsumsätze. Entscheidend ist neben der thematischen Ausrichtung der Veranstaltung die Einbindung der Händler in die Veranstaltungsorganisation. Handlungsbedarf besteht beispielsweise bei der Organisation der Standflächen beim Spreewaldfest (häufig zugestellte Schaufenster).

Öffnungszeiten

- Die Vereinheitlichung von Öffnungszeiten bzw. Vereinbarung von Kernöffnungszeiten kann einen wichtigen Beitrag zur besseren Kundenorientierung und -bindung leisten. Erfahrungen haben gezeigt, dass eine einheitliche Gestaltung von Öffnungszeiten in gewachsenen kleinteilig strukturierten Innenstadtzentren aufgrund der zumeist unterschiedlichen Partikularinteressen häufig schwer zu realisieren ist. Eine wichtige Funktion um hier Umdenkungsprozesse anzustoßen, kommt dem wiederholten Austausch im Rahmen der Interessensgemeinschaften zu). Um sich im Wettbewerb mit anderen innerstädtischen Einzelhandelsstandorten weiterhin zu behaupten und mögliche Umsatzeffekte durch Touristen und Besucher des Reha-Zentrums Lübben (Spreewald) besser zu nutzen, ist eine Ausweitung der Samstag-Öffnungszeiten zu prüfen. Entscheidend ist in jedem Fall eine anhaltende zielorientierte Kommunikation und Bewerbung veränderter Öffnungszeiten gegenüber den relevanten Zielgruppen.

Optimierung Außengestaltung von Schaufenstern und Eingängen

- Teilweise entsprechen die Außengestaltung von Schaufenstern und Eingängen nicht den modernen Anforderung an eine Warenpräsentation unter konsequenter Ausrichtung auf die jeweiligen Zielgruppen. Hier sind kleinteilige Maßnahmen in Eigenverantwortung der jeweiligen Ladeninhaber umzusetzen. Zusätzliche Impulse für den innerstädtischen Einzelhandel können zudem durch die koordinierte

thematische Schaufenstergestaltung im Rahmen einer Veranstaltung entstehen.

6.2 Die Standortbereiche Weinbergstraße und Postbautenstraße in Lübben (Spreewald)

Bezüglich der in Kapitel 4.3.2 und Kapitel 4.3.3 näher charakterisierten Standortbereiche Weinbergstraße und Postbautenstraße wurde im Laufe der Entwicklung des vorliegenden Einzelhandelskonzepts (insbesondere im Rahmen der begleitenden Arbeitskreise) über eine Einstufung der beiden Standortbereiche als zentrale Versorgungsbereiche diskutiert. Als zentrales Ergebnis bleibt diesbezüglich festzuhalten, dass die Standortbereiche nur partiell die an zentrale Versorgungsbereiche gestellten Anforderungen (Kapitel 2.2) erfüllen und daher im Rahmen des Einzelhandelskonzepts auch nicht als solche eingestuft werden. Dessen ungeachtet erfüllen die Standorte insbesondere im nahversorgungsrelevanten Bereich aktuell eine wichtige Versorgungsfunktion für die Stadt Lübben (Spreewald), welche auch zukünftig erhalten werden soll.

Hinsichtlich der künftigen Entwicklung der Standorte bedeutet die Einstufung, dass Ansiedlungen den in den Ansiedlungsleitsätzen formulierten Einschränkungen unterliegen. Möglich sind nach diesen an den Standorten Weinbergstraße und Postbautenstraße Ansiedlungen von Betrieben mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment (auch großflächig – im Einklang mit Ansiedlungsleitsatz II), sofern diese zur Sicherung der flächendeckenden Nahversorgung beitragen und keine mehr als unerheblichen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich und die verbrauchernahe Grundversorgung zu erwarten sind sowie klein- und großflächige Betriebe mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment (entsprechend der Aussagen des Ansiedlungsleitsatzes III). Auch zentrenrelevante Sortimente sind hier eingeschränkt und nachrangig an diesen Standorten möglich, sofern dadurch kein Ungleichgewicht der sonstigen Lagen gegenüber dem Innenstadtzentrum entsteht und eine mögliche Gefährdung des Innenstadtzentrums ausgeschlossen werden kann.

6.3 Das Nahversorgungskonzept

Die derzeit bestehende Nahversorgungsstruktur wurde in Kapitel 4.3.4 analysiert. Vor diesem Hintergrund werden im folgenden Kapitel Empfehlungen zur Erhaltung und Verbesserung der flächendeckenden Nahversorgung in Lübben (Spreewald) ausgesprochen.

Zu den spezifischen Rahmenbedingungen des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels in Lübben (Spreewald) zählt eine räumliche Konzentration der großen nahversorgungsrelevanten Anbieter auf die Kernstadt Lübbens. In Großteilen der Kernstadt ist somit eine fußläufige Nahversorgung in ausreichendem Maße vorhanden. Im Gegensatz dazu weisen die übrigen, ländlich geprägten Ortsteile hinsichtlich der fußläufigen Erreichbarkeit Defizite auf.

Handlungsprioritäten

Das zusätzliche Ansiedlungspotenzial für Lebensmittelsortimente in Lübben (Spreewald) ist begrenzt (vgl. Kapitel 4.3.4). Da mit zunehmendem Überschreiten tragfähiger absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume gesamtstädtische oder kleinräumige Umsatzumverteilungen städtebaulich relevante Größenordnungen erreichen können, die wiederum mit Betriebsschließungen und Trading-down-Effekten einhergehen können, sollten die künftigen Ansiedlungsbemühungen der Stadt Lübben (Spreewald) aus einer nach Handlungsprioritäten abgestuften Strategie bestehen:

Tabelle 9: Empfehlungen zur Nahversorgung

Lübben (Spreewald)	
1. Priorität:	Fokus der Nahversorgung auf den zentralen Versorgungsbereich
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sicherung und Weiterentwicklung der Standorte im zentralen Versorgungsbe- reich in der Innenstadt durch Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch neue Ansiedlungen außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs resultieren könnten sowie der Verbesserung der Standortrahmenbedingungen vor allem bei aktuell nicht marktgerechten Standorten
2. Priorität:	Sicherung und Entwicklung der wohnortnahen Versorgung in siedlungs- strukturell integrierten Lagen
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sicherung und Entwicklung der Standorte in siedlungsstrukturell integrierten Lagen durch Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch neue Ansiedlungen resultieren könnten sowie Verbesserung der Standortrahmenbedingungen vor allem bei aktuell nicht marktgerechten Standorten ▪ Bestehende Standorte in städtebaulich nicht integrierten Lagen: restriktiver Umgang mit weiteren Betriebsansiedlungen

Quelle: Eigene Darstellung.

Für diese Empfehlungen gelten zugleich die Ansiedlungsleitsätze (vgl. Kap.6.5.2); diese beinhalten ein ausgewogenes Regularium zum Schutz und zur Entwicklung sowohl des zentralen Versorgungsbereichs als auch der wohnortnahen Versorgung in der Fläche.

Sofern innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs nachweislich keine geeigneten Flächen für Neuansiedlungen zur Verfügung gestellt werden können, ist es möglich, Entwicklungsflächen für die Ansiedlung eines einzelhandelsbasierten Nahversorgungsvorhabens, wenn es außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs, aber in unmittelbarer räumlicher Nähe liegt, in den zentralen Versorgungsbereich aufzunehmen. Dies ist an eine intensive Einzelfallprüfung geknüpft, welche mindestens folgende Prüfungskriterien enthalten sollte:

- Für das Einzelhandelsvorhaben stehen in dem zentralen Versorgungsbereich Lübbens nachweislich³⁶ keine Entwicklungsflächen zur Verfügung.
- Das Einzelhandelsvorhaben ist mit der Einzelhandelsstruktur in dem zentralen Versorgungsbereich funktional abgestimmt (sowohl sortiments- als auch verkaufsflächenbezogen) und ergänzt/ arrondiert das Angebot im zentralen Versorgungsbereich.
- Die Entwicklungsfläche steht in einem direkten städtebaulich-funktionalen Zusammenhang mit dem zentralen Versorgungsbereich in Lübben (Spreewald).
- Die Erweiterung entspricht einer stadtentwicklungspolitisch abgewogenen Fortentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs und ist abgestimmt mit den gesamtstädtischen Leitsätzen zu verkaufs-, standorts- und sortimentsbezogenen Fortentwicklung der Einzelhandelsstruktur in Lübben (Spreewald).

Zur Analyse der stadtentwicklungspolitischen Tragweite der Erweiterung sollte stets eine intensive Einzelfallbetrachtung inkl. eines städtebaulichen Konzepts für das betreffende Ansiedlungsvorhaben und den zentralen Versorgungsbereich erarbeitet werden. In diesem sollten insbesondere die aktuellen und künftig möglichen Kundenlaufwege sowie die sonstigen funktionalen, städtebaulichen und stadtgestalterischen Bezüge innerhalb des bestehenden Zentrums sowie zum Erweiterungsbereich thematisiert werden. Eine solcherlei vorbereitete und abgewogene räumliche Ausweitung des zentralen Versorgungsbereichs sollte von der Stadtverordnetenversammlung durch Beschluss gebilligt werden.

Bewertungs- und Prüfschema für Nahversorgungsvorhaben

Aufgrund der hohen Bedeutung, welche die nahversorgungsrelevanten Sortimente als Kundenmagnet haben, sollen Einzelhandelsvorhaben mit einem nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment vorrangig im zentralen Versorgungsbereich gesichert und weiterentwickelt werden.

Nahversorgungsvorhaben sind darauf zu prüfen, ob sie sich positiv auf die Versorgung der Bevölkerung und auf die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs auswirken bzw. die fußläufige Versorgungssituation zumindest nicht beeinträchtigen.

Nachgeordnet soll das Nahversorgungsangebot in städtebaulich integrierten Lagen gesichert und weiterentwickelt werden. Für diese Vorhaben außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ist im Rahmen künftiger Konformitätschecks zum Einzelhandelskonzept das folgende Prüfschema anzuwenden. Es ist zu beachten, dass das nachfolgende Prüfschema lediglich eine informelle, verwaltungsinterne Vorprüfung dar-

³⁶ Dieser Nachweis sollte sich nicht an kurzfristiger, einzelflächenbezogener Verfügbarkeit, sondern langfristigen strukturellen Entwicklungsoptionen unter Beachtung absehbarer Standortanforderungen der Betreiber orientieren.

stellt, anhand welcher erste Anhaltspunkte darüber gewonnen werden können, ob ein Nahversorgungsvorhaben hinsichtlich der Lage und der Verkaufsflächendimensionierung dem Zweck der wohnortnahen Grundversorgung dient bzw. ob das Nahversorgungsvorhaben als mit dem Einzelhandelskonzept konform zu beurteilen ist. Zudem kann das Prüfschema eingesetzt werden, um von Seiten der Verwaltung eine Ersteinschätzung/Einordnung von Verträglichkeitsgutachten im Nahversorgungsbereich vorzunehmen. Zur Beurteilung der normativen städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Verträglichkeit als Grundlage für ein Baugenehmigungsverfahren ist weiterhin eine an das Prüfschema anschließende fachgutachterliche Bewertung erforderlich.

Abbildung 36: Prüfschema der Konzeptkongruenz bei der Ansiedlung und Erweiterung von Betrieben mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment

1. Prüfschritt:

i.d.R. 35 - 50 % Kaufkraftabschöpfung der sortimentspezifischen Kaufkraft im Nahbereich des Vorhabens (je nach Bevölkerungsdichte)

2. Prüfschritt:

i.d.R. keine mehr als unwesentliche (>10 %) Überschneidung des 500 m Radius mit dem 500 m Radius der nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereiche

3. Prüfschritt:

i.d.R. Optimierung der fußläufigen Nahversorgung

Quelle: Eigene Darstellung.

1. Prüfschritt: Nachweis der Nahversorgungsfunktion des Vorhabens

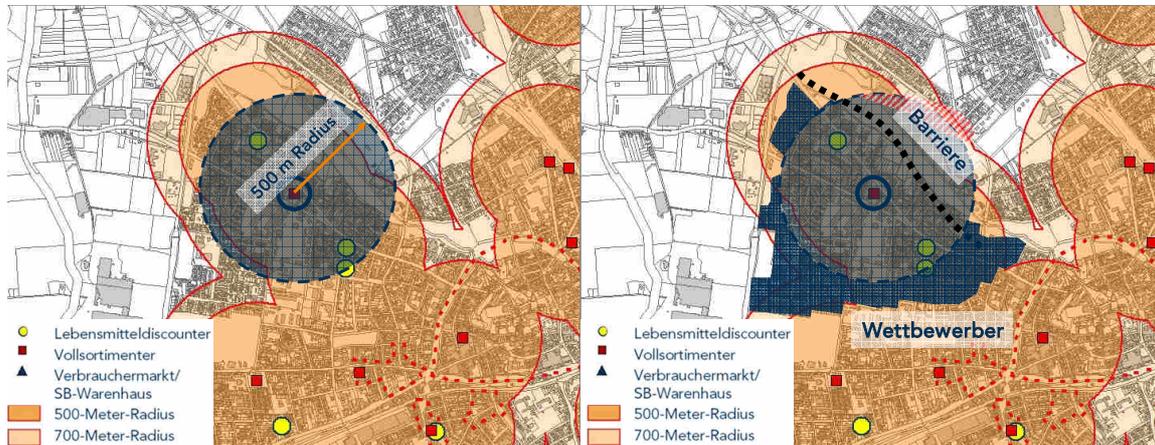
- Das Vorhaben muss ein nahversorgungsrelevantes Hauptsortiment aufweisen (i.d.R. liegt der Anteil der zentrenrelevanten Randsortimente an der Gesamtverkaufsfläche in Lebensmittelmärkten bei rd. 10 %).
- Der Standort des Vorhabens muss in städtebaulich integrierter Lage (Wohnsiedlungszusammenhang, Erreichbarkeit von angrenzenden Wohngebieten aus) liegen (vgl. hierzu auch Kriterien des „Handbuch Einzelhandelserhebungen im Land Brandenburg“).
- Ein wesentlicher Teil des zu erwartenden Umsatzes muss aus dem fußläufigen Nahbereich rekrutierbar sein. Dies ist aus fachgutachterlicher Sicht i.d.R. gegeben, wenn **die Umsatzerwartung rd. 35 – 50 % der sortimentspezifischen Kaufkraft im fußläufigen Nahbereich nicht überschreitet**, da sich der Versorgungseinkauf erfahrungsgemäß auch auf andere Einzelhandelsstandorte und Betriebstypen verteilen wird. Im Einzelfall sind jeweils die wettbewerblichen und siedlungsräumlichen Gegebenheiten zu beachten, so dass eine Kaufkraftabschöpfung im Sinne einer Nahversorgungsfunktion des Vorhabens im

begründeten Einzelfall auch über oder unter der aufgeführten Spannweite liegen kann.

- Spannweite der Abschöpfungsquote der sortimentsspezifischen Kaufkraft:
Für Lübben (Spreewald) wird bewusst kein fixer Wert der Kaufkraftabschöpfung sondern die aufgeführte Spannweite empfohlen, da sich die Lübbener Siedlungsstrukturen bzgl. der Erschließung und der Ausdehnung selbiger als sehr heterogen darstellen und eine entsprechende Flexibilität hinsichtlich der Berücksichtigung spezifischer räumlicher Konstellationen erforderlich erscheint. Die jeweilige Kaufkraftabschöpfung – für den Nachweis der Nahversorgungsfunktion des jeweiligen Vorhabens – muss abhängig von verschiedenen Rahmenbedingungen im Einzelfall abgeleitet werden. Relevante Rahmenbedingungen sind hierbei: Angebotsqualität in Relation zur Nachfragesituation, Optimierung der Standortrahmenbedingungen eines Bestandsbetriebs, räumlich unterversorgte Bereiche, siedlungsstrukturelle Gegebenheiten.
- Abgrenzung des fußläufigen Nahbereichs des Vorhabens:
Auch für den zu definierenden Naheinzugsbereich wird kein fester Radius vorgegeben, sondern der fußläufige Nahbereich ist im Einzelfall unter Berücksichtigung der siedlungsräumlichen, wettbewerblichen und topographischen Gegebenheiten/ Besonderheiten abzugrenzen. Als erster Anhaltswert für die Abgrenzung des Nahbereichs kann in der Stadt Lübben (Spreewald) eine Luftlinienentfernung von rd. 500 m³⁷ herangezogen werden. Ausgehend von dieser schematischen Festlegung erfolgt sodann die Definition des Naheinzugsbereichs eines jeden Nahversorgers sowie der Bereiche in denen sich Naheinzugsbereiche überlagern.

³⁷ Unter Berücksichtigung des demographischen Wandels. Der Einzelhandelserlass NRW (2008) sieht eine Luftlinienentfernung von rd. 500 – 700 m bzw. rd. 1.000 m Fußwegedistanz vor.

Abbildung 37: Beispielhafte Abgrenzung eines fußläufigen Nahbereichs eines Nahversorgers – schematisch (links) und unter Berücksichtigung topografischer und wettbewerblicher Besonderheiten (rechts)



Quelle: Eigene Darstellung.

2. Prüfschritt: Überschneidung der Einzugsbereiche mit denen von zentralen Versorgungsbereichen

- Zum Schutz des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt soll sich der Nahbereich des Vorhabens (hier zunächst 500 m-Radius) möglichst wenig mit den Nahbereichen (hier zunächst 500 m-Radius) der umgebenden zentralen Versorgungsbereichen überschneiden. Von einer unbedenklichen Situation ist i. d. R. dann auszugehen, wenn das Einwohnerpotenzial im Bereich der Nahbereichsüberschneidung weniger als 10 % des insgesamt zur Verfügung stehenden Einwohnerpotenzials für den zu betrachtenden ZVB entspricht.
 - Zur Vereinfachung dieses Prüfschritts wird der Nahbereich in diesem Prüfschritt zunächst auf den 500 m-Radius um das Vorhaben und die zentralen Versorgungsbereiche festgelegt. Im Einzelfall gilt es jedoch auch hier die jeweiligen fußläufigen Nahbereiche unter Berücksichtigung der wettbewerblichen, siedlungsräumlichen und topographischen Gegebenheiten abzugrenzen (siehe 1. Prüfschritt). Gegebenenfalls ist eine gutachterliche Unterstützung bei der Bewertung angeraten.

3. Prüfschritt: Optimierung der fußläufigen Nahversorgung

- In Rede stehende Nahversorgungsvorhaben (Erweiterungen und Neuansiedlungen) sollen einen Beitrag zur Verbesserung der flächendeckenden fußläufigen Nahversorgung leisten. Wenn ein neuer Markt mit seinem fußläufigen Nahbereich (zur Abgrenzung dieses Bereichs siehe Erläuterungen unter Prüfschritt 1) mehr als 50 % der Einwohner des Nahbereichs eines vorhandenen Markts abdeckt, wird meist nur eine geringe Verbesserung der fußläufigen Versorgung erzielt, da die Absatzgebiete sich zu stark überschneiden. Derartige Doppel-

standorte sind zwar grundsätzlich möglich, aber nicht immer wünschenswert, da sie im Ergebnis einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung entgegenstehen. Zudem sollen solche ‚Kopplungsstandorte‘ als Alleinstellungsmerkmal primär dem zentralen Versorgungsbereich vorbehalten sein.

- Im Einzelfall sind mögliche Qualitätsoptimierungen u. a. durch die Verbesserung der Standortrahmenbedingungen eines Bestandsbetriebes oder die Ergänzung des Betriebstypenmixes in diesem Prüfschritt zu beachten. Führt ein Vorhaben nicht zu einer räumlichen Optimierung der fußläufigen Nahversorgung sondern beispielsweise zu einer Ergänzung des Betriebstypenmixes, ist ebenfalls von einer Optimierung der fußläufigen Nahversorgung auszugehen.

Wird im Rahmen der ersten drei Bewertungsschritte ermittelt, dass die Kriterien zu einem überwiegenden Anteil, aber nicht vollständig, erfüllt werden, ist eine fachgutachterliche Untersuchung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die bestehende Nahversorgungsstruktur bereits im Rahmen der Konformitätsprüfung zum Einzelhandelskonzept erforderlich.

Sollte durch die Ersteinschätzung eines Vorhabens im Rahmen der ersten drei Bewertungsschritte festgestellt werden, dass die ersten drei Prüfschritte ganz überwiegend zu einer negativen Einschätzung eines Vorhabens führen und somit eine Konformität zum Einzelhandelskonzept nicht vorliegt, wird empfohlen, das Vorhaben mit Bezug auf die Ziele dieses Nahversorgungskonzepts ggf. durch den Einsatz bauleitplanerischer Steuerungsinstrumentarien zu verhindern, jedenfalls aber nicht durch die Aufstellung eines Bebauungsplans zu fördern.

Sofern sich über das vorgenannte städtebaulich begründete Prüfschema Vorhaben als positiv im Sinne der Optimierung der wohnortnahen Versorgungsstrukturen darstellen, liegen aus fachlicher Sicht wesentliche Argumente für eine landesplanerische Verträglichkeit vor.

Für die konkrete Anwendung des Prüfschemas bedeuten dies:

Bei großflächigen Einzelhandelsansiedlungen wird im Genehmigungsverfahren i. d. R. ein belastbares Gutachten gefordert. Ein solches Gutachten muss u.a. die Kongruenz mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept sowie die Verträglichkeit für die Nahversorgung nachweisen. Von Seiten der Verwaltung kann zur Ersteinschätzung der Verträglichkeit des Vorhabens (Übereinstimmung mit Zielen des EHZK/ Verträglichkeit für die Nahversorgung) das Prüfschema angewendet werden. Dieses ersetzt dabei aufgrund der generalisierten Annahmen keine vorhabenspezifische Verträglichkeitsuntersuchung. Das Prüfverfahren dient vielmehr einer ersten Positionierung seitens der Stadtverwaltung und deutet auf die Ergebnisse der potenziell anschließenden Verträglichkeitsuntersuchung hin. Eine weitere, daran anschließende städtebauliche und absatzwirtschaftliche Prüfung im Rahmen eines Verträglichkeitsgutachtens ist bei großflächigen Vorhaben (i. d. R. > 800 m² Verkaufsfläche) ratsam und im formellen Planverfahren ohnehin zumeist erforderlich.

Bei kleineren Einzelhandelsansiedlungen ist kein Gutachten im Genehmigungsverfahren erforderlich. Es erfolgt seitens der Verwaltung die Durchführung der Prüfschritte 1-3. Je nach Ergebnis der Vorprüfung sollte nach den oben genannten Empfehlungen verfahren werden.

Empfehlungen für die Lübbener Ortsteile

Vor dem Hintergrund des Ziels der Gewährleistung einer weitestgehend flächendeckenden fußläufigen Nahversorgung, gewinnt eine optimierte räumliche Verteilung der Betriebe an Bedeutung. Mit Ausnahme des nördlichen Siedlungsbereichs von Steinkirchen und des östlichen Siedlungsrandes von Treppendorf existieren zur Zeit der Bestandserhebung (Stand 01/ 2015) außerhalb der Kernstadt keine fußläufig erreichbaren strukturprägenden Nahversorgungsangebote.

Für mögliche Kleinflächenkonzepte wird außerhalb der Innenstadt in keinem Ortsteil die hierfür notwendige Mantelbevölkerung von 1.500 bis 3.000 (in Abhängigkeit von den örtlichen Strukturen) erreicht, so dass diese kaum rentabel betrieben werden könnten. In Zukunft sollte deshalb der Fokus in diesen Lagen auf alternativen Vertriebskonzepten und Versorgungsangeboten liegen. Dazu gehören:

- Liefer- und Bestellservice
- Hofläden
- Mobiler Handel (Verkaufswagen)
- „Gebündelter“ mobiler Handel (mehrere Anbieter mit verschiedenen Sortimenten zur gleichen Zeit am gleichen Ort, Ansatz einer „Wochenmarktfunktion“)

6.4 Sortimentsliste für die Stadt Lübben (Spreewald) – „Lübbener Liste“

Zur Feinsteuerung von Einzelhandelsvorhaben ist die Definition der in Lübben (Spreewald) als zentrenrelevant sowie zentren- und nahversorgungsrelevant zu bewertenden Sortimente in Form einer Sortimentsliste erforderlich. Erst mit Vorliegen einer solchen Sortimentsliste kann in der Bauleitplanung oder im Baugenehmigungsverfahren im Zusammenspiel mit den Ansiedlungsleitsätzen des Einzelhandelskonzepts festgestellt werden, ob ein geplantes Vorhaben oder eine Standortplanung den Zielen und Empfehlungen dieses Konzepts entsprechen.

6.4.1 Rechtliche Anforderungen

Die Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts, die als Grundlage der Bauleitplanung dienen, müssen hinreichend bestimmt bzw. bestimmbar und

daher abschließend sein. Sortimentslisten, welche die Begriffe „insbesondere“, „zum Beispiel“ bzw. „beispielsweise“ enthalten, sind auch im Sinne der gängigen Rechtsprechung nicht hinreichend präzise und können zur bauleitplanerischen Steuerung nicht verwendet werden.

Auch ein bloßer Rückgriff auf landesweite Sortimentslisten wäre nicht ausreichend. Vielmehr hat die planende Stadt *sortimentsspezifisch* und *abschließend* darzulegen, welche aktuellen örtlichen Gründe jeweils für oder gegen die Festlegung von Sortimenten in der Sortimentsliste sprechen.³⁸

6.4.2 Methodische Herleitung

Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist zum einen die Einzelhandels-Bestandsstruktur von Bedeutung, insbesondere hinsichtlich der Verkaufsflächenanteile der Sortimente und der Sortimentsschwerpunkte nach städtebaulichen Lagen. Zudem ist es erforderlich, die künftigen Entwicklungsoptionen von Branchen und Standorten im Zusammenhang mit der Zielperspektive des Einzelhandelskonzepts zu beachten, um die Sortimente bezüglich ihrer Zentrenrelevanz festzulegen. Es können hierbei auch solche Sortimente als zentrenrelevant begründet werden, die noch nicht oder nur in geringem Maße in einem zentralen Versorgungsbereich vorhanden sind, die aber aufgrund ihrer strategischen Bedeutung künftig dort verstärkt angesiedelt werden sollen.³⁹ Bei der Bewertung der künftigen Zielperspektive ist allerdings zu beachten, dass die anzustrebende Entwicklung realistisch erreichbar sein sollte.

Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist außerdem zu beachten, dass Sortimente nicht nur für sich allein genommen bewertet werden sollten, sondern dass sich ihre Zentrenrelevanz oder Nahversorgungsrelevanz teilweise zusätzlich aus der Kopplung mit anderen Sortimenten begründet.

³⁸ Zu dieser Anforderung liegt eine gefestigte landesgerichtliche Rechtsprechung vor, so z. B. OVG Münster Urteil vom 03.06.2002 - 7A D 92/99.NE, gleichlautend auch VGH Baden-Württemberg Urteil vom 02.05.2005 – AZ 8 S 1848/04.

³⁹ Vgl. hierzu den Beschluss 4 BN 33.04 des BVerwG vom 10.11.2004 sowie z. B. die Rechtsprechung des VGH Baden-Württemberg, Urteil 3 S 1259/05 vom 30.01.2006.

Tabelle 10: Beurteilungskriterien für die Zentrenrelevanz von Sortimenten

Zentrenrelevant sind in der Regel Sortimente,

- die einen zentralen Versorgungsbereich städtebaulich-funktional im Bestand strukturell prägen,
- die eine hohe Kundenfrequenz in einem zentralen Versorgungsbereich bewirken,
- die einen geringen Flächenanspruch haben und sich in einen Zentrumsbereich räumlich integrieren lassen,
- die für einen attraktiven Branchenmix und damit die Attraktivität eines Zentrums notwendig sind,
- die vom Kunden überwiegend auch ohne Pkw transportiert werden können,
- die in einem Zentrum kaum oder noch gar nicht angesiedelt sind, dort aber aufgrund der städtebaulichen Zielperspektive künftig stärker ausgebaut werden sollten.

Zentren- und Nahversorgungsrelevant sind in der Regel Sortimente,

- die Merkmalen der Zentrenrelevanz entsprechen,
- die zugleich zu einem deutlichen Anteil ihres Bestands auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche in städtebaulich integrierten Lagen angesiedelt sind und dort zu einer flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung für die Wohnbevölkerung beitragen.

Nicht zentren- und nicht zentren- und nahversorgungsrelevant sind in der Regel Sortimente,

- die zentrale Lagen nicht prägen,
- die aufgrund ihrer Größe oder Beschaffenheit auch in städtebaulich nicht integrierten Lagen angeboten werden bzw. sich nicht für die Ansiedlung in zentralen Lagen eignen.

Quelle: Eigene Darstellung.

Die aktuelle städtebauliche Verortung der Verkaufsflächen stellt sich wie folgt dar (vgl. nachstehende Abbildung):

Tabelle 11: Städtebauliche Verortung der Verkaufsflächen der Einzelsortimente in Lübben (Spreewald)

Sortimente	ZVB		siL		niL		Gesamt* (in m ²)
	m ²	%	m ²	%	m ²	%	
Augenoptik	170	71	70	29	-	-	240
Auto-/ Motorradzubehör (außerhalb von Autohäusern)	10	1	160	35	290	64	460
Baumarktsortiment i. e. S.	-	-	6.280	67	3.050	33	9.330
Bekleidung	1.490	39	2.280	59	60	2	3.830
Bettwaren	-	-	10	100	-	-	10
Blumen/ Topfpflanzen (indoor)	110	31	190	55	50	14	350
Bücher	210	79	50	18	10	3	260
Drogeriewaren, Kosmetik/ Parfümerie	170	15	990	84	20	2	1.180
Elektrische Haushalts-Großgeräte	10	3	230	97	-	-	240
Elektrische Haushalts-Kleingeräte	30	14	170	86	-	-	200
Fahrräder und Zubehör	30	14	190	84	10	2	230
Foto- und optische Erzeugnisse (ohne Augenoptik)	80	100	-	-	-	-	80
Freiverkäufliche pharmazeutische Artikel (Apotheke)	60	32	120	68	-	-	180
Gartenbedarf	30	1	2.060	66	1030	33	3.110
Handelswaffen, Munition, Jagd- und Angelgeräte	90	29	220	71	-	-	310
Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik	170	32	330	64	20	4	520
Haus-/ Bett-/ Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	130	22	460	76	10	2	600
Holz, Kork-, Flecht- und Korbwaren, Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen	220	27	400	49	200	24	820
Leuchten	-	-	470	94	30	6	500

Fortsetzung Tabelle 11

Sortimente	ZVB		siL		niL		Gesamt* (in m ²)
	m ²	%	m ²	%	m ²	%	
Medizinische und orthopädische Artikel (einschließlich Hörgeräte)	10	6	120	94	-	-	130
Möbel	130	9	650	49	560	42	1.340
Musikinstrumente/ Musikalien	50	100	-	-	-	-	50
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	250	3	8.470	94	290	3	9.000
Papier/ Büroartikel/ Schreibwaren	260	63	150	37	-	-	410
Schuhe/ Lederwaren	450	43	600	57	-	-	1.050
Spielwaren	110	52	100	45	10	2	210
Sport- und Campingartikel (ohne Campingmöbel, Sport- und Freizeitboote)	80	13	510	87	-	-	590
Sport- und Freizeitboote (ohne Motorsportboote und -yachten)	Kein Angebot in der Stadt Lübben (Spreewald) vorhanden						
Telekommunikationsendgeräte, PC und Zubehör, Software	160	69	70	31	-	-	220
Teppiche	-	-	160	100	-	-	160
Uhren/ Edelmetallwaren/ Schmuck	40	60	30	40	-	-	60
Unterhaltungselektronik, Ton- und Bildträger	20	8	220	92	-	-	240
Zeitungen/ Zeitschriften	20	14	110	83	<10	3	130
Zoo-/ Heimtierbedarf	80	19	290	71	40	10	410

Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel/ complan 01/2015; VKF auf 10 m² gerundet, *Differenzen zur absoluten und prozentualen Gesamtsumme rundungsbedingt.

Obschon in einigen Sortimenten eine räumlich nicht eindeutige Vorprägung (Verortung der Verkaufsflächen) erkennbar ist, weisen einzelne Sortimente aufgrund der angeführten Beurteilungskriterien für die Zentrenrelevanz (Besucherfrequenz, Integrationsfähigkeit, Kopplungsaffinität, Transportfähigkeit; s. hierzu Tabelle 10) die Voraussetzung zur Einordnung als zentrenrelevantes Sortiment auf. Da diese Sortimente – gemäß den in dem vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzept formulierten Zielstellungen – zur Stärkung und Differenzierung der Bestandsstrukturen im zentralen Versorgungsbereich von wesentlicher Bedeutung sind, werden folgende Sortimente trotz ihrer derzeitigen prozentual höchsten Verortung in den städtebaulichen Lagekate-

gorien städtebaulich integrierte Lage (siL) und städtebaulich nicht integrierte Lage (niL) als **zentrenrelevant** bzw. zentren- und nahversorgungsrelevant definiert.⁴⁰

- Bekleidung
- Blumen/ Topfpflanzen (indoor)
- Drogeriewaren, Kosmetik/ Parfümerie
- Elektrische Haushalts-Kleingeräte
- Fahrräder und Zubehör
- Foto- und optische Erzeugnisse (ohne Augenoptik)
- Freiverkäufliche pharmazeutische Artikel (Apotheke)
- Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik
- Haus-/ Bett-/ Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen
- Holz, Kork-, Flecht- und Korbwaren, Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen
- Medizinische und orthopädische Artikel (einschließlich Hörgeräte)
- Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren
- Schuhe/ Lederwaren
- Sport- und Campingartikel (ohne Campingmöbel, Sport- und Freizeitboote)
- Telekommunikationsendgeräte, PC und Zubehör, Software
- Unterhaltungselektronik, Ton- und Bildträger
- Zeitungen/ Zeitschriften

Bezüglich der oben stehenden Sortimente ist festzuhalten, dass diese regelmäßig in (z. T. auch kleinflächigen) Fachgeschäften angeboten werden. Eine Integration in die Bestandsstrukturen des zentralen Versorgungsbereichs ist möglich, so dass im Rahmen des Versorgungsauftrages bzgl. des qualifizierten Grundbedarfs insgesamt eine realistische Zielperspektive für die Ansiedlung der Sortimente im zentralen Versorgungsbereich festgestellt werden kann.

Im Ergebnis der rechtlichen Anforderungen sowie auf Basis der aktuellen städtebaulichen Verortung der Verkaufsflächen und den dargestellten städtebaulichen Zielstellungen ergibt sich die folgende Liste zentren- bzw. nahversorgungsrelevanter Sortimente in Lübben (Spreewald) als sog. „Lübbener Liste“.

⁴⁰ Die hier aufgeführten Sortimente werden als zentrenrelevant bzw. zentren- und nahversorgungsrelevant definiert, obwohl sie jeweils prozentual am geringsten im ZVB (s. Tabelle 11) verortet sind. Die Sortimente, die in Tabelle 11 bereits prozentual am stärksten im ZVB verortet sind und als zentrenrelevant bzw. zentren- und nahversorgungsrelevant definiert werden, werden in dieser Auflistung nicht noch einmal genannt.

6.4.1 Sortimentsliste für die Stadt Lübben (Spreewald) – „Lübbener Liste“

Tabelle 12: Sortimentsliste für die Stadt Lübben (Spreewald) – „Lübbener Liste“

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. nach WZ 2008 ⁴¹	Bezeichnung nach WZ 2008
Zentrenrelevante Sortimente		
Augenoptik	47.78.1	Augenoptiker
Bekleidung	47.71	Einzelhandel mit Bekleidung
Bücher	47.61	Einzelhandel mit Bücher und Fachzeitschriften
Telekommunikationsendgeräte, PC und Zubehör, Software	47.41	Einzelhandel mit Computer, Computerteile, periphere Einheiten und Software
	47.42	Einzelhandel mit Telekommunikationsendgeräte und Mobiltelefone
Elektrische Haushalts-Kleingeräte	aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushalts-Kleingeräten
Fahrräder und Zubehör	47.64.1	Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör
Foto- und optische Erzeugnisse (ohne Augenoptik)	47.78.2	Einzelhandel mit Foto- und optischen Erzeugnissen (ohne Augenoptiker)
Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik	47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen (ausgenommen Bedarfsartikel für den Garten, Möbel und Grillgeräte für den Garten)
	47.59.2	Einzelhandel mit Keramische Erzeugnisse und Glaswaren
Haus-/ Bett-/ Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen	aus 47.51	Einzelhandel mit Haus-/ Bett- und Tischwäsche
	aus 47.51	Einzelhandel mit Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten sowie Meterware Stoffe
	aus 47.53	Einzelhandel mit Heimtextilien (u.a. Gardinen und Dekostoffe)
Holz, Kork-, Flecht- und Korbwaren	47.59.9	Einzelhandel mit Holz, Kork-, Flecht- und Korbwaren
Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen	47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen

⁴¹ WZ 2008 = Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistisches Bundesamtes, Ausgabe 2008.

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. nach WZ 2008	Bezeichnung nach WZ 2008
Zentrenrelevante Sortimente		
Musikinstrumente/ Musikalien	47.59.3	<i>Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien</i>
Papier/ Büroartikel/ Schreibwaren	47.62.2	<i>Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln</i>
	aus 47.59.1	<i>Einzelhandel mit Organisationsmittel für Bürozwecke</i>
Schuhe/ Lederwaren	47.72	<i>Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren</i>
Spielwaren	47.65	<i>Einzelhandel mit Spielwaren</i>
Sport- und Campingartikelartikel (ohne Campingmöbel, Sport- und Freizeitboote)	47.64.2	<i>Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel), ausgenommen Sport- und Freizeitboote und Zubehör</i>
Uhren/ Edelmetallwaren/ Schmuck	47.77	<i>Einzelhandel mit Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck</i>
Unterhaltungselektronik, Ton- und Bildträger	47.43	<i>Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik</i>
	47.63	<i>Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern</i>

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. nach WZ 2008	Bezeichnung nach WZ 2008
Zentren- sowie nahversorgungsrelevante Sortimente		
Blumen/ Topfpflanzen (indoor)	aus 47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Topfpflanzen und Blumentöpfen (in Verkaufsräumen)
Drogeriewaren, Kosmetik/ Parfümerie	47.75 aus 47.59.1	Einzelhandel mit Parfümeriewaren und Körperpflegeartikeln Einzelhandel mit Wasch-/ Putz- und Reinigungsmitteln
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	47.11/ 47.2	Einzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren
freiverkäufliche pharmazeutische Artikel (Apotheke)	47.73	Apotheken
Medizinische und orthopädische Artikel (einschließlich Hörgeräte)	47.74	Einzelhandel mit medizinischen und orthopädischen Artikeln
Zeitungen/ Zeitschriften	47.62.1	Einzelhandel mit Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen
Nicht zentrenrelevante Sortimente⁴²		
Die Aufführung der nicht zentrenrelevanten und nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente soll zur Verdeutlichung beitragen, welche Sortimente vor dem Hintergrund der Zielstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts der Stadt Lübben (Spreevald) als nicht kritisch gesehen werden und ist somit erläuternd, jedoch nicht abschließend.		
Baumarktsortiment i. e. S.	47.52.1 47.52.3 47.52.3 47.52.3 47.78.9 aus 47.53	Einzelhandel mit Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren a.n.g. Einzelhandel mit Anstrichmitteln Einzelhandel mit Bau- und Heimwerkerbedarf, ausgenommen Campingartikel und Fahrradzubehör Einzelhandel mit a.n.g. elektrotechnischen Erzeugnissen (u.a. Elektroinstallationsartikel) Einzelhandel mit Brennstoffen, darunter Kohle, Briketts, Brennholz (in Verkaufsräumen) Einzelhandel mit Tapeten und Bodenbelägen (ausgenommen Teppiche)
Bettwaren	aus 47.51.0	Einzelhandel mit Bettwaren
Elektrische Haushalts-Großgeräte	aus 47.54.0	Einzelhandel mit elektrischen Haushalts-Großgeräten

⁴² Kurzform für nicht zentrenrelevante und nicht zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. nach WZ 2008	Bezeichnung nach WZ 2008
Nicht zentrenrelevante Sortimente		
Die Aufführung der nicht zentrenrelevanten und nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente soll zur Verdeutlichung beitragen, welche Sortimente vor dem Hintergrund der Zielstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts der Stadt Lübben (Spreewald) als nicht kritisch gesehen werden und ist somit erläuternd, jedoch nicht abschließend.		
Gartenbedarf	aus 47.76.1 aus 47.59.9	Einzelhandel mit Pflanzen und Saatgut, ausgenommen Blumen, Topfpflanzen und Blumentöpfe (in Verkaufsräumen) Einzelhandel mit Bedarfsartikeln und Grillgeräten für den Garten
Auto-/ Motorradzubehör (außerhalb von Autohäusern)	45.32 aus 45.40	Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör Einzelhandel mit Kraftradteile und -zubehör
Leuchten	47.59.9	Einzelhandel mit Beleuchtungsartikeln
Möbel	47.59.1 47.79.1 aus 47.59.9	Einzelhandel mit Wohnmöbeln Einzelhandel mit Büromöbeln Einzelhandel mit Gartenmöbeln
Teppiche (ohne Teppichböden)	47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Teppichen, Brücken und Läufern)
Handelswaffen, Munition, Jagd- und Angelgeräte	aus 47.78.9	Einzelhandel mit Handelswaffen, Munition, Jagd- und Angelgeräte
Zoo-/ Heimtierbedarf	47.76.2	Einzelhandel mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren
Sport- und Freizeitboote (ohne Motorsportboote und -yachten)	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Freizeitbooten, ausgenommen Motorsportboote und -yachten

Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel/ complan 01/2015.

Für die kommunale Feinsteuern empfiehlt es sich, die Sortimente in die textlichen Festsetzungen (bzw. Begründungen) der entsprechenden Bauleitpläne zu übernehmen sowie in der Begründung zusätzlich dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzept als Grundlage der Sortimentsliste zu benennen.⁴³ Hierbei sollten gleichzeitig die Sortimente mit den angegebenen Nummern des Warengruppenverzeichnisses sowie dessen Sortimentsbezeichnungen gekennzeichnet werden, um eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit des Bauleitplans zu gewährleisten.

⁴³ Vgl. Kuschnerus 2007: Rn. 531.

6.5 Ansiedlungsleitsätze für die Stadt Lübben (Spreewald)

Die Ansiedlungsleitsätze konkretisieren die übergeordneten Entwicklungsziele zur künftigen Einzelhandelsentwicklung für alle Arten des Einzelhandels und für alle denkbaren Standortkategorien in Lübben (Spreewald) und ermöglichen somit eine Steuerung der städtebaulich bestmöglichen Einzelhandelsentwicklung in der Zukunft.

6.5.1 Einordnung und Begründung der Ansiedlungsleitsätze

Zwar wurden bisher Entwicklungsleitlinien, absatzwirtschaftliche Entwicklungsspielräume, das künftige Zentren-, Standort- und Nahversorgungskonzept sowie nicht zuletzt die Spezifizierung zentrenrelevanter Sortimente vorgestellt. Für die konkrete Zulässigkeitsbewertung von Vorhaben oder die Ausgestaltung von Bebauungsplänen fehlt jedoch eine Verknüpfung dieser Leistungsbausteine zu einem Bewertungsinstrument. Dieses Instrument wird durch die nachfolgenden Ansiedlungsleitsätze des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes zur Verfügung gestellt.

Diese Ansiedlungsleitsätze stellen ein Regelwerk dar, das transparente, nachvollziehbare Zulässigkeitsentscheidungen und bauleitplanerische Abwägungen vorbereitet. Sie gewährleisten zudem die notwendige Flexibilität hinsichtlich künftig ggf. erforderlicher Einzelfallentscheidungen. Sie dienen dazu, die Standortstruktur des Einzelhandels in Lübben (Spreewald) insbesondere zugunsten einer gesamtstädtisch gewinnbringenden Entwicklung zu sichern und weiter auszugestalten.

Durch die klare Regel-Ausnahme-Struktur mit für alle Beteiligten transparenten Standortbewertungen tragen diese Ansiedlungsleitsätze im Zusammenspiel mit der Lübbener Sortimentsliste zu einer im hohen Maße rechtssicheren Ausgestaltung von Zulässigkeitsentscheidungen und Bauleitplänen bei und garantieren somit Planungs- und Investitionssicherheit sowohl für bestehende Einzelhandelsbetriebe als auch für ansiedlungsinteressierte Betreiber noch nicht in Lübben (Spreewald) ansässiger Einzelhandelsbetriebe.⁴⁴

Die Ansiedlungsleitsätze sind für Neubau- wie auch Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels konzipiert. Auf bestehende Einzelhandelsbetriebe, die nicht verändert werden, sind sie nicht anzuwenden; der übliche genehmigungsrechtliche Bestandsschutz wird somit gewährleistet.

⁴⁴ Wesentliche Voraussetzung für die gewinnbringende Nutzung der in diesem Einzelhandelskonzept enthaltenen Leitsätze und Steuerungsempfehlungen ist die politisch gestützte Bekräftigung dieser Inhalte, verbunden mit einer konsequenten künftigen Anwendung. Auf diese Weise entfalten die Leitsätze und Steuerungsempfehlungen ihre Potenziale für die Rechtssicherheit kommunaler Instrumente, für die Investitionssicherheit sowie für die Sicherung und strategische Weiterentwicklung der Einzelhandelsstandorte in Lübben (Spreewald), insbesondere des Innenstadtzentrums.

6.5.2 Ansiedlungsleitsätze

Folgende Ansiedlungsleitsätze werden für Lübben (Spreewald) empfohlen:

Leitsatz I: Zentrenrelevanter Einzelhandel als Hauptsortiment ist zukünftig im zentralen Versorgungsbereich in der Innenstadt anzusiedeln.

- Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment sollen zukünftig primär im zentralen Versorgungsbereich in der Innenstadt angesiedelt werden, um eine weitere Spezialisierung und Qualifizierung der Einzelhandelslage zu begünstigen.
- In der Innenstadt unbegrenzt (Positivraum). Sofern nicht landesplanerische und städtebauliche Gründe (etwa der Schutz von zentralen Versorgungsbereichen in Nachbarkommunen bzw. das Beeinträchtigungsverbot) eine (Teil-) Begrenzung erforderlich werden lassen.

Einzelhandelsbetriebe mit einem zentrenrelevanten Hauptsortiment sollen grundsätzlich im zentralen Versorgungsbereich in der Innenstadt zulässig sein. Damit kann die Innenstadt in ihrer heutigen Attraktivität gesichert und weiter ausgebaut werden. Gleichzeitig wird eine Streuung solcher wichtiger Einzelhandelsangebote, ein Ungleichgewicht der sonstigen Standorte gegenüber der Innenstadt sowie die potenzielle Gefährdung des Zentrums verhindert.

Zusätzlich zu den vorgenannten Regelungen können kleinere Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment auch in den städtebaulich integrierten Lagen in begrenztem Maße zulässig sein, um das überwiegend auf die Nahversorgung bezogene Angebot um weitere Sortimente punktuell begrenzt zu ergänzen. Der empfohlene Bezug auf die Versorgungsaufgabe „des engeren Gebiets“ zielt darauf, dass an dieser Standortkategorie keine Fachmärkte entstehen, die gegenüber dem zentralen Versorgungsbereich zu einem zu großen Gewicht der sonstigen integrierten Lagen führen würde. Demzufolge zielt diese Regelung auf die Zulässigkeit kleiner Fachgeschäfte, die bereits heute in den sonstigen integrierten Lagen in dieser begrenzten Größenordnung vorhanden sind.

Leitsatz II: Zentren- und nahversorgungsrelevanter Einzelhandel als Hauptsortiment ist primär im zentralen Versorgungsbereich in der Innenstadt und zur Gewährleistung der Nahversorgung auch an sonstigen integrierten Standorten anzusiedeln oder auszubauen.

- Im zentralen Versorgungsbereich, sofern negative Auswirkungen auf die wohnortnahe Grundversorgung vermieden werden (Beeinträchtigungsverbot).
- Außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs an sonstigen integrierten Standorten zur Versorgung des Gebiets, sofern negative Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich und die wohnortnahe Grundversorgung vermieden werden (Beeinträchtigungsverbot). Übliche Verkaufsflächenober-

grenze für Vorhaben mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment: 800 m² (ggf. darüber bei zusätzlicher Anwendung der Kriterien der AG Strukturwandel⁴⁵).

Aufgrund der hohen Bedeutung, die die nahversorgungsrelevanten Sortimente als Kundenmagnet und für die Besucherfrequenz in dem zentralen Versorgungsbereich haben, sowie mit Blick auf die begrenzten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente sollen Einzelhandelsvorhaben mit einem nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment primär nur im zentralen Versorgungsbereich selbst angesiedelt werden, um diesen zu stärken und um zu dessen Angebotsdiversifizierung beizutragen.

In den übrigen Wohnsiedlungsgebieten *außerhalb* des zentralen Versorgungsbereichs (sonstige integrierte Standorte) kann ein Nahversorgungsangebot zugunsten der Gebietsversorgung unter Bezug auf die Kriterien⁴⁶ der AG Strukturwandel empfohlen werden. Hierdurch soll (gemäß der „übergeordneten Entwicklungszielstellungen“) die flächendeckende Nahversorgung gestärkt werden, ohne dabei den zentralen Versorgungsbereich zu schädigen oder in seinen Entwicklungsmöglichkeiten zu beeinträchtigen.

Leitsatz III: Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel kann im gesamten Stadtgebiet angesiedelt werden, wenn städtebauliche Gründe dafür sprechen.

- Einzelhandelsvorhaben mit nicht zentren- und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment können grundsätzlich im gesamten Stadtgebiet angesiedelt werden, wenn städtebauliche Gründe dafür und raumordnerische Ziele nicht dagegen sprechen.
- Aus städtebaulichen Gründen ist eine Fokussierung auf den zentralen Versorgungsbereich ratsam, um Angebote aus Kundensicht attraktiv räumlich zu bündeln und einer Dispersion des Einzelhandelsstandortgefüges, auch im Interesse der Standortsicherung für Handwerks-, produzierende und weiterverarbeitende Gewerbebetriebe, entgegenzuwirken.

Durch diese standardisierten Leitsätze werden vorhabenbezogene und bauleitplanerische Zulässigkeitsfragen in der Stadt Lübben (Spreewald) künftig effizient zu beantworten sein, womit nicht zuletzt auch eine Verfahrensbeschleunigung erreicht werden kann.

⁴⁵ Bericht der „Arbeitsgruppe Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“ beim Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen (BMVBW) 2002.

⁴⁶ s. Anhang.

7 Schlusswort

Die Stadt Lübben (Spreewald) verfügt hinsichtlich ihrer aktuellen Einzelhandelsstruktur über die notwendige Ausgangsbasis für eine Stärkung der vorhandenen Standorte, insbesondere des zentralen Versorgungsbereichs mit einer klar definierten Versorgungsaufgabe. Während der Erarbeitung dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzepts wurden – begleitet und konstruktiv unterstützt durch die Verwaltung – Entwicklungsempfehlungen und künftige Leitlinien erörtert, die es erlauben, stringente Instrumente zur bauleitplanerischen und genehmigungsrechtlichen Steuerung der Standorte und der künftigen Vorhaben abzuleiten.

In diesem Bericht werden die notwendigen Instrumente vorgestellt, Empfehlungen zu Umsetzungsprioritäten ausgesprochen und ggf. erkennbare Handlungsalternativen angesprochen.

Obschon dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzept zunächst ein primär stadtplanerisches Instrumentarium darstellt, kann es auch in anderen Zusammenhängen (Teil-) Beiträge zur Fortentwicklung der Handelsstandorte leisten, so zum Beispiel im Rahmen der Wirtschaftsförderung. Das Konzept bietet zudem Anknüpfungspunkte für neue große wie auch kleinere Entwicklungsvorhaben, für Detailkonzepte zu einzelnen Standorten und Fragestellungen (etwa dem Branchenmix) sowie für prozessbegleitende Maßnahmen bzw. die Einbindung der Händlerschaft und der Immobilieneigentümer in die Maßnahmen zur Standortstärkung.

Aufgrund der hohen Dynamik im Einzelhandel ist mittelfristig ein Bedarf zur Fortschreibung der einzelhandelsbezogenen Grundlagenermittlung und Zielerarbeitung für ein zu aktualisierendes Einzelhandelskonzept – inkl. einer flächendeckenden Vollerhebung des Einzelhandels – zu erkennen.

Insbesondere die konzeptionellen Bausteine des Konzepts bedürfen einer Erfolgskontrolle und ggf. einer laufenden Fortschreibung. Ob ein solcher Bedarf zur Fortschreibung erkennbar ist, sollte erfahrungsgemäß alle fünf Jahre bewertet werden. Zudem sollte auch bei erheblichen Veränderungen der gesetzlichen Grundlagen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung geprüft werden, inwieweit eine Fortschreibung des Konzepts erfolgen sollte.

Anhang

Kriterien der „Arbeitsgruppe Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“

Im Bericht der Arbeitsgruppe wird betont:

- „dass nicht allein das Erreichen der Großflächigkeit (d.h. einer Verkaufsfläche von rd. 700 m²) eines Einzelhandelsbetriebs die Vermutung unerwünschter städtebaulicher Auswirkungen (z.B. Auf Verkehr, Umwelt, Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Versorgung) rechtfertigt;
- dass § 11 Abs. 3 Satz 4 BauNVO auch die Darlegungslast zuweist; unterhalb des Wertes der Regelvermutung von über 1.200 m² Geschossfläche ist es danach Aufgabe der Genehmigungsbehörde, im Einzelfall Anhaltspunkte dafür geltend zu machen, dass mit maßgeblichen Auswirkungen zu rechnen ist; oberhalb des Wertes kommt dagegen die Darlegungslast, dass mit keinen Anhaltspunkten für maßgebliche Auswirkungen zu rechnen ist, dem Antragsteller zu;
- dass auch oberhalb [des] Regelvermutungswertes von 1.200 m² Geschossfläche Anhaltspunkte dafür bestehen können, dass die in § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO bezeichneten Auswirkungen nicht vorliegen. Bezogen auf Lebensmittelsupermärkte können sich solche Anhaltspunkte nach § 11 Abs. 3 Satz 4 BauNVO insbesondere aus:
 - der Größe der Gemeinde/des Ortsteils,
 - aus der Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und
 - dem Warenangebot des Betriebesergeben.
- dass dem Lebensmitteleinzelhandel eine besondere Bedeutung im Hinblick auf die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung zukommt, so dass von großflächigen Lebensmitteleinzelhandelsbetrieben in größeren Gemeinden und Ortsteilen auch oberhalb der Regelvermutungsgrenze von 1200 m² aufgrund einer Einzelfallprüfung dann keine negativen Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung und den Verkehr ausgehen können, wenn:
 - der Non-Food-Anteil weniger als 10 v.H. der Verkaufsfläche beträgt, und
 - der Standort
 - verbrauchernah und
 - hinsichtlich des induzierten Verkehrsaufkommens „verträglich“
 - sowie städtebaulich integriert ist.

- Die dazu erforderlichen Prüfungen sollten, sofern keine Besonderheiten vorliegen, im Rahmen einer typisierenden Betrachtungsweise erfolgen.“⁴⁷

⁴⁷ BMVBW 2002, S. 2f.

Literatur- und Quellenverzeichnis

Literatur und Handelsfachdaten

BMVBW (2002): Bericht der Arbeitsgruppe Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO.

BMVBS (2013): Nahversorgung in ländlichen Räumen.

Deutscher Bundestag (2004): Entwurf eines Gesetzes zur Anpassung des Baugesetzbuchs an EU-Richtlinien (Europarechtsanpassungsgesetz Bau – EAG Bau). Bundestagsdrucksache 15/2250. Berlin

Deutscher Bundestag (2007): Gesetzentwurf zur BauGB-Novelle 2007. Bundestagsdrucksache 16/2496. Berlin

EHI Retail Institute (2012): Handel aktuell. Struktur, Kennzahlen und Profile des deutschen und internationalen Handels. Ausgabe 2012/2013. Köln

EHI Retail Institute (2013): Handel aktuell. Struktur, Kennzahlen und Profile des deutschen und internationalen Handels. Ausgabe 2013/2014. Köln

Einwohnermeldeamt Stadt Lübben (Spreewald) (2014): Einwohner am 01.10.2014.

Gemeinsame Landesplanung (2008): Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben; Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass NRW). Düsseldorf

Hahn-Gruppe (2014): Real Estate Report Germany der Jahre 2006 - 2014/2015. Bergisch Gladbach

IfH Institut für Handelsforschung (2015): Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2015. Köln

Kuschnerus, Ulrich (2007): Der standortgerechte Einzelhandel. Bonn

Land Brandenburg, Ministerium für Infrastruktur und Landwirtschaft (2013): Mittelbereichsprofil Lübben (Spreewald) 2013.

Land Brandenburg, Ministerium für Wirtschaft und Europaangelegenheiten: Landestourismuskonzeption Brandenburg 2011-2015. Potsdam.

Landesamt für Bauen und Verkehr (2012): Bevölkerungsvorausschätzung 2011 bis 2030. Hoppegarten

Regionale Planungsgemeinschaft Lausitz-Spreewald (1997): Regionalplan Lausitz Spreewald

Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Ministerium für Infrastruktur und Raumordnung (2009): Verordnung über den Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg (LEP B-B) vom 31. März 2009 (GVBl. II S. 186)

Statistisches Bundesamt (2008): Klassifikation der Wirtschaftszweige. Ausgabe 2008. Wiesbaden

Statistisches Bundesamt (2014a): Konsumausgaben privater Haushalte im Inland nach Verwendungszwecken

Sonstige Quellen

Präsentation Stadt Lübben (Spreewald) (2014): Erholungsort Lübben (Spreewald). Sachstandsbericht 2009-2014. Erfolgreiche Tourismuswirtschaft.

Website www.luebben.de

Website Statistisches Bundesamt (Destatis), abgerufen 28.09.2014: www.destatis.de

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Das hierarchisch abgestufte System zentraler Versorgungsbereiche (modellhaft)	6
Abbildung 2:	Versorgungsbereich für das Mittelzentrum Lübben (Spreewald)	10
Abbildung 3:	Lübben (Spreewald) und umgebende Zentren	12
Abbildung 4:	Erarbeitungsschritte Einzelhandels- und Zentrenkonzept	15
Abbildung 5:	Übersicht über die verwendeten empirischen Erhebungsbausteine	16
Abbildung 6:	Lage in der Region	22
Abbildung 7:	Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung in Lübben (Spreewald)	23
Abbildung 8:	Zentrale Orte KB Cottbus: Verkaufsfläche je Einwohner	25
Abbildung 9:	Einzelhandelsbestand in Lübben (Spreewald)	25
Abbildung 10:	Einzelhandel nach Warengruppen und Lagebereichen	26
Abbildung 11:	Standortbereiche im Stadtgebiet nach Verkaufsflächensummen und Fristigkeit der Angebotsstrukturen	27
Abbildung 12:	Geschäfte in der Innenstadt nach Verkaufsflächengröße	28
Abbildung 13:	Anteile der Warengruppen in der Innenstadt nach Verkaufsfläche	29
Abbildung 14:	Einzelhandelsgeschäfte nach Sortimenten in der Innenstadt	31
Abbildung 15:	Verteilung Einzelhandelsgeschäfte und Zentrenergänzende Funktionen	33
Abbildung 16:	Verkehrliche Ausgangssituation in der Innenstadt	34
Abbildung 17:	Städtebauliche Ausgangssituation in der Innenstadt	37
Abbildung 18:	SWOT-Analyse Innenstadt	38
Abbildung 19:	Standortbereich Weinbergstraße – Nutzung im Bestand	39
Abbildung 20:	Standortbereich Postbautenstraße – Nutzung im Bestand	40
Abbildung 21:	Ausstattungskennziffern Nahrungs- und Genussmittel (NuG) Lübben (Spreewald) gesamt	41
Abbildung 22:	Die Nahversorgungsstruktur in Lübben (Spreewald)	42
Abbildung 23:	Kaufkraftwerte Lübben (Spreewald)	43
Abbildung 24:	Anzahl der Tagestouristen und Übernachtungen in Lübben (Spreewald)	46
Abbildung 25:	Tagesausgaben der Touristen pro Kopf in € (2009)	47

Abbildung 26:	Ermittlungsmethodik des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens	_____	_____	51
Abbildung 27:	Zukünftige Bevölkerungsentwicklung in Lübben (Spreewald)	_____	_____	52
Abbildung 28:	Bevölkerungsentwicklung Lübben (Spreewald) 1997 - 2014	_____	_____	53
Abbildung 29:	Entwicklung von Konsumausgaben, Einzelhandelsanteil und Einzelhandels-umsatz	_____	_____	54
Abbildung 30:	Entwicklungsindex der Flächenproduktivitäten von 2000 bis 2014	_____	_____	55
Abbildung 31:	Anteil des Online-Handels am Einzelhandelsumsatz (in Mrd. Euro) in Deutschland von 2000 bis 2013 und Prognose für 2014	_____	_____	56
Abbildung 32:	Zentralitäten nach Warengruppen und Zielzentralitäten	_____	_____	57
Abbildung 33:	Übergeordnete Entwicklungszielstellung für Lübben (Spreewald)	_____	_____	62
Abbildung 34:	Methodik: Ableitung von zentralen Versorgungsbereichen aus dem Bestand kommunaler städtebaulich-funktionaler Zentren	_____	_____	64
Abbildung 35:	Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich in der Innenstadt	_____	_____	66
Abbildung 36:	Prüfschema der Konzeptkongruenz bei der Ansiedlung und Erweiterung von Betrieben mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment	_____	_____	80
Abbildung 37:	Beispielhafte Abgrenzung eines fußläufigen Nahbereichs eines Nahversorgers – schematisch (links) und unter Berücksichtigung topografischer und wettbewerblicher Besonderheiten (rechts)	_____	_____	82

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Zentrale Versorgungsbereiche (ZVB) _____	7
Tabelle 2:	Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche (ZVB) _____	8
Tabelle 3:	Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralitätswerte in Lübben (Spreewald) _____	45
Tabelle 4:	Eingangsparameter zur Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens _____	58
Tabelle 5:	Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen für Lübben (Spreewald) nach Betriebstypen und Warengruppen bis 2025 _____	59
Tabelle 6:	Handlungsempfehlungen Angebots- und Branchenentwicklung _____	71
Tabelle 7:	Handlungsempfehlungen Maßnahmen seitens der Stadt _____	73
Tabelle 8:	Handlungsempfehlungen Maßnahmen seitens der Gewerbetreibenden _____	76
Tabelle 9:	Empfehlungen zur Nahversorgung _____	78
Tabelle 10:	Beurteilungskriterien für die Zentrenrelevanz von Sortimenten _____	86
Tabelle 11:	Städtebauliche Verortung der Verkaufsflächen der Einzelsortimente in Lübben (Spreewald) _____	87
Tabelle 12:	Sortimentsliste für die Stadt Lübben (Spreewald) – „Lübbener Liste“ _____	90

Glossar

Betriebsform (Betriebstyp)

Eine Gruppe von Handelsbetrieben mit gleichen oder ähnlichen Merkmalsausprägungen. Es gibt starke Ähnlichkeiten der Betriebe innerhalb einer Betriebsform, während sich Betriebsformen in einem oder mehreren Merkmalen deutlich voneinander unterscheiden. Um Betriebstypen zu definieren, wird auf Merkmale zurückgegriffen, die das Erscheinungsbild des Handelsbetriebes gegenüber den Abnehmern gestalten. Sowohl im Groß- als auch im Einzelhandel werden Betriebsformen unterschieden. Es besteht eine Dynamik in den Betriebsformen, d. h. es entstehen neue Betriebstypen und alte scheiden aus. Seit neuester Zeit wird auch von Formaten und Vertriebsschienen gesprochen. Betriebstypen sind z. B. Fachmarkt, Supermarkt oder SB-Warenhaus.

Bindungsquote

Verhältnis zwischen Umsatz- und Kaufkraftpotenzial in einem Gebiet. An ihr ist ersichtlich, ob Kaufkraft in ein Gebiet zu- (> 100 %) oder abfließt (< 100 %). Anhand der Bindungsquote kann die Zentralität eines Ortes ermittelt werden, je nachdem, ob ein Kaufkraftzufluss, oder -abfluss vorliegt (Kaufkraft).

Business Improvement District (BID)

Ein Business Improvement District (BID) ist ein räumlich begrenzter, meist innerstädtischer Bereich, in dem sich Grundeigentümer und Gewerbetreibende mit dem Ziel zusammenschließen, das unmittelbare betriebliche und städtische Umfeld zu verbessern. Von einem derartigen Public Private Partnership - Modell, also der Zusammenarbeit von öffentlich-rechtlichen und privaten Akteuren, können sowohl Städte und Gemeinden, als auch Verbraucher und Wirtschaft profitieren.

In Deutschland gibt es bislang noch keine bundesrechtliche Grundlage zur Gründung eines BID. Einige Länder haben jedoch den Ansatz aufgegriffen und als Lösungsansatz für Standorte diskutiert, die von Trading down-Prozessen betroffen sind. In Hamburg wurde das erste Landesgesetz zu der Einrichtung eines BID verabschiedet, in NRW wird die Gründung von so genannten Immobilien und Standortgemeinschaften (ISG) gefördert.

Einzelhandel

Im funktionellen Sinne liegt Einzelhandel vor, wenn Marktteilnehmer Güter, die sie i. d. R. nicht selbst be- oder verarbeiten, von anderen Marktteilnehmern beschaffen und an private Haushalte absetzen.

Als Einzelhandel im institutionellen Sinne (auch Einzelhandelsbetrieb, Einzelhandelsunternehmung, Einzelhandlung) werden jene Institutionen bezeichnet, deren wirtschaftliche Tätigkeit ausschließlich oder überwiegend dem Einzelhandel im funktionellen Sinne zuzuordnen ist. Ein Betrieb wird dem Einzelhandel zugerechnet, wenn die Wertschöpfung der Einzelhandelstätigkeit größer ist, als aus sonstigen Tätigkeiten.

Einzelhandelsrelevante Nachfrage

Der Teil der Verbrauchsausgaben privater Haushalte, der im Einzelhandel ausgegeben wird. Nicht berücksichtigt wird die Nachfrage nach Dienstleistungen.

Fabrikladen (Factory Outlet)

Herstellereigenes Einzelhandelsgeschäft, i. d. R. mit minimierter Ausstattung und Selbstbedienung, in dem ein Hersteller im Direktvertrieb vor allem seine Warenüberhänge und seine Zweite-Wahl-Ware verkauft. Standort für einen Fabrikladen sind entweder ein größerer Raum beim Hersteller selbst oder ein verkehrsgünstig gelegener Verkaufsraum in der Nähe.

Fachdiscounter

Ein meist klein- bis mittelflächiger Einzelhandelsbetrieb, der überwiegend Waren des täglichen Bedarfs in Selbstbedienung und ohne Service anbietet. Das Sortiment ist dabei flach und schmal und wird oft zu den niedrigen Preisen angeboten.

Fachgeschäft

Spezialisierter und branchengebundener Einzelhandelsbetrieb, der sich durch eine große Sortimentstiefe und unterschiedliches Preis- und Qualitätsniveau auszeichnet. Die Verkaufsfläche liegt meistens deutlich unter 800 m². Entscheidend für die Abgrenzung zu Fachmärkten ist vor allem der Service (z. B. Kundendienst und Beratung/Bedienung).

Fachmarkt

Fachgeschäft der Non-Food-Sparte, das in bestimmten Branchenschwerpunkten (Elektronik, Sport, Drogerie etc.) über ein breites und tiefes Sortimentsangebot verfügt, dabei aber nur eine knappe Personalbesetzung und als Verkaufsverfahren Selbstbedienung oder Vorwahl mit fachlicher und sortimentsspezifischer Beratung einsetzt; übersichtliche Warenanordnung in meist ebenerdigen Betrieb mit niedrigem bis mittlerem Preisniveau. Die Standorte sind meist auto-kundenorientiert, davon einige Sortimente innenstadtnah (Drogerien), andere isoliert in gewachsenen oder geplanten Zentren. Verkaufsfläche i. d. R. > 800 m². Je nach Typ des Fachmarktes sind verschiedene Größenordnungen üblich (z. B. Drogeriefachmärkte mit rd. 800 m², Elektrofachmarkt 2.000 - 4.000 m² (z. B. Saturn), Baumarkt 2.000 - 15.000 m², Möbelmarkt bis zu 50.000 m²).

Serviceorientierte Fachmärkte bieten neben ihrem Warensortiment auch eine Vielfalt sortimentsbezogener und selbstständig vermarktbarer Dienstleistungen an. Bei diskontorientierten Fachmärkten wird zugunsten des Preises auf jedwede Beratung oder Dienstleistung verzichtet. Der Spezialfachmarkt führt Ausschnittssortimente aus dem Programm eines Fachmarktes.

Factory-Outlet-Center (FOC)

Mittel- bis großflächige Ansammlung von Einzelhandelsbetrieben, in denen im Direktvertrieb Waren von mehreren Herstellungsunternehmen in separaten Ladeneinheiten dem Konsumenten zum Verkauf angeboten werden. Neben den Markenshops finden sich in FOCs oft gastronomische Angebote im Gebäudekomplex. Von Fabrikverkäufen (Fabrikläden) unterscheiden sich FOCs durch die räumliche Trennung von Produktion und Verkauf. FOCs liegen meist außerhalb urbaner

Zentren auf der „grünen Wiese“ in verkehrsgünstiger Lage und in Fabriknähe.

Grenzrentabilität

Grenze der Einnahmen-Kosten-Relation, unterhalb derer ein Einzelhandelsbetrieb – unter Berücksichtigung lokaler Nachfrage- und Wettbewerbsbedingungen sowie zeitgemäßer, handelstypischer Betriebsgestaltung – nicht dauerhaft wirtschaftlich zu betreiben ist.

Immobilien- und Standortgemeinschaft (ISG)

Modell zur Aufwertung von Handelsstandorten, das auf Grundlage der Idee der BID die Bildung von Gemeinschaften aus Grund- und Immobilienbesitzern und öffentlichen Planungsträgern fördert. Die Mitgliedschaft in einer ISG ist freiwillig und unterscheidet sich so maßgeblich vom amerikanischen Modell des BID.

Innenstadt

Das Gebiet einer Stadt, in dem sich die gesamtstädtisch und überörtlich bedeutsamen Institutionen konzentrieren. Der Begriff der Innenstadt ist i. d. R. nicht mit demjenigen des Innenstadtzentrums (IZ) gleichzusetzen, da die Abgrenzung neben der baulichen Dichte und der Dichte der Einzelhandels- und Dienstleistungsfunktionen auch die historische Entwicklung und Bedeutung von Zentrenbereichen berücksichtigt, weniger als der Begriff des IZ jedoch auf dem Einzelhandel beruht.

Innenstadtzentrum (IZ)

Einzelhandelsrelevante Lagebezeichnung für städtebaulich-funktionell abgegrenzte Innenstadtbereiche. Bei der Abgrenzung des IZ gegenüber weiteren Innenstadtbereichen wird die Konzentration gesamtstädtisch und überörtlich bedeutender Funktionen ebenso berücksichtigt wie die Dichte des bestehenden Handelsbesatzes oder städtebauliche Eigenschaften. Da das IZ zu den zentralen Versorgungsbereichen zählt, ist es ein Schutzgut im Sinne des Städtebaurechts. Das IZ ist je nach örtlicher Ausprägung nicht notwendiger Weise deckungsgleich mit dem historischen oder statistischen Zentrum.

Katalogschauraum

Kleinflächige Ausstellungsflächen, in denen nicht verkauft wird, sondern jeder Artikel meist nur einmal vorhanden ist und bestellt werden kann. Er verbindet Versandhauswerbung mit der Verkaufsstätte.

Kaufhaus

Zentral gelegener großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit einem breiten und tiefen Non-Food-Sortiment, der meistens im Wege der Bedienung Waren aus zwei oder mehr Branchen anbietet, davon wenigstens eine in tiefer Gliederung. Am weitesten verbreitet sind Kaufhäuser mit Bekleidung und Textilien oder verwandten Bedarfsrichtungen. Starke Konzentration auf bestimmte Warengruppen. Ein Lebensmittelangebot ist meistens nicht vorhanden. Verkaufsfläche > 1.000 m²

Kaufkraft

Die Geldmenge, die privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraums zur Verfügung steht. Errechnet wird sie aus den Nettoein-

nahmen zuzüglich der Entnahme aus Ersparnissen und aufgenommenen Krediten, abzüglich der Bildung von Ersparnissen und der Tilgung von Schulden.

Kaufkraftbindung

Der Teil der Kaufkraft einer Region, der in der Region selbst ausgegeben wird. Ein Kaufkraftabfluss liegt vor, wenn ein Teil der regionalen Kaufkraft außerhalb dieser ausgegeben wird. Ein Kaufkraftzufluss liegt vor, wenn Kaufkraftanteile aus Fremddregionen einem Marktgebiet zufließen.

Kaufkraftkennziffer

Gibt Auskunft über die regionale Verteilung der Kaufkraft. Sie gibt an, wie viel Promille der gesamten Kaufkraft in Deutschland auf die betrachtete geographische Einheit entfällt. Errechnet wird sie durch Multiplikation des Bevölkerungsanteils des Gebiets an der Gesamtbevölkerung mit einem Kaufkraftfaktor, der nur aus Nettoeinkommen der im Gebiet ansässigen Bevölkerung besteht. Sie gibt die Höhe des durchschnittlichen Nettoeinkommens im Vergleich zum Bundesdurchschnitt an.

Lebensmitteldiscounter

Lebensmitteldiscounter zeichnen sich durch ein spezialisiertes Sortiment mit einer niedrigen Artikelzahl aus. Weitere Merkmale sind Selbstbedienung, einfache Ladenausstattung und aggressive Marketing-Strategien. Die Ladengröße liegt zwischen 250 – 800 m², in Einzelfällen auch darüber. Der Umsatzanteil durch Non-Food-Artikel liegt zwischen 10 – 13 %.

Nahversorgungszentrum (NVZ)

Ein Nahversorgungszentrum besteht aus überwiegend nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben und aus ergänzenden Dienstleistungsbetrieben wie etwa einer Bank, Reinigung oder Postannahmestelle. Das Nahversorgungszentrum übernimmt die wohnortnahe Grundversorgung der Bevölkerung und ist i. d. R. innerhalb einer sonstigen integrierten Lage angesiedelt. Auch städtebauliche Kriterien wie bauliche Dichte oder Gestaltung sind für die Definition eines NVZ relevant.

SB-Warenhaus

Einzelhandelsbetrieb (großflächig) mit mindestens 3.000 m² Verkaufsfläche in meist peripherer Lage, der Waren überwiegend in Selbstbedienung und ohne kostenintensiven Kundendienst anbietet. Hohe Werbeaktivität in Dauerniedrigpreis- und Sonderangebotspolitik. Das Sortiment ist umfassend und bietet ein Sortiment des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs von bis zu 100.000 Artikeln. Der Umsatzschwerpunkt (> 50 %) liegt bei Nahrungsmitteln. Der Non-Food-Anteil kommt auf 60 – 75 % bei der Fläche (35 – 50 % des Umsatzes).

Sortiment

Die Auswahl bzw. Struktur aller angebotenen Artikel eines Handelsunternehmens.

Unterschieden wird in Kern-, Grund-, und Randsortiment.

Das Kernsortiment beinhaltet das eigentliche Sortiment z. B. Sanitärprodukte (Badewannen, Duschen, Toiletten) beim Sanitärhändler. Die Waren des Kernsortiments sollen die Rendite des jeweiligen Händlers sichern. Mit dem Kernsortiment wird der Hauptumsatz der jeweiligen Filiale gemacht.

Das Grundsortiment ist das Sortiment, mit dem der größte Umsatz gemacht wird. Kern- und Grundsortiment können identisch sein, weichen bei einigen Unternehmen aber voneinander ab. Dies wäre der Fall, wenn der Sanitärhändler Leuchten ins Sortiment aufnimmt, die mehr Umsatz bringen als die Sanitärprodukte.

Beim Randsortiment ist der Anteil am Umsatz gering. Solche Artikel werden geführt, um den Kunden einen zusätzlichen Service zu bieten (Abgrenzung gegenüber dem Wettbewerber) oder um einen zusätzlichen Gewinn zu erwirtschaften.

Die Sortimentstiefe hängt proportional davon ab, wie viele Varianten eines Artikels ein Händler anbietet. Die Sortimentsbreite hängt proportional davon ab, wie viele verschiedene Warengruppen ein Händler führt.

Städtebaulich integrierte Lage (siL)

Als städtebaulich integrierte Lage (auch: sonstige integrierte Lage) werden diejenigen Siedlungsbereiche bezeichnet, die überwiegend in Wohnbereiche eingebettet sind. Die bauliche Dichte sowie die Dichte der Einzelhandelsnutzungen und sonstigen Funktionen reichen in dieser Lage nicht aus, diese Lage als zentralen Versorgungsbereich einzuordnen.

Städtebaulich nicht integrierte Lage (niL)

Städtebaulich nicht integrierte Lagen unterscheiden sich von den sonstigen integrierten Lagen durch die fehlende Einbettung in die sie umgebende Wohnbebauung. Nicht integrierte Lagen umfassen demnach alle Siedlungsbereiche außerhalb der Zentren und sonstigen integrierten Lagen. I. d. R. trifft die Bezeichnung auf Einzelhandelsstandorte in Industrie- oder Gewerbegebieten sowie im Außenbereich zu.

Stadtteilzentrum (STZ)/ Ortsteilzentrum (OTZ)

Zum Stadtteil- bzw. Ortsteilzentrum zählen diejenigen sonstigen zentralen Bereiche einer Kommune, die wie das Innenstadtzentrum über einen hohen Besitz an Einzelhandelsbetrieben, über weitere Zentrenfunktionen sowie über städtebauliche Zentrenmerkmale verfügen. Hinsichtlich der Nutzungsdichte, der städtebaulichen Ausprägung und der Lage im Stadtgebiet bzw. der Verkehrsanbindungen ist das STZ/OTZ gegenüber dem Innenstadtzentrum allerdings als nachgeordnet zu bewerten. Da ein STZ/OTZ zu den zentralen Versorgungsbereichen zählt, ist es ein Schutzgut im Sinne des Städtebaurechts. Ein Stadtteil- oder Ortsteilzentrum ist nicht notwendiger Weise deckungsgleich mit einem historischen oder statistischen kommunalen Nebenzentrum.

Supermarkt

Verkauf des Lebensmittelvollsortiments inkl. Frischfleisch sowie Verkauf von Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs. Meist Selbstbedienung. Die Verkaufsflächen liegen zwischen 400 - 1.500 m²,

wobei hinsichtlich der Verkaufsflächenobergrenze in der Handelsfachliteratur divergierende Auffassungen erkennbar sind.

Trading down Prozess

Ursprünglich die Bezeichnung einer sequentiellen Strategiealternative in der Positionierung von Einzelhandelsbetrieben.

Mit dieser Strategie versuchen z. B. Warenhäuser etablierten Verbrauchermärkten und SB-Warenhäusern auf der „grünen Wiese“ Paroli zu bieten. Dies geschieht meistens durch den radikalen Abbau von Verkaufspersonal und die Ausweitung der Selbstbedienung und Vorwahl anstelle von Beratung und Bedienung.

Verbreiteter ist der Gebrauch des Begriffes „Trading down“ im Zusammenhang mit der Beschreibung der Entwicklungsdynamik von Einkaufslagen oder ganzen Innenstädten. Hier bezeichnet „Trading down“ den Trend zum Ersatz höherwertiger und -preisiger Anbieter durch niedrigpreisige Anbieter bzw. innerhalb bestehender Betriebe den Ersatz von höherpreisigen Sortimentsbestandteilen durch niedrigpreisige Artikel. Damit verbunden ist die Verflachung (oder Banalisierung) des Angebotes, des Ladenbaus, des Qualifikationsniveaus der Beschäftigten und der Außenwerbung.

Umsatz

Der Umsatz beschreibt die Absatzmengen eines Unternehmens, einer Branche, einer sonstigen Wirtschaftseinheit oder eines definierten Standortes innerhalb einer bestimmten zeitlichen Periode. Im vorliegenden Bericht wird der Umsatz i. d. R. als monetärer Brutto-Jahresumsatz angegeben.

Urban Entertainment Center (UEC)

Kombination von großflächigem Einzelhandel, Gastronomie und thematisch integrierte Freizeit und Unterhaltungsangebote (z. B. Multiplex Kino oder Musical Theater).

Verbrauchermarkt

Einzelhandelsbetrieb mit Lebensmittelvollsortiment sowie Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Tiefes und breites Sortiment an meist autoorientiertem Standort entweder in Alleinlage oder innerhalb Einzelhandelszentren. Dauerniedrigpreis- und Sonderangebotspolitik. Großflächig (rd. 1.500 - 5.000 m²), überwiegend Selbstbedienung. Anteil Non-Food-Artikel: Fläche 30 - 60 %; Umsatz 20 - 40 %.

Verkaufsfläche

In die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebs werden grundsätzlich nicht nur die von Kunden betretbaren Bereiche mit eingerechnet, sondern auch die Kassenzone, Pack- und Entsorgungszonen, Käse-, Fleisch- und Wursttheken und ein Windfang. Weitere Räumlichkeiten wie Personalbüros, Aufenthalts- und Lagerräume, reine Lagerflächen und für Kunden nicht sichtbare Bereiche zur Vorbereitung der Waren zählen jedoch nicht zur Verkaufsfläche.

Warenhaus

Zentral gelegener, großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit breitem und tiefem Sortiment aus mehreren Branchen mit hohem Servicegrad und mittlerem bis gehobenem Preisniveau. Der Schwerpunkt liegt meist auf Bekleidung oder Textilien. Daneben werden Lebensmittel und Dienstleistungen (Gastronomie, Friseur, Versicherung etc.) angeboten. Der Verkauf erfolgt in Bedienung, Vorwahl und Selbstbedienung. Die Verkaufsfläche liegt bei mindestens 3.000 m², der Umsatz der Non-Food-Artikel macht i. d. R. mehr als 50 % aus.

Zentraler Versorgungsbereich

Zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen sämtliche städtebaulich-funktionalen Zentren (Innenstadtzentrum, Nebenzentren, Stadtteil- oder Ortsteilzentren, Nahversorgungszentren) einer Kommune. Der Begriff ist gleichbedeutend mit dem Schutzgut „zentraler Versorgungsbereich“ z. B. nach § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO und ist damit gesetzlich begründeter Gegenstand der Bauleitplanung.

Zentralitätskennziffer

Die Zentralität (bzw. Zentralitätskennziffer) einer Kommune verdeutlicht das relative Verhältnis zwischen den erzielten Umsätzen und der potenziell verfügbaren Kaufkraft vor Ort. Sie wird als Quotient dieser beiden Werte ermittelt. Ein Wert unter 100 % beinhaltet, dass in der Summe aller Kaufkraftzuflüsse und -abflüsse Einzelhandelskaufkraft in andere Orte abfließt; ein Wert über 100 % beschreibt umgekehrt den per Saldo erkennbaren Gewinn aus anderen Orten.