complan
Kommunalberatung

Strausberg

Fortschreibung Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Bericht | 21.12.2020

Auftraggeber: Stadt Strausberg
Fachbereich Technische Dienste
Hegermühlenstraße 58
15344 Strausberg

Ansprechpartnerin: Katharina Richter-Timm
katharina.richter-timm@stadt-strausberg.de

Auftragnehmer: complan Kommunalberatung GmbH
Voltaireweg 4
14469 Potsdam
fon 0331 20 15 10
fax 0331 20 15 111
info@complangmbh.de

Stadt + Handel Beckmann und
Föhrer Stadtplaner PartGmbH
Hörder Hafenstraße 11
44263 Dortmund
fon 0231 86 26 890
fax 0231 86 26 891
info@stadt-handel.de

Ansprechpartner complan Kommunalberatung GmbH
Dipl. Geogr. Claudia Pötschick
claudia.poetschick@complangmbh.de

Stadt + Handel
Dipl. Ing. Marc Föhrer
Dipl. Geogr. Lucas Beyer
strausberg@stadt-handel.de

Stand: 21.12.2020

Die Stadt Strausberg verfolgt die Gleichstellung der Geschlechter. Aus stilistischen Gründen und zugunsten einer einfachen Lesbarkeit wird in diesem Konzept bei Personenangaben die männliche Form verwendet. Es sind jedoch immer gleichwohl weibliche, männliche als auch diverse Personen gemeint.

Inhaltsverzeichnis

1 | Einführung 5

2 | Rechtliche Rahmenvorgaben 7

2.1 Rechtliche Einordnung von Einzelhandelskonzepten 7
2.2 Raumordnerische Regelungen 8

3 | Methodik 10

4 | Markt- und Standortanalyse 14

4.1 Trends im Einzelhandel 14
4.2 Siedlungsräumliche Rahmenbedingungen 21
4.3 Nachfragesituation 22
4.4 Gesamtstädtische Angebotsanalyse 24
4.5 Umsatz und Zentralität 26
4.6 Städtebauliche Analyse 30
4.7 Nahversorgungsanalyse 45
4.8 Zwischenfazit 49

5 | Leitlinien für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung 53

5.1 Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen 53
5.2 Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Strausberg 62

6 | Einzelhandelskonzept für Strausberg 64

6.1 Planungsrechtliche Einordnung von zentralen Versorgungsbereichen 64
6.2 Zentrenkonzept 70
6.3 Nahversorgungszentren der Stadt Strausberg 81
6.4 Nahversorgungskonzept 89
6.5 Sortimentsliste 99
6.6 Steuerungsleitsätze 102
6.7 Bauleitplanerische Empfehlungen 107

7 | Schlusswort 114

8 | Anhang 119

Abkürzungsverzeichnis

BauGB	Baugesetzbuch
BauNVO	Baunutzungsverordnung
BBSR	Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung
BGF	Bruttogeschossfläche
BNVS	Besonderer Nahversorgungsstandort
BVerfGH	Bundesverfassungsgerichtshof
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht
EH	Einzelhandel
EHK	Einzelhandelskonzept
EuGH	Europäischer Gerichtshof
EW	Einwohner
GVKF	Gesamtverkaufsfläche
MIV	motorisierter Individualverkehr
niL	städtebaulich nicht integrierte Lage
ÖPNV	öffentlicher Personennahverkehr
OVG	Oberverwaltungsgericht
siL	städtebaulich integrierte Lage
VG	Verwaltungsgericht
VKF	Verkaufsfläche
ZVB	zentraler Versorgungsbereich

1 | Einführung

Die Stadt Strausberg schreibt ihr bestehendes Einzelhandelskonzept fort. Dieses wurde 2006 von der Stadtverordnetenversammlung beschlossen. Seitdem haben sich grundlegende Rahmenbedingungen und Trends im Einzelhandel verändert sowie weiterentwickelt. Ergänzend haben sich auf kommunaler und regionaler Ebene Veränderungen in der Einzelhandelsstruktur ergeben, die eine Überarbeitung der Festlegungen und Zielsetzungen des alten Konzeptes erforderlich machen.

Der Einzelhandel unterliegt seit Jahren einer deutlichen Dynamik mit erheblichen Auswirkungen auf städtische Strukturen und Funktionen. Die Schlagworte lauten angebotsseitig u.a. anhaltende Konzentrationsprozesse, Entwicklung neuer Betriebstypen und des Online-Handels, steigende Standortanforderungen und auf der Nachfrageseite u.a. demografischer Wandel, Individualisierungsprozesse, Änderungen im Konsumverhalten. Diesen benannten Rahmenbedingungen stehen landesplanerische und städtebauliche Zielvorstellungen auf Basis gesetzlicher Grundlagen verschiedener räumlicher Ebenen und politischer Beschlüsse gegenüber, die mit den Vorstellungen der Einzelhandelsunternehmen sowie der Investoren in Einklang zu bringen sind.

Zusätzlich sind lokale und regionale Strukturmerkmale zu berücksichtigen. Die Stadt Strausberg hat in der Funktion als Mittelzentrum in Bezug auf den Einzelhandel vornehmlich die Versorgung für den qualifizierten Grundbedarf sowie zusätzlich für den gehobenen Bedarf für ihre Bürger zu übernehmen. Die Sicherung und Weiterentwicklung eines leistungsfähigen und gleichzeitig städtebaulich zielführenden Nahversorgungsangebotes und entsprechender Angebote auch der mittelfristigen Bedarfsstufe zählt, insbesondere vor dem Hintergrund der demografischen und gesellschaftlichen Veränderungen, zu den Zukunftsaufgaben von Strausberg.

Gleichzeitig gilt es, die Innenstadt in ihrer Funktion als städtebauliche, wirtschaftliche, soziale und kulturelle Mitte der Stadt zu sichern und auszubauen. Inwiefern der Einzelhandel einen Beitrag zu diesem Ziel zu leisten vermag, wird im folgenden Konzept spezifiziert. Dabei spielen vor allem die städtebaulichen Zielstellungen der Stadt Strausberg eine bedeutende Rolle.

Kommunale Einzelhandelskonzepte stellen ein wirksames Instrument dar, um Einzelhandelsvorhaben und Ansiedlungen im regionalen Kontext offensiv zu steuern und die Entwicklung zu gestalten. Die Novellierung des BauGB aus den Jahren 2004, 2007 und 2017 eröffnet den Kommunen neue Möglichkeiten der räumlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung und vor allem der Stärkung der Stadtzentren. Ziel des kommunalen Einzelhandelskonzeptes besteht somit darin, die Weiterentwicklung der gesamtstädtischen Zentren- und Standortstruktur auf eine entsprechend tragfähige, städtebaulich-funktional ausgewogene sowie schließlich rechtssichere Gesamtkonzeption zu gründen und der Stadt eine abgesicherte Entscheidungsbasis für Politik und Verwaltung zu geben.

Dabei werden die folgenden Schwerpunkte gesetzt:

- Markt- und Standortanalyse der aktuellen Einzelhandelssituation in Strausberg inkl. Ermittlung von warengruppenspezifischen Umsätzen sowie einer Stärken-Schwächen-Analyse des Einzelhandelsstandortes Strausberg
- Darstellung der zukünftigen absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale vor dem Hintergrund der Bevölkerungsentwicklung, den allgemeinen angebots- und nachfrageseitigen Trends im Einzelhandel sowie dem mittelzentralen Versorgungsauftrag der Stadt Strausberg

- Empfehlungen zur Stabilisierung und Stärkung der Innenstadt (u.a. Handlungsoptionen Citymanagement und Gewerbeverein, Umgang mit dem Standort Große Straße), unter Berücksichtigung der speziellen Rahmenbedingungen in Strausberg (u.a. mittelzentrale Versorgungsfunktion, demografische Entwicklung, Nähe zu Berlin, etc.)
- Prüfen und Ausweisen von integrierten Nahversorgungsstandorten mit hoher Versorgungsfunktion und Schließen von Versorgungslücken in derzeit nicht optimal fußläufig angebundenen Wohnsiedlungsbereichen
- Steuerungsleitsätze in Form klar formulierter Entwicklungsempfehlungen, die insbesondere vorhabenspezifische Zulässigkeitsentscheidungen und rechtssichere bauleitplanerische Festsetzungsmöglichkeiten ermöglichen
- die städtebaulich-funktional hergeleitete aktuelle gebiets- bzw. flurstückscharfe Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in Strausberg als Steuerungsgrundlage i.S.v. §§ 34 Abs. 3 sowie 9 Abs. 2a BauGB
- Erstellen der Strausberger Sortimentsliste und Anpassung an aktuelle Einzelhandelsentwicklungen sowie Rechtsprechungen
- Räumlich und funktional konkretisierte Leitlinien der künftigen Einzelhandelsentwicklung (Zentrenstruktur, Nahversorgungs- und Sonderstandorte) mit besonderem Fokus auf die Innenstadt

Um eine ausgewogene Einzelhandelsstruktur in Strausberg zu sichern und dauerhaft zu stärken, stellt das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept Empfehlungen und Umsetzungsinstrumente primär für die kommunale Baugenehmigungspraxis und die örtliche Bauleitplanung sowie Grundlagen für die Beratung von Projektentwicklern, Investoren und Immobilieneigentümern zur Verfügung. Zudem enthält das Einzelhandels- und Zentrenkonzept auch Inhalte und Empfehlungen, die für weitere Adressaten von Interesse sein können: die Wirtschaftsförderung, der Gewerbeverein Strausberg Altstadt e.V., das Citymanagement sowie die Bürger aus Kunden- und Besucherperspektive.

Aufgrund der Tragweite der Empfehlungen und Konzeptbausteine für die künftige Stadtentwicklung wurden alle wichtigen Zwischenschritte und erarbeiteten Empfehlungen eng zwischen dem erstellenden Gutachterbüro und der Verwaltung abgestimmt. Zudem fanden umfangreiche Beteiligungsformate statt: zwei Arbeitskreise mit einem erweiterten Akteurskreis, Expertengespräche sowie Befragungen von Händlern und Passanten. Dies ermöglichte alle relevanten Aspekte in die Bearbeitung einfließen zu lassen und auch die besonderen örtlichen Gegebenheiten in Strausberg zu berücksichtigen.

2 | Rechtliche Rahmenvorgaben

Nach einführenden Hinweisen zur rechtlichen Einordnung von Einzelhandels- und Zentrenkonzepten werden die relevanten landes- und regionalplanerischen Vorgaben skizziert. Weitere rechtliche Rahmenbedingungen (z. B. zur Abgrenzung und Schutzfunktion von zentralen Versorgungsbereichen, zu Nahversorgungsstandorten und zur Sortimentsliste) finden sich in den einzelnen Teilkapiteln in inhaltlicher Zuordnung zu den jeweiligen Themenbereichen.

2.1 Rechtliche Einordnung von Einzelhandelskonzepten

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 gesamtstädtischer 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 sowie Besucher interessanten Nutzungsmix der Innenstadt 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 Baugesetzbuch (BauGB) und die Baunutzungsverordnung (BauNVO) sowie die dazu ergangene Rechtsprechung[1]. Der Bundesgesetzgeber hat mit den Novellen des BauGB den Stellenwert kommunaler Einzelhandelskonzepte im Rahmen der Bauleitplanung gestärkt. Nachdem sie bereits als besonderer Abwägungsbelang in § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB verankert waren, stellen sie auch in § 9 Abs. 2a BauGB (einfache Innenbereichs-Bebauungspläne zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche) eine wesentliche Abwägungsgrundlage dar. Die Bedeutung von kommunalen Einzelhandelskonzepten für die Rechtfertigung der Planung hat das Bundesverwaltungsgericht (BVerwG) deutlich hervorgehoben.[2]

Darüber hinaus gewährleistet das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept eine Konformität zu den Zielen und Grundsätzen der Landes- und Regionalplanung.

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept soll als politisch gestützter Fachbeitrag eine grundlegende und strategische Arbeitsbasis für die Bauleitplanung den Stadtentwicklungsprozess der nächsten Jahre bilden. Wesentliche Voraussetzung für die gewinnbringende Nutzung des Einzelhandelskonzeptes ist u. a. der politische Beschluss im Sinne eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB, damit es in der bauleitplanerischen Abwägung zu berücksichtigen ist.

[1] Vgl. zahlreiche Urteile zum Themenkomplex der Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung, u. a. OVG NRW Urteil vom 19.06.2008 – AZ: 7 A 1392/07, bestätigt das BVerwG Urteil vom 17.12.2009 – AZ: 4 C 2.08; OVG NRW Urteil vom 15.02.2012 – AZ: 10 D 32/11.NE).

[2] Vgl. BVerwG Urteile vom 27.03.2013 – AZ: 4 CN 6/11, 4 CN 7/11, 4 C 13/11.

2.2 Raumordnerische 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 Strausberg wesentlichen Vorgaben aus der Landes- und Regionalplanung beschrieben.

Landesplanerische Vorgaben

Der für die Stadt Strausberg relevante Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR) trat am 1. Juli 2019 in Kraft[3]. In diesem finden sich Ziele [Z] und Grundsätze [G] zur Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels. Im Folgenden werden die relevanten Inhalte zusammenfassend dargestellt. Sie haben bei der Erstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Strausberg Beachtung bzw. Berücksichtigung gefunden.

[§ 5 (4) Grundsatz der Raumordnung] „Der innerstädtische Einzelhandel soll gestärkt und eine verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfes (Grundversorgung) gesichert werden. Großflächige Einzelhandelseinrichtungen sollen den Zentralen Orten entsprechend der jeweiligen Funktionszuweisung zugeordnet werden."[4]

- [Z 3.6.1] „Mittelzentren im weiteren Metropolenraum sind […] Strausberg […]."
- [Z 2.6] „Großflächige Einzelhandelseinrichtungen im Sinne von § 11 Absatz 3 der Baunutzungsverordnung (BauNVO) sind nur in Zentralen Orten zulässig (Konzentrationsgebot)."
- [Z 2.7] „Großflächige Einzelhandelseinrichtungen dürfen nach Art, Lage und Umfang die Entwicklung und Funktionsfähigkeit bestehender oder geplanter zentraler Versorgungsbereiche benachbarter Zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung in benachbarten Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigen (raumordnerisches Beeinträchtigungsverbot)."
- [G 2.8] „Neue oder zu erweiternde großflächige Einzelhandelseinrichtungen in den Zentralen Orten sollen der zentralörtlichen Funktion entsprechen (Kongruenzgebot)."
- [Z 2.9] „Hersteller-Direktverkaufszentren mit einer Verkaufsfläche von mehr als 5 000 Quadratmetern sind nur in der Metropole Berlin und in Oberzentren zulässig."
- [Z 2.10] „Vorhandene genehmigte großflächige Einzelhandelseinrichtungen, die im Widerspruch zu den Plansätzen Z 2.6, Z 2.7, G 2.8 oder Z 2.9 stehen, können verändert werden, wenn hierdurch die genehmigte Verkaufsfläche sowohl insgesamt als auch für nahversorgungsrelevante Sortimente und sonstige zentrenrelevante Sortimente (Tabelle 1 Nummer 1.1 und 1.2) nicht erhöht wird. Durch die Veränderung darf keine Umwandlung zu einem Hersteller-Direktverkaufszentrum im Sinne von Z 2.9 erfolgen. G 2.11 bleibt unberührt."
- [G 2.11] „Bei der Entwicklung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen soll dafür Sorge getragen werden, dass nicht mehr als 25 Prozent der sortimentsspezifischen Kaufkraft im einschlägigen Bezugsraum gebunden werden."
- [Z 2.13]

[3] Vgl. Anlage zur Verordnung über den Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR) vom 13. Mai 2019, im Folgenden LEP HR genannt.,

[4] Vgl. Landesentwicklungsprogramm 2007 Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg

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

(2) „Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment gemäß Tabelle 1 Nummer 2 sind auch außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche zulässig, sofern die vorhabenbezogene Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente zehn Prozent nicht überschreitet. Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevantem Sortiment für die Nahversorgung gemäß Tabelle 1 Nummer 1.1 sind auch außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche zulässig.“

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

- [Z 2.14] „Der Bildung von Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb Zentraler Versorgungsbereiche ist entgegenzuwirken (Agglomerationsverbot).“

Die räumlich-funktionalen Zielstellungen und Konzeptbausteine des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wurden unter Orientierung an den Vorgaben des LEP HR erarbeitet.

3 | Methodik

Um die Untersuchungsfragen, die diesem Einzelhandels- und Zentrenkonzept 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.

Zur Erfassung und Bewertung der Angebots- und Nachfragesituation sowie der städtebaulichen Standortmerkmale wurden im Rahmen des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes folgende Leistungsbausteine zugrunde gelegt und aufeinander abgestimmt:

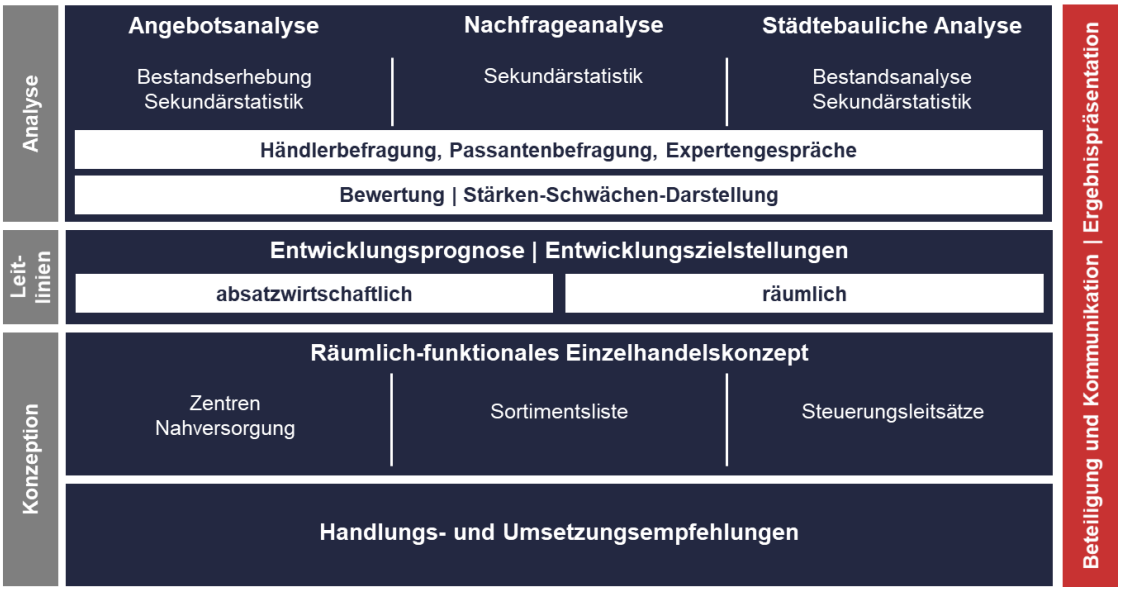


Abbildung 1: Erarbeitungsschritte des Einzelhandelskonzeptes
Quelle: Darstellung Stadt + Handel

Städtebauliche Analyse

Für zentrale Versorgungsbereiche und sonstige durch Einzelhandelsagglomerationen geprägte Standorte erfolgt eine städtebauliche Analyse. Ein wesentlicher Aspekt ist, angesichts der hohen Bedeutung für die bauleitplanerische Steuerung, die räumliche Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen. Eine entsprechend städtebaulich-funktional abgeleitete Abgrenzung bildet die Basis zukünftiger sortimentsspezifischer und räumlicher Steuerung von Einzelhandelsvorhaben in der Bauleitplanung.

Empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistische Quellen

Im Zusammenhang mit der Erarbeitung der angebots- und nachfrageseitigen Analysen kommen die nachfolgend benannten empirischen Untersuchungsmethoden und sekundärstatistischen Quellen zur Anwendung:

	Datengrundlage	Zeitraum	Methode	Inhalt
Bestands-erhebung	Erhebung durch Stadt + Handel und complan	09/2019	Flächendeckende Vollerhebung in Strausberg	Standortdaten, Verkaufsfläche und Sortimente aller Einzelhandelsbetriebe, städtebauliche Analyse, zentrenergänzende Funktionen, Leerstände
Händler-befragung	Befragung durch complan	09/2019	Flächendeckende Verteilung von standardisierten Fragebögen im Altstadtzentrum (Rücklauf: n = 18; 39 %)	Umsatzherkunft/Einzugsbereiche, Geschäfts-/ Umsatzentwicklung, Standorteinschätzung, Angebotslücken, Stärken-Schwächen-Analyse
Passanten-befragung	Befragung durch complan	09/2019	standardisierte persönliche Befragung an den Standorten Altstadtzentrum (n=100), Vorstadt (n=54), Hegermühle (n=106), Nord (n=100)	Passantenherkunft, Einkaufsverhalten, Einschätzung zum Einkaufsstandort, Stärken-Schwächen-Analyse
Experten-gespräche	Befragung durch complan	01/2020	Leitfadengestützte Telefoninterviews (Citymanagement, Gewerbeverein, Unternehmer, Verein im Bereich Soziales, Handelsverband Berlin-Brandenburg)	Einschätzung zum Einkaufsstandort, Stärken-Schwächen-Analyse; Maßnahmenempfehlungen
Sekundärstatistische Analysen	Kaufkraftzahlen IFH Retail Consultants GmbH	2019	Berechnung der Umsatzwerte durch Stadt + Handel auf Basis branchen- und betriebsüblicher Kennwerte der Fachliteratur und aus Unternehmensveröffentlichungen (u. a. EHI Handel aktuell, Hahn Retail Real Estate Report, IFH/BBE Struktur- und Marktdaten)	

Abbildung 2: Verwendete empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistischen Quellen

Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe

Die Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe wurde im September 2019 im Strausberger Stadtgebiet flächendeckend durchgeführt. 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. Zudem wurden die zentrenergänzenden Funktionen im Altstadtzentrum erhoben, da Art und Dichte ergänzender öffentlicher wie privater Einrichtungen (wie etwa Dienstleistungen und Verwaltung, Gastronomie, Bildung und Kultur etc.) Bestandteile von zentralen Versorgungsbereichen sind. Im Strausberger Stadtgebiet wurde eine flächendeckende Erhebung der Betriebe durchgeführt.

Bei der von Stadt + Handel und complan durchgeführten Erhebung in Strausberg 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 (GVKF) ist differenziert nach innen und außenliegender 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 Bundesverwaltungsgerichtes findet dabei Anwendung. Persönlich 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 Einzelhandelsstruktur im Rahmen des Empiriebausteins der Bestandserhebung unerlässlich.

Passantenbefragung

Bewohner und Besucher von Strausberg wurden an vier Einkaufsstandorten in Strausberg befragt. Die Befragungen dienten der Erfassung des Einkaufverhaltens, der Einkaufsmotivation, der Einschätzung zu stadtentwicklungspolitisch wichtigen Aspekten des Strausberger Altstadtzentrums und der Gesamtstadt. Durch die Erfassung der Wohnorte der Befragten konnten zudem die ungefähren Einzugsbereiche der ausgewählten Einzelhandelsstandorte in Strausberg ermittelt werden.

Durchgeführt wurden die Befragungen mit halbstandardisierten Fragebögen im Zeitraum vom 17. bis 27. September 2019. In der mündlichen Befragung wurden die Antworten der befragten Besucher schriftlich festgehalten. Die Auswahl der Befragten erfolgte nach dem Zufallsprinzip. Gleichwohl sind aufgrund der unterschiedlichen Antwortbereitschaft der Passanten bestimmte Gruppen über- bzw. unterrepräsentiert. Im Ergebnis wurde für die Altstadt Strausberg eine Stichprobe von insgesamt 100 beantworteten Fragebögen, für den Standort Vorstadt eine Stichprobe von 54 beantworteten Fragebögen, für die Standorte Nord 100 Fragebögen und Hegermühle 106 erzielt.

Händlerbefragung

Auch die Befragung der vor Ort ansässigen Einzelhändler generiert wichtige Erkenntnisse über die Attraktivität und Funktionsfähigkeit des Altstadtzentrums sowie der Gesamtstadt Strausberg als Einkaufsort. Die Fragebögen der Händlerbefragung wurden am 5. September 2019 bei sämtlichen Einzelhandelsbetrieben in der Altstadt hinterlegt. Es konnte eine Stichprobe von 18 ausgefüllten Fragebögen erreicht werden.

Expertengespräche

Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes erfolgten Interviews mit Akteuren, die sich maßgeblich mit Belangen zur (Weiter-) Entwicklung der Stadt Strausberg als Einkaufsstadt befassen (Handelsverband Berlin-Brandenburg, Gewerbeverein Strausberg Altstadt e.V., Citymanagement Strausberg, Strausberger Unternehmer, Bündnis für und mit Familien). Die Gespräche erfolgten als leitfadengestützte Telefoninterviews. Die Interviews dienten dazu, die gewonnenen Erkenntnisse aus der Analyse der Angebots- und Nachfragesituation zum

Einzelhandel in Strausberg, auch im Kontext allgemeiner Trends im Einzelhandel sowie Überlegungen zur zukünftigen Zentren- und Standortstruktur und Handlungsempfehlungen abzugleichen. Insgesamt führten Mitarbeiter der complan Kommunalberatung GmbH fünf leitfadengestützte telefonische Interviews im Zeitraum vom 14.-16.1.2020 durch. Die Gesprächsführung erfolgte anhand von Leitfragen.

Prozessbegleitung durch Abstimmungstermine

Während der Erstellungsphase des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wurden prozessbegleitende Abstimmungstermine zwischen den erstellenden Gutachterbüros und der Verwaltung eingerichtet. Diese enge Einbindung der relevanten Akteure gewährleistet, dass alle notwendigen Informationen in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept einfließen und sämtliche Zwischenschritte diskutiert wurden. Insgesamt fanden drei Abstimmungstermine mit der Verwaltung sowie zwei Arbeitskreise (28.10.19, 28.01.20) mit weiteren relevanten Institutionen (wie z.B. dem Handelsverband Berlin-Brandenburg, der IHK, dem Gewerbeverein Strausberg Altstadt e.V., dem Citymanagement Strausberg, Managements von Einkaufszentren in Strausberg) statt.

4 | Markt- und Standortanalyse

Die Markt- und Standortanalyse besteht einerseits aus der Untersuchung und Bewertung der im Rahmen dieses Einzelhandelskonzepts wichtigen Angebots- und Nachfragedaten, andererseits aus einer flankierenden Analyse städtebaulicher Merkmale der bedeutenden Einzelhandelsstandorte und der Nahversorgungsstruktur in Strausberg. Einführend werden zunächst die relevanten Trends im Einzelhandel sowie die wesentlichen Standortrahmenbedingungen erörtert.

4.1 Trends im Einzelhandel

Der Einzelhandel unterliegt als dynamischer Wirtschaftsbereich einem fortwährenden Veränderungsprozess. Maßgeblich sind dabei bundesweite Veränderungen auf der Nachfrage- und Angebotsseite. Betriebswirtschaftliche Konzepte, Standortwahl und Verbraucherverhalten determinieren sich dabei wechselseitig, weswegen eine klare Differenzierung zwischen „Triebfeder" und „Folgeeffekt" nicht immer zweifelsfrei möglich und sinnvoll ist. Neben der Skizzierung dieser wechselseitigen Trends werden ebenso die aus den dargestellten Trends emergierenden Herausforderungen für die Stadt Strausberg als Mittelzentrum sowie Rückschlüsse auf die örtliche Zentrenstruktur dargelegt.

Nachfrageseitige Aspekte

Wertewandel: Mit jeder Generation ändern sich Wertvorstellungen, Gewohnheiten und Ansprüche an die Lebensumwelt. Folge dieser zunehmenden Pluralisierung sind deutlich stärker ausdifferenzierte und neue Lebensstile u. a. mit Fokus auf körperliches Wohlbefinden und Nachhaltigkeit[5], an denen sich auch der Handel hinsichtlich seiner Angebote und Betriebstypen ausrichtet und diversifiziert. Insbesondere mit dem Bedeutungsgewinn des bewussten Konsums steigt die Ausgabebereitschaft (eines Teils) der Konsumenten für Lebensmittel wieder an. Zudem wird dem Konsum neben der materiellen Bedeutung auch zunehmend ein immaterieller Erlebniswert (s. u.) beigemessen.

Individualisierung: Die Zahl der Privathaushalte steigt in Deutschland weiter an, wobei sich die durchschnittliche Personenzahl je Haushalt stetig reduziert.[6] Neben dieser quantitativen Entwicklung führen auch qualitative Aspekte der Individualisierung (z. B. Ausdifferenzierung von Zielgruppen, Individualisierung von Lebensbiografien) zu neuen Konsumverhaltensmustern (s. u.).

Demografischer Wandel: Die Bevölkerung in Deutschland wird insgesamt – trotz kurzfristiger, migrationsbedingter Sondereffekte – weniger und durchschnittlich älter, wobei mit erheblichen regionalen Unterschieden zu rechnen ist. Zudem nimmt innerhalb der Gruppe der Über-65-Jährigen der Anteil der Hochbetagten zu.[7] 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 motorisierte Individualmobilität eingeschränkt wird. Der Handel selbst reagiert auf diese Entwicklungen bereits in Ansätzen mit bestimmten

[5] LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability)

[6] 2016: rd. 41 Mio. Haushalte, davon rd. 41 % Einpersonenhaushalte; 2035: rd. 43 Mio. Haushalte, davon rd. 56 % Einpersonenhaushalte (vgl. Mikrozensus und Haushaltsvorausberechnung des Statistischen Bundesamtes).

[7] 2015: rd. 20 % älter als 65 Jahre, rd. 5 % älter als 79 Jahre; 2060: rd. 33 % älter als 65 Jahre, rd. 13 % älter als 79 Jahre (vgl. Statistisches Bundesamt 2015).

Betriebsformaten, angepasster Ladengestaltung und Serviceleistungen für Senioren (z. B. Bringdienste).

Online-/Sharing-Affinität: Eine wesentliche Triebfeder des Strukturwandels im Einzelhandel ist die zunehmende Digitalisierung aller Lebensbereiche. Auch bei älteren Bevölkerungsgruppen steigt die Online-Affinität deutlich an. Der damit einhergehende Sharing-Gedanke („Nutzen statt Besitzen") wird auf Konsumentenseite immer deutlicher – die reine Nutzungsmöglichkeit wird wichtiger als der eigentliche Besitz. Die Auswirkungen auf den stationären Einzelhandel sind entsprechend disruptiv. Allerdings zeigen sich die für Kleinstädte wie Strausberg so wichtigen Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs als überaus „robust". Dies liegt zum einen in der Natur der Sache (schnell zu verbrauchende Konsumgüter lassen sich nicht teilen bzw. mieten), zum anderen aber auch an einer (noch) vorhandenen Skepsis beim Online-Einkauf von frischen Lebensmitteln sowie der dafür nicht ausgelegten Transportlogistik (z. B. Kühlkette). Es ist jedoch davon auszugehen, dass mittel- bis langfristig auch in diesem Marktsegment gesellschaftliche und technische Hürden überwunden werden. Die Entwicklung wird allerdings zunächst Großstädte bzw. hoch verdichtete Großstadtregionen betreffen.

Abbildung 3:Gesellschaftlicher Wandlungsprozess
Quelle: Fotos (von links nach rechts) Fotos © M-SUR/Fotolia, © Worawut/AdobeStock, © oneinchpunch/Fotolia, © zapp2photo/Fotolia.

Kopplung und Entkopplung von Konsum: Aufgrund der bereits skizzierten gesellschaftlichen Wandlungsprozesse, des hohen Motorisierungsgrades und sinkender Zeitkontingente (insb. durch die individualisierten Lebensformen und die „doppelte" Erwerbstätigkeit in Familien) wird der Einkaufsaufwand weiter durch weniger, aber dafür umfassendere Einkäufe reduziert. Das so genannte *one-stop-shopping* begünstigt die Bildung von flächenintensiven Kopplungsstandorten. Der Vorteil der Bequemlichkeit und der Angebotsvielfalt schlägt dabei aus Kundensicht oft das Kriterium der räumlichen Nähe von Versorgungsstandorten. Einkaufswege werden dabei zumeist mit beruflichen oder freizeitbedingten Wegen gekoppelt. Auf der anderen Seite führt die weiter zunehmende Nutzerfreundlichkeit von Online-Einkäufen (insb. durch die Entwicklung des Mobile Commerce auf dem Smartphone) zu einer zeitlichen und räumlichen Entkopplung von Konsum – der Einkauf „abends auf der Couch" ist keine Seltenheit. Dieser Faktor kann durchaus auch positive Impulse auf die generelle einzelhandelsbezogene Ausgabebereitschaft haben.

Erlebnisorientierung: Der Erlebniseinkauf spielt nicht nur beim klassischen „Einkaufsbummel" eine wichtige Rolle. Auch im Bereich der Nahversorgung versuchen die Anbieter durch hochwertigere Warenpräsentation, Erhöhung der Angebotsvielfalt (insb. auch regionale und zielgruppenspezifische Produkte) sowie spezielle Serviceangebote die Aufmerksamkeit der Kunden zu gewinnen. Der Einkauf wird dabei ähnlich emotional aufgeladen wie in anderen Branchen auch.

Dies führt u. a. zu einem erhöhten Platzbedarf und damit verbunden höheren Verkaufsflächenansprüchen.

Segmentierung der Nachfragemärkte: Im Wesentlichen können vier Typen des situativen Konsumverhaltens unterschieden werden: Erlebniseinkauf (*lifestyle shopping*), Bequemlichkeitseinkauf (*convenience shopping*), Preiseinkauf (*discount shopping*) und Schnäppcheneinkauf (*smart shopping*). Neben dem für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel immer noch prägenden preisbewussten Einkauf haben in den vergangenen Jahren zunehmend der Bequemlichkeitseinkauf und in gewissen sozialen Milieus auch durchaus der Erlebniseinkauf an Bedeutung gewonnen. Je nach aktueller Preisorientierung und aktuellem Bedarf bzw. der jeweiligen Zeitsensibilität verfällt der so genannte „hybride Verbraucher" je nach Situation in eine der entsprechenden Konsumtypen.

Preis-/Zielgruppenpolarisierung: Obwohl insgesamt ein Wachstum der Haushaltseinkommen zu verzeichnen ist, führt die Einkommenssteigerung erst seit den letzten Jahren wieder zu einer minimalen Erhöhung des einzelhandelsrelevanten Ausgabeanteils. Ein stetig wachsender Teil des Budgets der privaten Haushalte wird weiterhin für Wohnen (steigende Mieten und Mietnebenkosten) sowie freizeitorientierte Dienstleistungen ausgegeben. Darüber hinaus schlägt sich die zu beobachtende Einkommenspolarisierung auch in einer Polarisierung von Zielgruppen und Nachfrage nieder: Hochwertige und hochpreisige Angebote finden ebenso ihren Absatz wie discountorientierte Produkte. Mittelpreisige Anbieter ohne klaren Zielgruppenfokus geraten hingegen unter Druck. Gerade in kleineren Städten wie Strausberg beschränkt sich daher die Entwicklungsdynamik auf discountorientierte Angebote (z. B. Lebensmitteldiscounter, Tedi, Kik) sowie Supermärkte mit z. T. auch höherpreisigen Angebotssegmenten.

Angebotsseitige Aspekte

Filialisierung/Konzentration: Die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe ist in Deutschland bereits seit Jahrzehnten rückläufig. Neben dem absoluten Rückgang der Betriebszahlen ist auch eine Verschiebung innerhalb der Betriebsformen des Einzelhandels zu erkennen. Hierbei kann man insbesondere im Lebensmitteleinzelhandel von einem Trend zur Großflächigkeit und einer stark ausgeprägten Filialisierung sprechen (siehe Abbildung 4). Eine adäquate, wohnungsnahe Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs ist damit insbesondere im ländlichen Raum und in Gebieten mit negativer Bevölkerungsentwicklung häufig nur schwer zu erreichen.

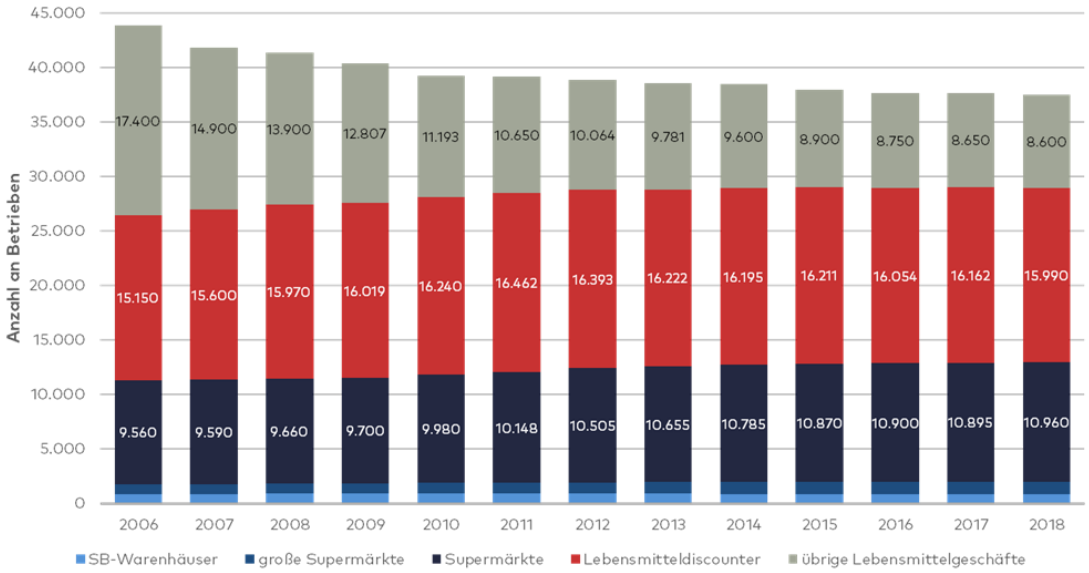


Abbildung 4: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im deutschen Lebensmitteleinzelhandel
Quelle: Stadt + Handel; Daten EHI Retail Insitute

Bei Drogeriefachmärkten lässt sich aktuell als Reaktion auf Unternehmensinsolvenzen ein lebhaftes Expansionsgeschehen beobachten, welches sich im besonderen Maße auf rentable Standorte mit einer hohen Mantelbevölkerung fokussiert.

Im Rahmen der Standortpräferenzen der Einzelhandelsunternehmen geht dies mit einer Orientierung auf autokundenorientierte, meist städtebaulich nicht integrierte Standorte einher. Daneben liegen die Innenstädte der Großstädte im Fokus der Expansionsabteilungen. In Mittelzentren hingegen ist ein deutlich geringeres Expansionsbestreben zu erkennen. Dieses ist kleinräumig neben den Innenstädten auf Fachmarktzentren und nachgelagert auf Shopping-Center fokussiert.

Verkaufsflächen- und Standortansprüche: Parallel zu der sinkenden Anzahl der Verkaufsstätten ist sowohl im Lebensmittel- als auch im Drogeriewarenhandel eine Zunahme der Gesamtverkaufsfläche zu beobachten, die sich aus Anpassungsstrategien der Marktteilnehmer an den demografischen Wandel (z. B. Verbreiterung der Gänge, Reduktion der Regalhöhen), den wachsenden Konsumansprüchen sowie einer steigenden Sortimentsbreite und -tiefe (z. B. Frischware, Bio- und Convenience-Produkte, Singlepackungen) ergibt. Auch wenn es für Lebensmittelmärkte kleinere City- und Metropolfilialkonzepte gibt, ist für kleinere Städte und ländliche Räume aktuell von einer Mindestgröße von 800 m² bis 1.200 m² VKF bei Neuansiedlungen auszugehen[8] (siehe Abbildung 5). Auch die Anforderungen an den Mikro- und Makrostandort steigen zusehends und entwickeln sich aus dem Trend hin zu größerer Mobilität sowie dem Wandel der Ansprüche an Preis, Sortimentsauswahl und Kopplungsmöglichkeiten. Entscheidende Standortkriterien für eine Neuansiedlung im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel sind neben flächenseitigen Aspekten (Flächenangebot) und verkehrsseitigen Aspekten (innerörtliche Verkehrsanbindung, Parkplatzangebot) in erster Linie absatzwirtschaftliche Gesichtspunkte (Nähe zum Verbraucher, Kaufkraft, Bevölkerungsentwicklung, Bevölkerungsstruktur, Zentralität des Ortes). Je nach Standortqualität (und damit auch je nach Renditeerwartung) sind Betreiber auch

[8] Die Werte gelten insbesondere für Lebensmitteldiscounter. Die Verkaufsflächenansprüche von Supermärkten sind i. d. R. deutlich höherer (sofern es sich nicht im City- oder Metropolfilialkonzepte handelt).

zunehmend bereit, von ihren standardisierten Marktkonzepten abzuweichen (z. B. Realisierung im Bestand, geringere Parkplatzzahl, Geschossigkeit, Mix aus Handel und Wohnen). Dies betrifft jedoch i. d. R. hoch verdichtete und hochfrequentierte Lagen in Großstadtregionen oder Standorte mit vergleichbaren Rahmenbedingungen.

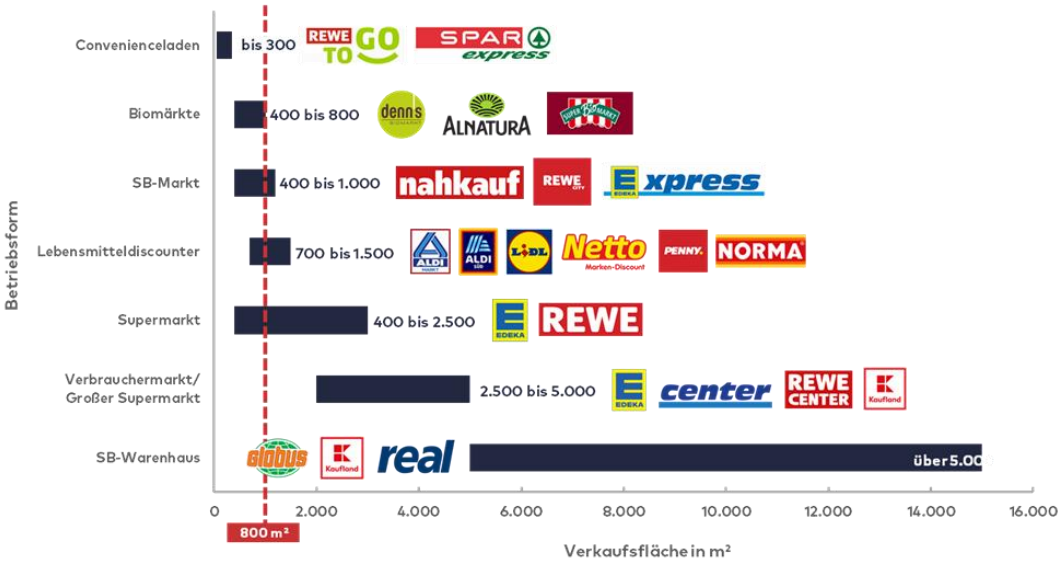


Abbildung 5: Verkaufsflächenansprüche von Lebensmittelmärkten
Quelle: Darstellung Stadt + Handel auf Basis ILG Gruppe 2016 (leicht modifiziert und ergänzt).

Wandel der Betriebsformen: Differenziert man die Gesamtwerte anhand der jeweiligen Betriebstypen, sind deutlich unterschiedliche Entwicklungen festzustellen. Signifikante Steigerungen der Marktanteile (Betriebe und Umsatz) ergeben sich insbesondere für (große) Supermärkte, welche maßgeblich vom Wertewandel profitieren. Demgegenüber befindet sich die Betriebsform der Lebensmitteldiscounter nach einer dynamischen Entwicklung in den 1990er und 2000er Jahren im Übergang zur Reifephase. Diese Entwicklung ist maßgeblich auf die Optimierung des Bestandsnetzes infolge eines Trading-Up-Prozesses sowie einer Neuausrichtung des Betriebstypus zurückzuführen und vollzieht sich (aufgrund des günstigen Marktumfeldes) bei gleichzeitig steigenden Umsatz- und Flächenleistungen. Auch Drogeriefachmärkte stellen zunehmend hybride Betriebskonzepte dar und positionieren sich als „Kleinkaufhäuser" mit einem entsprechend großen Warenspektrum. Die somit gleichermaßen hohe Bedeutung für die Nahversorgung und für die zentralen Versorgungsbereiche gilt es daher verstärkt und sorgfältig abzuwägen.

Umsatzentwicklung: Der bis 2009 zu beobachtende Trend zurückgehender Flächenproduktivitäten im Einzelhandel hat sich umgekehrt – seit 2014 steigen stationärer Einzelhandelsumsatz und Flächenproduktivitäten deutlich an. Neben einem dauerhaft verbesserten Konsumklima wird dies jedoch vornehmlich durch die weiter oben beschriebenen Entwicklungen im Lebensmittel- und Drogeriewarenhandel bedingt.[9] Insbesondere in innenstadtaffinen Sortimentsbereichen (z. B. Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Glas/Porzellan/Keramik) sinken (stationäre) Umsätze und Flächenproduktivitäten v. a. bedingt durch den Online-Handel und mit räumlichen Fokus auf Klein- und Mittelstädte.

[9] In den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren wird rd. 49 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes erwirtschaftet (vgl. EHI Retail Institute 2017).

Nachfolgeproblematik: Insbesondere in kleineren Städten mit einem hohen Anteil inhabergeführter Geschäfte stellt sich im Zuge des demografischen Wandels auch die Frage der Geschäftsinhabernachfolge. Aufgrund hoher Arbeitsbelastung, langen Ladenöffnungszeiten, hoher Konkurrenz durch Filialisten und den Online-Handel, eigentümerseitigen Erwartungen an die Miethöhe und den weiteren oben skizzierten sozioökonomischen Rahmenbedingungen wird die Nachfolgersuche jedoch zunehmend anspruchsvoller. So stehen Ladenlokale nach dem Wechsel der Eigentümer in den Ruhestand oftmals leer. Immobilienseitige Defizite (z. B. geringe Verkaufsfläche, fehlende Barrierefreiheit, Renovierungs-/Sanierungsstau) erschweren die Situation weiter.

Neue Handelsformen und -formate: Mit Blick auf die einzelhandelsspezifischen Entwicklungen zeigt sich eine Ausdifferenzierung hinsichtlich des Aufkommens neuer Handelsformen. Neben dem Entstehen und dem Bedeutungsgewinn meist großflächiger Betriebsformen von städtebaulicher Bedeutung, wie Shopping-Centern und Fachmarktzentren, verlieren andere Handelsformate (z. B. Warenhäuser) unter anderem aufgrund ihrer undifferenzierten Zielgruppenansprache und der Einkommens- und Zielgruppenpolarisierung bei den Verbrauchern an Bedeutung. Eindrucksvoll belegt wird diese Entwicklung durch die zahlreichen Schließungen von Warenhäusern (u. a. Hertie, Karstadt). Moderne Handelsformate weisen in vielen Fällen ein hohes Maß an Spezialisierung (z. B. Bio-Supermärkte, Mode-Geschäfte für spezielle Zielgruppen) und vertikalisierte Wertschöpfungsketten (z. B. Fast-Fashion-Anbieter) auf und haben das kundenseitige Bedürfnis nach Emotionalität, Multikontextualität und multisensorischer Erfahrung erkannt. Die Initiierung jener neuen Handelskonzepte als Antwort auf den anhaltenden Strukturwandel im Einzelhandel zielen auf den Aufbau dieses faszinierenden und emotional aufgeladenen Einkaufserlebnisses ab und zeigen sich in innovativen Store-Design-Lösungen, zum Beispiel einem kostenlosen Internetzugang, dem Einsatz von Touch-Screens und Info-Kiosken, der Anwendung von Multimedia-Elementen sowie innovativen Dienstleistungen wie ‚Click & Collect'. An dieser Stelle ist nun zu konstatieren, dass diese innovativen, neuartigen Handelsformate in Folge des hohen Kostenaufwands oftmals nur in großstädtischen Innenstädten mit hohen Kundenfrequenzen vorgehalten werden können. Als Folge gehen Investitionen in Mittelstädten insbesondere durch große Handelsunternehmen stetig zurück und verschärfen die Auswirkungen des Strukturwandels im Einzelhandel für Mittelstädte in beträchtlichem Maß. Fehlende Flächenverfügbarkeiten in den gewachsenen Lagen der Mittelstädte erschweren zusätzlich die Ansiedlungen attraktiver frequenzerzeugender Betriebskonzepte, welche regelmäßig innerstädtische Flächen jenseits von 800 m² nachfragen. Weiterhin verschärft wird die Gefahr einer Verödung der Handelslandschaft in den Mittelstädten durch den anhaltenden Rückgang der kleinteiligen eigentümergeführten Einzelhandelsbetriebe. Es sind solche Ladengeschäfte, welche durch ihre individuelle Ausgestaltung im Gegensatz zu den meist einheitlich wirkenden filialisierten Konzepten die Innenstädte prägen und der zunehmenden Tendenz der Uniformität innerstädtischer Bereiche entgegenstehen können. Für zahlreiche Mittelstädte wie Strausberg, welche sich in einem Spannungsfeld zwischen den vielfältigen und spezialisierten Angeboten der Großstädte auf der einen Seite und den pragmatisch-räumlichen, den Grundbedarf abdeckenden Handels- und Dienstleistungsnutzungen in Kleinstädten auf der anderen Seite wiederfinden, wird es daher zukünftig alternativlos sein, einen für Besucher attraktiven Mix aus Einkauf, Erlebnis, Gastronomie, Kultur und Entertainment sicherzustellen.

Digitalisierung: Die Bedeutung des Online-Handels am gesamten Einzelhandelsumsatz wächst kontinuierlich und wird laut Prognosen im Jahr 2019 bei rd. 57,8 Mio. Euro (rd. 10,8 % des Einzelhandelsumsatzes) liegen (siehe Abbildung 6). Es sind allerdings sortimentsspezifisch große Unterschiede festzustellen.

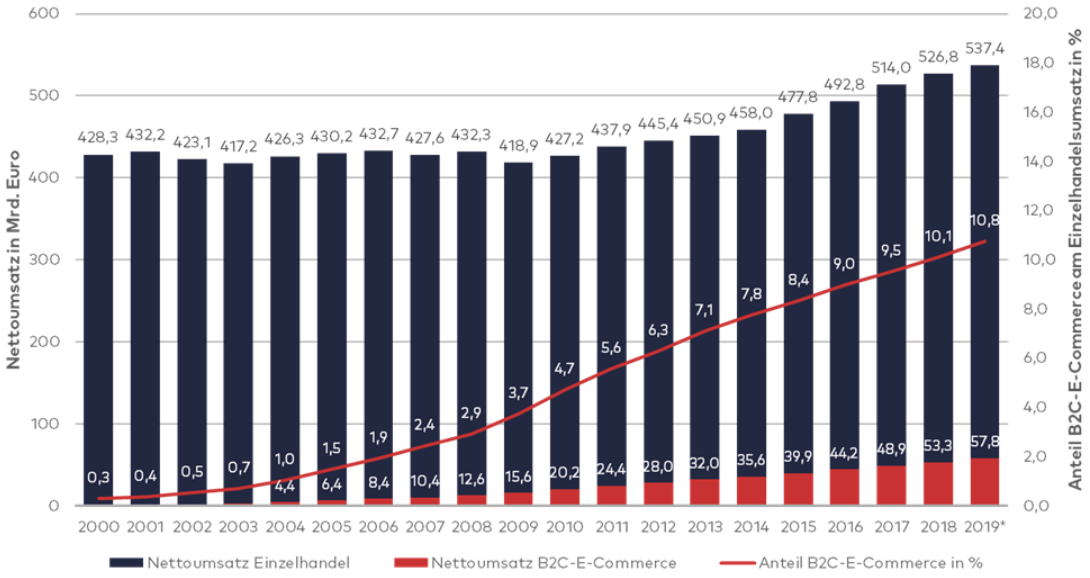


Abbildung 6: Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); * Prognose.

Während der Online-Umsatzanteil v. a. in innenstadtaffinen Warengruppen am höchsten ist, sind im Bereich des Lebensmittel- und Drogeriewarenhandels bislang mit rd. 1,7 % noch vergleichsweise geringe Online-Umsatzanteile festzustellen).[10] Auch wenn dieses Segment langfristig an Dynamik gewinnen wird, so konzentrieren sich erste Entwicklungen auf Metropolen und Ballungsräume, in denen aktuell bereits erfolgsversprechende Modelle zur Online-Bestellung von Lebensmitteln umgesetzt werden. Für Städte wie Strausberg werden sich in der mittleren Frist voraussichtlich nur geringe onlinebedingte, strukturprägende Veränderungen im Bereich des qualifizierten Grundbedarfs ergeben. Im mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich entfaltet die Digitalisierung allerdings eine bereits jetzt erkennbare, negative Wirkung auf die Entwicklungschancen des Innenstadtzentrums. Neben einem erhöhten (und für kleinere, inhabergeführte Fachgeschäfte oftmals nicht wirtschaftlichen) Wettbewerb gegenüber Online-Vertriebsformen, kann die Digitalisierung jedoch auch gewisse Chancen bieten (u. a. Erhöhung der Sichtbarkeit/Erreichbarkeit, Realisierung von Liebhaber- und Spezialhandelsgeschäften mit sehr speziellen Zielgruppen, Multi- und Cross-Channel-Marketingstrategien).

[10] Vgl. HDE/IFH 2017.

4.2 Siedlungsräumliche Rahmenbedingungen

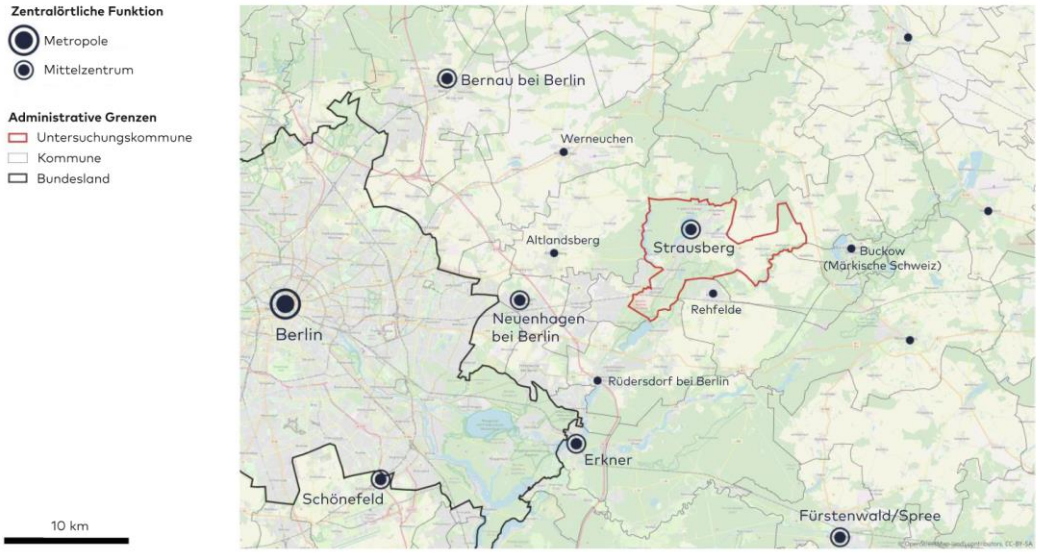
Im Folgenden werden die relevanten siedlungsräumlichen Faktoren für die Analyse und Bewertung der Einzelhandels- und Standortstruktur vorgestellt. Eine Darstellung weiterer relevanter angebots- und nachfrageseitiger Parameter folgt in den Kapiteln 4.3 bis 4.7.

SIEDLUNGSRÄUMLICHE RAHMENBEDINGUNGEN STADT STRAUSBERG

Versorgungsfunktion

Zentralörtliche Funktion	Mittelzentrum
Einwohner	27.110

Nächstgelegene Mittelzentren (Pkw-Fahrzeit)	Nächstgelegene Oberzentren (Pkw-Fahrzeit)
Neuenhagen bei Berlin (27 Min.) Bernau (35 Min.) Eberswalde (40 Min.)	Berlin (30 Min.) Frankfurt/Oder (65 Min.)



Siedlungsstrukturelle Kennwerte Gesamtgemeinde

Einwohner*	27.110
Relative Einwohnerentwicklung bis 2024**	+ 0,3 %[7]

Einwohner nach Stadtteilen

Vorstadt	6.358 (23 %)	Hegermühle	3.594 (13 %)
Mitte	5.844 (22 %)	Altstadt	1.522 (6 %)
Nord	4.953 (18 %)	übrige Stadtteile	589 (2 %)
Ost	4.250 (16 %)		

Verkehrliche Anbindung

Motorisierter Individualverkehr	verkehrliche Anbindung an die nächstgelegenen zentralen Orte über die Landstraßen L 23, L 33 und L 303
Öffentlicher Personennahverkehr	Anbindung an das Regionalbahnnetz (u.a. Müncheberg, Neuenhagen und Berlin) sowie an das Busliniennetz (u.a. Prötzel, Petershagen/Eggersdorf)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2018, OpenStreetMap - veröffentlicht unter ODbL;* Einwohner: Stadt Strausberg (Stand: 08/2019); ** Für Berechnungen relevant: Einwohner mit Hauptwohnsitz: 27.110 (08/2019): Die Bevölkerungsprognose basiert auf den Daten des Landesamt für Bauen und Verkehr. Die reale Bevölkerungsentwicklung kann in Abhängigkeit von Wohnbauentwicklungen in der Stadt Strausberg positiv davon abweichen.

4.3 Nachfragesituation

Neben den siedlungsstrukturellen Rahmenbedingungen sind bei einer Markt- und Standortanalyse auch die Merkmale der örtlichen Nachfrageseite von hoher Bedeutung. Zur Abbildung der Nachfragesituation wird auf sekundärstatistische Rahmendaten der statistischen Ämter des Bundes und der Länder, der Bundesagentur für Arbeit sowie der IFH Retail Consultants GmbH zurückgegriffen.

Sozioökonomische Rahmenbedingungen

Die folgenden Tabellen stellen die sozioökonomischen Rahmendaten der Stadt Strausberg im Verlauf der letzten Jahre im Vergleich zum Landkreis Märkisch - Oderland dar. Aus den Daten lassen sich wichtige Rückschlüsse zum Versorgungsgebiet von Strausberg und die daraus resultierenden Kaufkraftströme ziehen.

Strausberg	2016	2017	2018	Entwicklung
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Arbeitsort	8.724	8.839	8.713	-0,1 %
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Wohnort	9.728	10.022	10.159	4,4 %
Einpendler Arbeitsort (Einpendlerquote)	5.788 (66 %)	5.890 (67 %)	5.728 (66 %)	-1,0 %
Auspendler Wohnort (Auspendlerquote)	6.800 (70 %)	7.081 (71 %)	7.176 (71 %)	5,5 %
Pendlersaldo	-1.012	-1.191	-1.448	-436

Tabelle 1: Sozioökonomische Rahmenbedingungen der Stadt Strausberg
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Bundesagentur für Arbeit (Stichtag: 30.06.).

LK Märkisch-Oderland	2016	2017	2018	Entwicklung
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Arbeitsort	48.632	49.965	50.679	4,2 %
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Wohnort	73.338	74.881	76.054	3,7 %

Tabelle 2: Sozioökonomische Rahmenbedingungen des Landkreises Märkisch – Oderland
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Bundesagentur für Arbeit (Stichtag: 30.06.).

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist am Arbeitsort Strausberg im betrachteten Untersuchungszeitraum leicht gestiegen, jedoch ist der allgemeine Entwicklungstrend im Landkreis Märkisch-Oderland (siehe Tabelle 2) stärker angestiegen. Die wirtschaftliche Entwicklung in Strausberg ist damit als leicht unterdurchschnittlich zu bezeichnen. Relativ betrachtet, hat sich der Pendlersaldo, das Verhältnis von Ein- und Auspendlern in dem betrachteten Zeitraum von 2016-2018 deutlich negativ entwickelt. Die Mobilität der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist vergleichsweise relativ hoch, lässt sich in Strausberg sowie im gesamten Landkreis jedoch vor allem auf die hohe Bedeutung Berlins als Arbeitsort in mittelbarer Nähe zurückführen.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die Stadt Strausberg verfügt über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Höhe von rd. 160,4 Mio. Euro. Dies entspricht einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rd. 5.916 Euro je Einwohner, wobei der größte Anteil der Kaufkraft mit rd. 2.301 Euro je Einwohner auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Backwaren/Fleischwaren und Getränke) entfällt.

Warengruppe	Kaufkraft in Mio. Eu	Kaufkraft je Einwohner in Euro
Nahrungs- und Genussmittel	62,4	2.301
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	9,1	334
Blumen, zoologischer Bedarf	3,0	109
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	4,1	152
Kurzfristiger Bedarfsbereich	**78,6**	**2.897**
Bekleidung	12,8	472
Schuhe/Lederwaren	3,7	137
Pflanzen/Gartenbedarf	2,8	102
Baumarktsortiment i. e. S.	12,8	471
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	1,6	61
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	3,3	121
Sportartikel/Fahrräder/Camping	3,7	137
Mittelfristiger Bedarfsbereich	**40,7**	**1.502**
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	3,9	144
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	1,7	62
Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche	1,5	54
Möbel	8,1	300
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	4,7	173
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	9,6	354
Uhren/Schmuck	1,7	62
Sonstiges	10,0	367
Langfristiger Bedarfsbereich	**41,1**	**1.516**
Gesamt	**160,4**	**5.916**

Tabelle 3: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach Warengruppen
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kaufkraft: Institut für Handelsforschung (IFH) 2017; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör, Kinderwagen, Erotikartikel; Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft[11] beträgt in Strausberg rd. 93 und liegt damit sowohl unter dem Durchschnitt von Brandenburg (rd. 95) als auch unter dem Bundesdurchschnitt von 100. Auch die Nachbarkommunen verfügen über ein eher unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau. Ausnahmen bilden z.B. die westlich in Richtung der Hauptstadt Berlin gelegenen Gemeinden Neuenhagen und Schöneiche bei Berlin (siehe Abbildung 7).

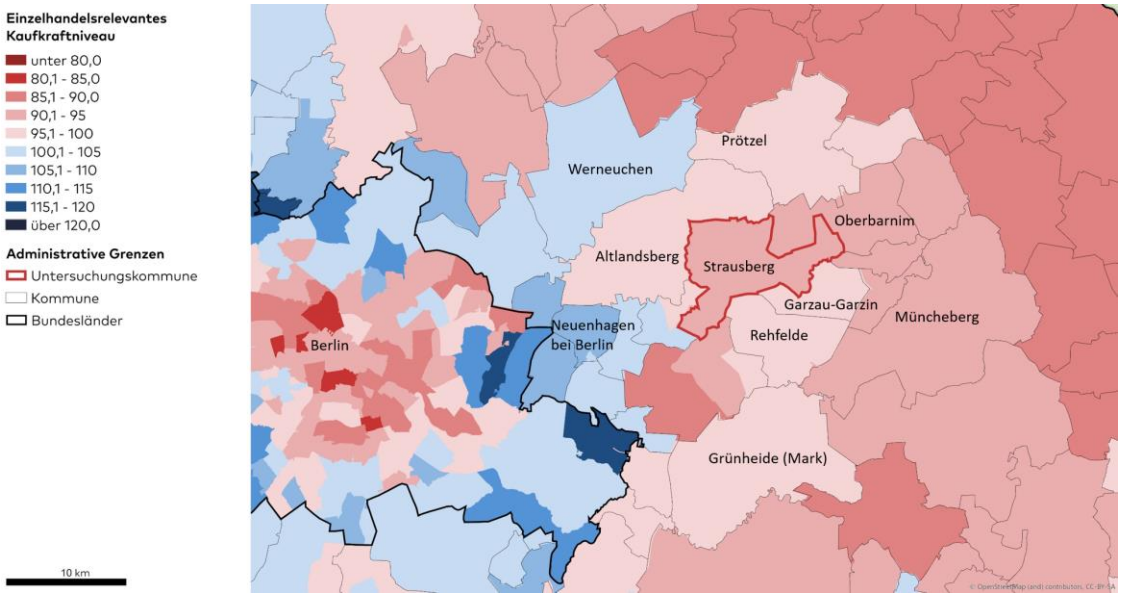


Abbildung 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Strausberg und Umgebung
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kaufkraft: Institut für Handelsforschung (IFH) 2017; Kartengrundlage: ESRI (2005) PLZ-5-Gebiete.

Die um Strausberg gelegenen Gemeinden wie beispielsweise Altlandsberg und Garzau-Garzin, bilden neben sechs weiteren Gemeinden auf Grundlage des LEP Berlin-Brandenburg aus dem Jahr 2009 das Versorgungsgebiet, den sogenannten Mittelbereich für das Mittelzentrum Strausberg. Der Teilraum mit den dazugehörigen Gemeinden umfasst insgesamt rd. 60.723 Einwohner[12]. Nach dessen Vorgaben sollen „in den Mittelzentren für den jeweiligen Mittelbereich die gehobenen Funktionen der Daseinsvorsorge mit regionaler Bedeutung konzentriert werden.[13]“

Im aktuellen LEP Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg aus dem Jahr 2019 erfolgt keine strikte Ausweisung von Mittelbereichen, vielmehr „sind die Verflechtungsbereiche künftig bedarfsadäquat festzustellen.“[14]

4.4 Gesamtstädtische Angebotsanalyse

Im Stadtgebiet von Strausberg wurden im Rahmen der Einzelhandelserhebung (09/2019) insgesamt 151 Einzelhandelsbetriebe erfasst, welche über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 47.800

[11] Die Kaufkraftkennziffer beschreibt die Höhe des verfügbaren Einkommens der Einwohner einer Kommune, welches im Einzelhandel ausgegeben wird, im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (= 100).

[12] Amt für Statistik Berlin-Brandenburg: Region nach Stichtag 31.12.207 (inkl. Strausberg).

[13] Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg 2009, S.17.

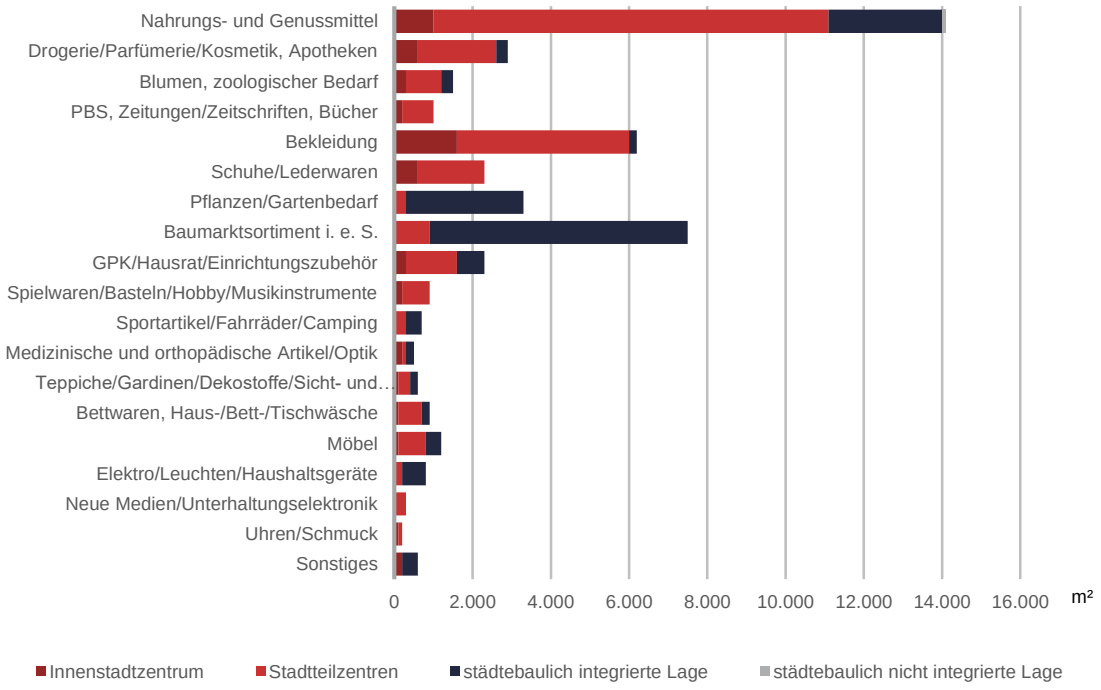
[14] Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg 2019, S.53.

m² verfügen (siehe Tabelle 4). Um eine Bewertung vornehmen zu können, wird die Gesamtverkaufsfläche auf die Einwohnerzahl bezogen. Hierbei zeigt sich, dass Strausberg mit einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 1,77 m² je Einwohner deutlich über dem Bundesdurchschnitt (rd. 1,50 m² VKF/Einwohner[15]) sowie leicht über dem Landesdurchschnitts von rd. 1,75 m² je Einwohner liegt. Dies deutet auf die Versorgungsfunktion des Mittelzentrums Strausberg für sein Umland hin.

Strukturdaten	Erhebung 09/2019
Einwohner	27.110
Anzahl der Betriebe	151
Gesamtverkaufsfläche in m²	47.800
Verkaufsflächenausstattung in m² je Einwohner	1,77

Tabelle 4: Einzelhandelsbestand in Strausberg
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 09/2019; Einwohner: Stadt Strausberg (Stand: 08/2019, nur Hauptwohnsitz); Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet

Bei einer Differenzierung nach Lagen wird deutlich, dass in Strausberg nahezu alle Einzelhandelsbetriebe in städtebaulich integrierten Lagen (rd. 12 % im Innenstadtzentrum, rd. 54% in Stadtteilzentren, rd. 34 % in sonstigen städtebaulich integrierten Lagen) angesiedelt sind. Die übrigen Betriebe mit einem deutlich niedrigen Verkaufsflächenanteil von rd. < 1 % sind in städtebaulich nicht integrierten Lagen verortet. Abbildung 8 stellt die in Strausberg erfasste Verkaufsfläche differenziert nach Warengruppen und Lagebereichen dar.



[15] Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

Abbildung 8:Einzelhandelsbestand in Strausberg nach Warengruppen, Lagebereichen und Verkaufsflächen
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 09/2019; ZVB-Abgrenzung: Stadt Strausberg 2006; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör, Kinderwagen, Erotikartikel.

Hinsichtlich der sortimentsspezifischen Verkaufsfläche und deren städtebaulicher Integration sind insbesondere die folgenden Punkte von höherer Relevanz für die weiteren konzeptionellen Empfehlungen:

- Das Einzelhandelsangebot in Strausberg ist hinsichtlich der Verkaufsfläche überwiegend geprägt durch die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Dies begründet sich v. a. durch mehrere großflächige Angebotsformen (u. a. Kaufland und EDEKA-Center), die in den jeweiligen Stadtteilzentren vorzufinden sind. Zudem findet sich ein erheblicher Verkaufsflächenanteil in der Warengruppe Baumarktsortiment i. e. S. im Stadtteilzentrum Prötzeler Chaussee.
- In den klassischen innerstädtischen Leitsortimenten (insb. Bekleidung und Schuhe/Lederwaren) ist sowohl absolut als auch relativ betrachtet ein deutlich höherer Anteil der Verkaufsfläche in den unterschiedlichen Stadtteilzentren verortet. Ein geringerer Anteil der Leitsortimente von jeweils rd. 26 % ist im Innenstadtzentrum verortet.
- Ein Verkaufsflächenangebot in städtebaulich nicht integrierter Lage besteht nach den Abgrenzungen aus dem EHK 2006 der Stadt Strausberg nur im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel.
- Allen voran werden in den im EHK 2006 ausgewiesenen Stadtteilzentren absolut betrachtet in hohem Maße sowohl Waren aus dem kurzfristigen als auch vermehrt aus dem mittelfristigen Bedarfsbereich, wie beispielsweise GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör angeboten. Speziell in dieser Warengruppe als auch in weiteren Warengruppen des mittelfristigen Bedarfsbereichs, wie Bekleidung und Schuhe/Lederwaren, ist von Wettbewerbsbeziehungen zwischen dem ZVB Altstadtzentrum und den umliegenden Stadtteilzentren auszugehen. Diese Annahmen sind insbesondere auf das Stadtteilzentrum Handelscentrum zurückzuführen.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass das Einzelhandelsangebot in Strausberg hinsichtlich der Anzahl der Betriebe und dem Anteil der Verkaufsfläche als leicht unterdurchschnittlich für ein Mittelzentrum zu bewerten ist. Dabei ist insbesondere die recht geringe Ausstattung der Strausberger Altstadt als verbesserungswürdig zu bewerten.

4.5 Umsatz und Zentralität

Die Ermittlung der aktuellen Umsätze[16] im Einzelhandel von Strausberg basiert auf allgemeinen und für die Stadt Strausberg spezifizierten angebots- und nachfrageseitigen Eingangsparametern.

- Als Ausgangsbasis der Umsatzschätzung werden grundlegende **nachfrageseitige Rahmenbedingungen** (siehe dazu Kapitel 4.1) berücksichtigt. Dazu zählen insbesondere die einzelhandelsrelevante Kaufkraft sowie sozioökonomische Strukturdaten.
- Im Rahmen der gesamtstädtischen Angebotsanalyse werden die **relevanten Strukturdaten aus dem Altkonzept 2006 mit den neuen Daten** hinsichtlich ihrer Veränderung beurteilt.

[16] Umsätze nachfolgend angegeben als Brutto-Jahresumsatz.

- Die über die zuvor dargestellten Arbeitsschritte ermittelten sortimentsspezifischen Umsätze werden abschließend mit Hilfe von Stadt + Handel vorliegenden **durchschnittlichen Flächenproduktivitäten der Vertriebsformen** sowie **spezifische Kennwerte einzelner Anbieter** plausibilisiert. Das umfangreiche Datenportfolio von Stadt + Handel wird laufend entsprechend der Werte aus der Fachliteratur aktualisiert.
- Durch die Vor-Ort-Begehungen im Rahmen der Bestandserhebung konnte neben der Erfassung der Verkaufsflächen je Sortimentsgruppe zudem die **konkrete Situation vor Ort** berücksichtigt werden. So fließen in Einzelfällen zum einen die Qualität der jeweiligen mikroräumlichen Standortrahmenbedingungen und zum anderen die, mit Blick auf das mögliche Umsatzpotenzial relevante Qualität der jeweiligen siedlungsstrukturellen Lage, in die Umsatzberechnung der Betriebe mit ein.

Insgesamt lässt sich hieraus ein gesamtstädtischer Einzelhandelsumsatz von 144,1 Mio. Euro brutto je Jahr ermitteln. Gemessen an der vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rd. 160,4 Mio. Euro ergibt sich somit eine Einzelhandelszentralität[17] von rd. 0,90. Diese ist angesichts der zentralörtlichen Funktion Strausbergs als Mittelzentrum im Landkreis Märkisch-Oderland zu relativieren. Wie Tabelle 5 zu entnehmen ist, fällt die Zentralität in Strausberg je nach Warengruppe sehr differenziert aus.

[17] Die Einzelhandelszentralität (im Folgenden: Zentralität) gibt das Verhältnis des örtlichen Einzelhandelsumsatzes zur örtlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft wieder. Bei einer Zentralität von über 1,00 ist im Saldo der Kaufkraftabflüsse und -zuflüsse ein Nachfragezufluss anzunehmen, bei einem Wert unter 1,00 ist im Saldo von Nachfrageabflüssen auszugehen.

Warengruppe	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraft in Mio. Euro	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	14.100	66,1	62,4	1,06
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	2.900	13,7	9,1	1,51
Blumen, zoologischer Bedarf	1.500	4,4	3,0	1,47
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	1.000	3,3	4,1	0,79
Kurzfristiger Bedarfsbereich	**19.500**	**87,5**	**78,6**	**1,11**
Bekleidung	6.200	14,0	12,8	1,09
Schuhe/Lederwaren	2.300	5,7	3,7	1,52
Pflanzen/Gartenbedarf	3.300	2,7	2,8	0,98
Baumarktsortiment i. e. S.	7.500	13,0	12,8	1,02
GPK/Hausrat/Einrichtungs-zubehör	2.300	2,3	1,6	1,42
Spielwaren/Basteln/Hobby/ Musikinstrumente	900	2,3	3,3	0,69
Sportartikel/Fahrräder/Camping	700	2,0	3,7	0,55
Mittelfristiger Bedarfsbereich	**23.200**	**42,0**	**40,7**	**1,03**
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	600	3,3	3,9	0,86
Teppiche/Gardinen/Deko-stoffe/Sicht- und Sonnenschutz	600	0,8	1,7	0,47
Bettwaren, Haus-/Bett-/ Tischwäsche	800	1,5	1,5	1,04
Möbel	1.200	1,8	8,1	0,22
Elektro/Leuchten/ Haushaltsgeräte	800	2,3	4,7	0,48
Neue Medien/Unterhaltungs-elektronik	300	2,3	9,6	0,24
Uhren/Schmuck	200	1,3	1,7	0,76
Sonstiges	600	1,4	10,0	0,14
Langfristiger Bedarfsbereich	**5.100**	**14,7**	**41,1**	**0,36**
Gesamt	**47.800**	**144,1**	**160,4**	**0,90**

Tabelle 5: Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralitätswerte in Strausberg
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 09/2019; Kaufkraft: Institut für Handelsforschung (IFH) 2019; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör, Kinderwagen, Erotikartikel; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Umsatz/Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

In den zentren- und nahversorgungsrelevanten Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel wird die eigene Kaufkraft mit einer Zentralität von 1,06 im Strausberger Stadtgebiet gebunden. In den weiteren Warengruppen des kurzfristigen Bedarfsbereichs wie Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken und Blumen, zoologischer Bedarf wird die Kaufkraft mit Zentralitäten von 1,51 und 1,47 gebunden, wodurch auch überdurchschnittlich viel Kaufkraft aus den umliegenden Gemeinden zufließt. Mit Ausnahme der Warengruppe PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher mit einer Zentralität von 0,79, übernimmt die Stadt Strausberg für die restlichen Warengruppen des kurzfristigen Bedarfsbereichs eine wichtige Versorgungsfunktion, auch für das angrenzende Umland.

Als Mittelzentrum in einem recht ländlich geprägten Raum im Bundesland Brandenburg hat die Stadt Strausberg neben der Versorgung mit Gütern des qualifizierten Grundbedarfs auch die Versorgung für den gehobenen Bedarf für die Bürger Strausbergs zu übernehmen. In einigen Warengruppen des mittelfristigen Bedarfsbereichs, wie z.B. Baumarktsortiment i.e.S. sowie GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör, weist Strausberg durchschnittliche und teilweise deutlich überdurchschnittliche Zentralitäten auf, weshalb die eigene Kaufkraft vollständig im Stadtgebiet gebunden wird. Die niedrigsten Zentralitäten werden dabei mit rd. 0,55 bzw. rd. 0,69 in den innerstädtischen Leitsortimenten Sportartikel/Fahrräder/Camping sowie Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente erreicht, wodurch keine vollständige Bindung der Kaufkraft besteht und Kaufkraftabflüsse ins Umland zu verzeichnen sind.

Die höchsten Zentralitäten werden mit Zentralitäten von rd. 1,52 bzw. rd. 1,42 in den Warengruppen Schuhe/Lederwaren und GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör erreicht. Beide Warengruppen werden vermehrt in den im Jahr 2006 festgelegten Stadtteilzentren angeboten.

In den Warengruppen des langfristigen Bedarfsbereichs zeigen sich in Strausberg in den meisten Bereichen deutlich unterdurchschnittliche Zentralitäten. Die niedrigste Zentralität wird mit rd. 0,22 in der Warengruppe Möbel erreicht. Eine weitere niedrige Zentralität von rd. 0,24 entfällt auf die Warengruppe Neue Medien/Unterhaltungselektronik, welche teilweise mit dem Brand eines Elektrofachmarktes im Handelscentrum Strausberg einhergeht. Die höchste Zentralität wird mit rd. 1,04 in den Warengruppen Bettwaren, Haus- /Bett-/Tischwäsche erreicht.

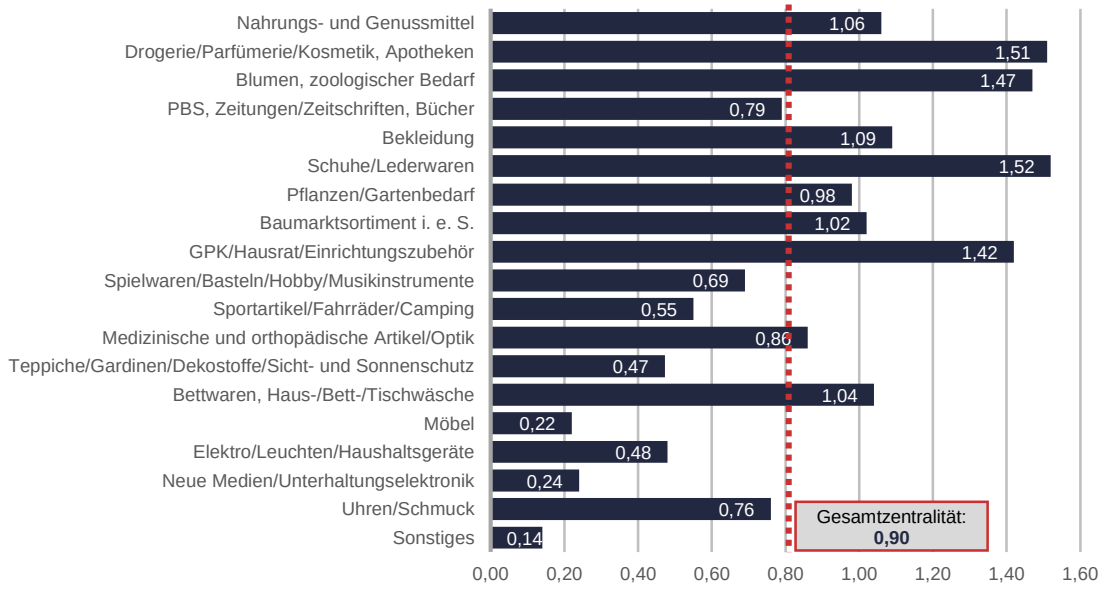


Abbildung 9: Sortimentsspezifische Einzelhandelszentralität in Strausberg
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren, GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u.a. Kfz-Zubehör

Anhand der dargestellten Zentralitäten insbesondere in den Warengruppen der kurz- und mittelfristigen Bedarfsstufe wird deutlich, dass Strausberg den zugewiesenen mittelzentralen Versorgungsauftrag für die Stadt und den umliegenden Mittelbereich in großen Teilen erfüllen kann. Die Versorgungsfunktion differenziert sich jedoch in Abhängigkeit von den jeweiligen Warengruppen aus.

4.6 Städtebauliche Analyse

Im Rahmen der Markt- und Standortanalyse und unter Berücksichtigung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Strausberg aus dem Jahr 2006 können neben dem zentralen Versorgungsbereich Altstadtzentrum fünf weitere strukturprägende Standortbereiche bzw. Einzelhandelsagglomerationen mit einem gewissen Standortgewicht in Strausberg identifiziert werden. Nachfolgend findet sich die städtebauliche Analyse zum Altstadtzentrum. Die städtebauliche Einordnung zu den weiteren Standortbereichen findet sich in den konzeptionellen Abschnitten des Berichtes.

Hauptgeschäftsbereich Altstadtzentrum

Angebots- und Verkaufsflächenstruktur

Mit insgesamt 54 Einzelhandelsbetrieben[18] (entspricht einem gesamtstädtischen Anteil von 35 %) stellt das Altstadtzentrum einen wichtigen Geschäftsbereich der Stadt Strausberg dar. Die Verkaufsflächenausstattung[19] von 5.800 m² verdeutlicht allerdings mit 12 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche ein vergleichsweise geringes Standortgewicht.

Das Altstadtzentrum ist kleinteilig und geprägt durch inhabergeführte Geschäfte. So verfügen 68 % der Einzelhandelsbetriebe über Verkaufsflächen unter 100 m². Die Kleinteiligkeit zeigt sich auch in den Betriebsformen. So überwiegen mit über 80 % Fachgeschäfte. Daneben sind ein Drogeriemarkt, ein Supermarkt, zwei Apotheken sowie mehrere Betriebe des Lebensmittelhandwerks vorhanden. Fachmärkte finden sich gegenwärtig nicht in der Altstadt. Und kein Einzelhandelsbetrieb wird der Definition eines Ankermieters gerecht, da die jeweiligen Verkaufsflächen nicht marktgängig sind und aus Kundensicht attraktive Betriebsgrößen fehlen. Kennzeichnend für die Bestandsstruktur in der Strausberger Altstadt ist die deutliche Konzentration der Einzelhandelsbetriebe in der Großen Straße vom südlichen Eingangsbereich (Wallstraße) bis zum Markt und damit das Bestehen einer kompakten Einzelhandelslage. Nur vereinzelt finden sich Einzelhandelsbetriebe in Seitenstraßen und am Lindenplatz.

[18] Die Zahl der Einzelhandelsbetriebe sowie auch die folgenden Angaben zur Verkaufsfläche, Sortimentsanteilen und zentrenergänzenden Funktionen beziehen sich räumlich immer auf die vorgenommene Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Altstadtzentrum.

[19] ohne Leerstände

Abbildung 10: Einzelhandelsbestand Altstadtzentrum 2019
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel und complan 09/2019; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Angebotsschwerpunkte und Fristigkeitsstufen

Hinsichtlich der Branchenstruktur weist der Hauptgeschäftsbereich Altstadtzentrum eine zentrale Versorgungsfunktion mit Gütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs auf. Der Sortimentsschwerpunkt liegt dabei mit 48 % Verkaufsfläche im mittelfristigen Bedarfsbereich. Hier fallen insbesondere die Sortimente Bekleidung und Schuhe/Lederwaren mit rd. 2.300 m² ins Gewicht. Der kurzfristige Bedarfsbereich ist mit 37 % besetzt, dabei mit 18 % die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Mit dem Edeka, dem Biomarkt und einzelnen Geschäften des Lebensmittelhandwerks sind nur wenige Anbieter in diesem Bereich vertreten. Mit Blick auf die konkreten sortimentsspezifischen Verkaufsflächen wird deutlich, dass insbesondere im Bereich Nahrungs- und Genussmittel Betriebe mit marktgängigen Verkaufsflächen und Angebotsformaten fehlen.

Den geringsten Verkaufsflächenanteil haben mit 15 % Sortimente des langfristigen Bedarfsbereichs. Hier sind in der Altstadt insbesondere Anbieter in den Sortimentsbereichen Medizinische und orthopädische Artikel/Optik vertreten.

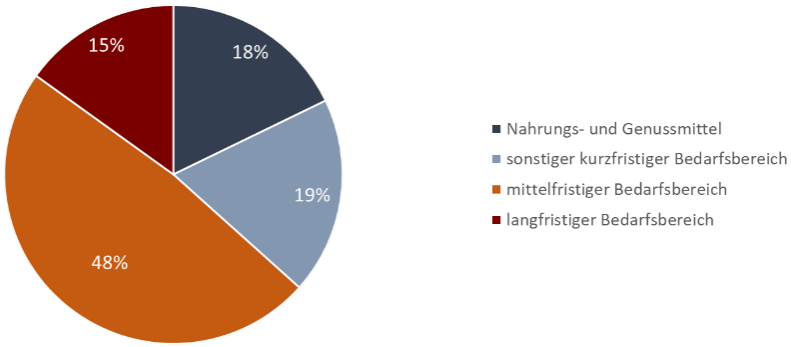


Abbildung 11: Fristigkeitsbereiche des Altstadtzentrums 2019
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel und complan; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel und complan 09/2019

Vielfalt und Qualität des Einzelhandelsangebots

Insgesamt 54 Einzelhandelsbetriebe sind im Altstadtzentrum vertreten, was bereits ein bedeutendes Angebot darstellt. Jedoch muss festgestellt werden, dass nicht alle Warengruppen vertreten und viele auch unterrepräsentiert sind. So fehlen in den Warengruppen Pflanzen/Gartenbedarf, Baumarktsortiment i.e.S., Sportartikel/ Fahrräder/Camping sowie Elektro/Leuchten/ Haushaltsgeräte entsprechend Angebote. Insbesondere die zwei letztgenannten Warengruppen umfassen Sortimente, die für einen attraktiven Branchenmix eines Hauptgeschäftsbereiches eines Mittelzentrums wünschenswert sind. Die Warengruppe Bekleidung besetzt mit rd. 1.600 m² den größten Anteil der Verkaufsfläche in der Altstadt. In diesem Sortimentsbereich wird deutlich, dass aktuell nur ein Teil der Nachfrage abgedeckt wird und beispielsweise Anbieter im Jugendsegment und im hochpreisigen Segment fehlen. Vorhandene Einzelhandelsgeschäfte im Bereich Kinder- und Hochzeitsmode setzen dagegen Angebotsakzente.

Insbesondere im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich können auch Wochenmärkte eine sinnvolle Angebotsergänzung sein. Diese werden zudem als Treffpunkte angenommen und können für eine merkliche Belebung und Erlebbarkeit von Stadträumen beitragen. In der Strausberger Altstadt findet der Wochenmarkt dienstags von 8 bis 16 Uhr traditionell auf dem Lindenplatz statt. Dieser kann bisher allerdings (noch) nicht seine volle Wirkung erzielen. Hemmnisse sind

hier die sich noch behindernden verschiedenen Nutzungen - ruhender und fließender Verkehr, Außenbereiche für Gastronomie und öffentlicher Raum sowie die noch nicht barrierefreie Nutzung des Platzes.

Im INSEK der Stadt Strausberg ist die Neugestaltung des Lindenplatzes als eine Maßnahme unter dem zentralen Vorhaben *Stadtzentrum am See erleben* aufgeführt. Im Kontext der geplanten Neugestaltung des Lindenplatzes sollte die Nutzung des Wochenmarktes berücksichtigt und notwendige Bedarfe (Stellflächen, technische Anschlüsse, Gefälle, etc.) beachtet werden.

Ladenleerstand und Trading-Down-Effekte

Indikatoren für mögliche Trading-Down-Effekte sind neben leerstehenden Gewerbeflächeneinheiten auch der Einzelhandel im unteren Preissegment, der Angebote im mittel- und hochpreisigen Bereich ersetzt. Auch sind Nutzungen im Fokus, welche mit ihrem Angebot nicht zur Belebung der Innenstadt beitragen bzw. die zu potenziellen zukünftigen Leerständen werden können.

Im Altstadtzentrum Strausberg standen zum Zeitpunkt der Erhebung 14 Ladenlokale leer, wodurch sich eine Leerstandsquote von 21 % ergibt. Mit Ausnahme von zwei Leerständen in der Jungfern- und Müncheberger Straße befinden sich alle Leerstände in der Großen Straße. Bereits strukturprägend ist dabei die Leerstandskonzentration im nördlichen Teil der Großen Straße zwischen Markt und Klosterstraße. Die Präsenz der leerstehenden Geschäftseinheiten wirkt sich hier deutlich negativ auf das Stadtbild und den Funktionszusammenhang zum Geschäftsbereich südlich des Marktes aus. Neben leerstehenden kleinen Geschäftseinheiten sind in diesem Bereich u.a. mit Einbezug des größeren ruinösen Leerstandes des ehemaligen Konsum-Möbelhauses Entwicklungsflächen für das *Vorhaben Altstadt-Center Strausberg* definiert (s. Kap. 6.2).

Im südlichen Eingangsbereich zur Altstadt (Große Straße/Georg-Kurtze-Straße) werden aktuell zwei Wohnhäuser mit Geschäftsunterlagerung saniert. In diesem Bereich sind positive Impulse für die Aufwertung des Stadtbildes und für den Einzelhandelsbesatz in der Geschäftsstraße zu erwarten.

Zentrenergänzende Funktionen

Das Altstadtzentrum und das nähere Umfeld sind gekennzeichnet durch eine attraktive Funktionsbreite aus Wohnen, Einzelhandel, Verwaltung, Freizeit, Bildung, Sport, Gesundheit und Soziales sowie Arbeiten. Unmittelbar angrenzend an die Altstadt befinden sich das Theodor-Fontane-Gymnasium, die Hegermühlen-Grundschule, die Kreismusikschule Märkisch-Oderland, die Anne-Frank-Oberschule, das Oberstufenzentrum Märkisch-Oderland, die Stadtverwaltung, die Schwimmhalle Strausberg, das Tauchcenter und die Energiearena FC Strausberg. In der Altstadt selbst, innerhalb der Stadtmauern, sind die Heinrich-Mann-Bibliothek, die St. Marien Kirche, das Amtsgericht Strausberg und die Verwaltung des Landkreis Märkisch-Oderland ansässig. Im südlichen Eingangsbereich in der August-Bebel-Straße befindet sich die Tourist-Information.

Der Bestand an zentrenergänzenden Funktionen in der Altstadt umfasst zudem über einhundert einzelhandelsnahe Dienstleistungen wie z.B. Ärzte, verschiedene Angebote im Gesundheits- und Kosmetikbereich, Versicherungen und Banken und Reisebüros. Diese Vielzahl ist als große Stärke zu sehen. Die Altstadt offenbart den Besuchern damit insgesamt ein größeres Angebot verschiedenster Nutzungen, was sich positiv auf die Entscheidung der Besucher für einen Altstadtbesuch sowie die Aufenthaltszeit auswirken kann. Der Einzelhandel aber auch die Gastronomie kann von den Kopplungsmöglichkeiten entsprechend profitieren. Anzumerken ist allerdings auch,

dass es in der Altstadt gegenwärtig keine Kunst- und Kultureinrichtungen gibt und nur vier Freizeiteinrichtungen hauptsächlich im Bereich Sport.

Abbildung 12: Nutzungen in der Altstadt in Strausberg
Quelle: Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 09/2019, Gestaltung complan.

Das gastronomische Angebot umfasst insgesamt 21 Betriebe mit einem Mix aus Cafés, Imbissen und Restaurants. Außengastronomie findet sich am Lindenplatz und am Marktplatz, auch nutzen Gastronomen in der Großen Straße und der August-Bebel-Straße die Gehwege für Bestuhlung und Bewirtung. Die Situation an allen Standorten ist aktuell nicht zufriedenstellend. Während

die Parkplatznutzung des Lindenplatzes die Aufenthaltsqualität beeinträchtigt, sind es in der Großen Straße und der August-Bebel-Straße die Lärm- und Abgasemissionen durch den fließenden Verkehr. Der Markt ist der einzige verkehrsfreie Platz in der Altstadt. Dieser wurde 2009-2010 im Rahmen der städtebaulichen Sanierungs- und Entwicklungsmaßnahmen umfassend saniert. Heute befindet sich auf dem Markt ein Café mit einem einladenden Außenbereich. Die große terrassierte Fläche des Marktes wird ansonsten für Außengastronomie nicht genutzt und hält nur im oberen Bereich vor dem Stadthaus (Bibliothek) einzelne öffentliche Sitzbänke zum Treffen und Verweilen bereit.

Verkehrsanbindung und Lage

Die Erschließung der Altstadt ist für den motorisierten Individualverkehr sehr gut, da hier die wesentlichen Hauptverkehrsstraßen die L23, L33 und L34 zusammenlaufen. Diese binden nicht nur das übrige Siedlungsgebiet Strausbergs an die Altstadt an, sondern verbinden sie auch mit der A1 und A168. Auch mit dem ÖPNV ist die Altstadt gut erschlossen. Zwar befindet sich keine Haltestelle direkt im Altstadtzentrum, jedoch ist der S- und Busbahnhof Strausberg Stadt östlich der Altstadt und die Tram- und Bushaltestelle Strausberg Lustgarten am südlichen Altstadteingang in nur wenigen Minuten fußläufig zu erreichen. Dadurch besitzt die Altstadt sowohl Anschluss an die Ortsteile Strausbergs sowie eine Direktverbindung nach Berlin und in die Region. Für Fußgänger und Radfahrer ist die Erschließung nicht immer befriedigend. So ist die Wallstraße am südlichen Eingang zur Altstadt stark befahren und schwer einsehbar. Zudem ist in der Altstadt selbst auffallend viel Autoverkehr, was Lärm- und Abgasimmissionen generiert und die Aufenthaltsqualität mindert. Zudem ergeben sich aufgrund der straßenseitigen PKW-Stellflächen entlang der Großen Straße Nutzungskonflikte zum einen mit der Außengastronomie als auch als Behinderung für mobilitätseingeschränkte Personen. Die Stadt Strausberg hat in der Großen Straße mit der Installation von autoaktiven Pollern und Blumenkübeln den Versuch unternommen, eine Regelung des Verkehrs zu erreichen. Diese Maßnahme wird von gewerblichen Anrainern allerdings kritisch gesehen, da insbesondere Geschäfte nördlich des Marktes zur Hauptgeschäftszeit nicht mehr vom südlichen Altstadteingang aus erreicht werden können (s. Kap. 6.2). Stellflächen sind in der Altstadt insbesondere straßenseitig aber auch als große Parkplatzanlagen östlich rückwärtig der Großen Straße vorhanden. Zudem gibt es im näheren Umfeld der Altstadt fußläufig erreichbare Stellplatzanlagen sowie ein Parkhaus neben der Stadtverwaltung.

Fast schon gegensätzlich stellt sich die Lage der Altstadt am Straussee dar. Hier kann über punktuelle Uferzugänge und Nutzungen (Restaurant, Spielplatz, Fährsteganlage) der Blick und Aufenthalt in ruhiger und erholsamer Atmosphäre genossen werden. Von dieser einzigartigen Lagegunst profitiert der Einzelhandel aber gegenwärtig nicht. Der Uferbereich ist noch nicht durchgängig erschlossen, so dass sich aktuell keine Rundläufe gestalten, vermarkten und erleben lassen. Auch finden sich in der Altstadt keine Warenangebote mit Spezialisierung auf unterschiedliche Bedarfe, die sich aus der Lage am See ergeben könnten (Angelbedarf, Fahrradverleih und -reparaturservice, touristische Angebote).

Städtebau und Stadtgestalt

Die Altstadt befindet sich innerhalb der teilweise noch erhaltenden Stadtmauer auf einem mittelalterlichen Stadtgrundriss. Insgesamt ist die Altstadt gestalterisch sehr ansprechend und sichtbar geprägt durch eine 2-4 geschossige kleinteilige Blockrandbebauung. Lediglich im Osten

befindet sich eine Zeilenbebauung aus der Nachkriegszeit. Abgesehen von dieser Zeilenbebauung und einigen Ergänzungsbauten aus den 90er Jahren stammt der Großteil der Bausubstanz aus der Vorkriegszeit. Das Wohnen ist in der Altstadt zwar die Hauptnutzung, jedoch sind die Müncheberger Straße und Große Straße sowie der Markt- und Lindenplatz von einer Nutzungsmischung geprägt. Insbesondere Erdgeschossnutzungen wie Einzelhandel, Gastronomie und einzelhandelsergänzende Dienstleistungen und Einrichtungen sorgen für Passantenfrequenz und bilden ein Potenzial für die angrenzenden Straßenräume und öffentlichen Plätze. Dieses Potenzial wird jedoch am Marktplatz noch nicht voll ausgeschöpft.

Seit der Programmaufnahme der Altstadt (Stadtkerns) als förmliches Sanierungsgebiet 1991 in das Bund-Länder-Programm *Städtebauliche Sanierungs- und Entwicklungsmaßnahmen* konnten umfangreiche Investitionen in viele Einzelobjekte, Straßen- und Gehweganlagen sowie Plätze getätigt werden und damit wichtige gestalterische und aufwertende Maßnahmen erfolgen. So zeigt sich die Altstadt heute als städtebaulich attraktives Zentrum mit Aufenthaltsqualitäten. Die Sanierungssatzung für die Altstadt läuft in 2025 aus. Einzelne unsanierte Gebäude und Brachflächen finden sich noch in der Altstadt. Beeinträchtigend ist, dass sich diese vor allem am südlichen und nördlichen Eingang zur Hauptgeschäftsstraße befinden und damit den ersten Eindruck der Besucher prägen.

Bestehende Gestaltungspotenziale in der Altstadt wurden erkannt, so sind unter dem Handlungsfeld *Stadtzentrum am See erleben* eine Vielzahl an Maßnahmen im INSEK der Stadt aufgeführt (u.a. Sanierungsarbeiten am Gebäudebestand, Neugestaltung des Lindenplatzes, Beleuchtung der Stadtmauer, Entwicklung des Grünen Rings und Schaffung eines durchgängigen Uferweges am Straussee). Darüber hinaus profitiert die Stadt mit der Programmaufnahme in das Bund-Länder-Programm *Aktive Stadt- und Ortsteilzentren* im Jahr 2016 von weiteren Fördermitteln. Grundlage stellt hierbei das 2017 erstellte Integrierte Entwicklungskonzept für das Programmgebiet Stadtzentrum dar.

Auswertung Händlerbefragung

Die Befragung der ansässigen Einzelhändler in der Strausberger Innenstadt ermöglicht weitere Erkenntnisse zum Stimmungsbild des Handels, zur Attraktivität und Funktionsfähigkeit der Altstadt sowie der Gesamtstadt als Einkaufsort.

Insgesamt ist die Bewertung der Strausberger Altstadt aus Sicht der Händler mit der Note Ø 3,4 auf einer Skala von 1 bis 5 als durchwachsen zu bezeichnen. So wurden die einzelnen Aspekte der Standortbewertung mit Noten zwischen Ø 2,6 und Ø 4,3 bewertet. Die beste Bewertung erhielt hierbei mit Ø 2,6 das Angebot an Dienstleistungen in der Altstadt. Nur mit mangelhaft bewerteten die befragten Händler die Aspekte Warenvielfalt (Ø 4,0) und das Angebot an Veranstaltungen in der Altstadt (Ø 4,0). Die Antworten zur Erreichbarkeit der Altstadt fallen insgesamt deutlich negativ aus. So werden das Parkflächenangebot/-verfügbarkeit mit Ø 4,3, die Erreichbarkeit mit dem PKW mit Ø 3,7 und mit dem ÖPNV mit Ø 3,4 bewertet.

Interessant ist, dass einige Themen polarisieren. So haben das gastronomische Angebot (Ø 3,3) und die Ladenöffnungszeiten (Ø 3,1) im Durchschnitt zwar mittlere Bewertungen erhalten, jedoch gab es Einschätzungen von sehr gut bis mangelhaft.

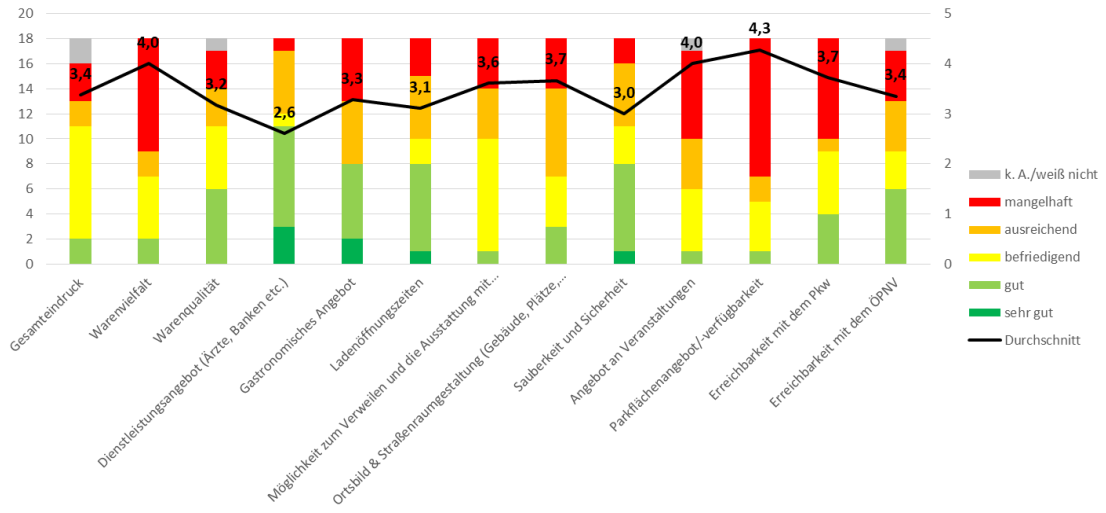


Abbildung 13: Händlerbefragung – Bewertung diverse Aspekte Altstadtzentrum; N=18
Quelle: Darstellung complan auf Basis der Händlerbefragung, complan 09/2019

Die aktuelle wirtschaftliche Situation der Händler[20] wird von ihnen selbst im Durchschnitt als befriedigend beurteilt. Dahinter verbergen sich allerdings auch beachtenswerte Einzelbewertungen. Auch wenn ein Drittel der Befragten die eigene wirtschaftliche Situation mit gut oder sehr gut bewertet, steht dem rd. ein Drittel der befragten Einzelhändler gegenüber, die ihre Situation mit ausreichend und mangelhaft bewerten. Hinzu kommen sieben Einzelhändler die ihre wirtschaftliche Situation aktuell als befriedigend beurteilen. Vor dem Hintergrund der Erkenntnisse aus der Analyse der Angebots- und Nachfragesituation, mit der Zunahme der Konkurrenzsituationen durch den Online-Handel und innerstädtische und regionale Einkaufsstandorte sowie der bestehenden Kleinteiligkeit des Handels in der Altstadt und dem aktuell unzureichenden Branchenmix, ist der Aspekt der Standortsicherung der vorhandenen Unternehmen von großer Bedeutung für die zukünftige Funktion des Altstadtzentrums als wichtiger Versorgungsstandort in Strausberg.

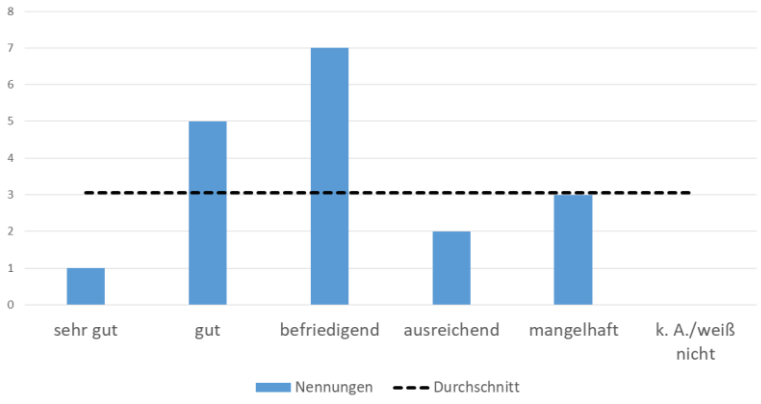


Abbildung 14: Händlerbefragung – „Wie beurteilen Sie die gegenwärtige wirtschaftliche Situation Ihres Betriebs?“, N=18
Quelle: Darstellung complan auf Basis der Händlerbefragung, complan 09/2019

[20] Die Mehrheit der befragten Einzelhändler sind Geschäftsinhaber und länger als 20 Jahre am Standort Altstadt.

Mit Blick auf die Umsätze der Händler ist positiv herauszustellen, dass rund die Hälfte der Befragten in den letzten drei Jahren eine Umsatzsteigerung verzeichnen konnte, davon ein Händler sogar einen Zuwachs um mehr als 10%. Auf der anderen Seite muss auch festgestellt werden, dass sich ein Drittel der befragten Händler mit sinkenden Umsätzen konfrontiert sieht. Drei dieser Händler verzeichnen sogar einen Umsatzrückgang von über 10%.

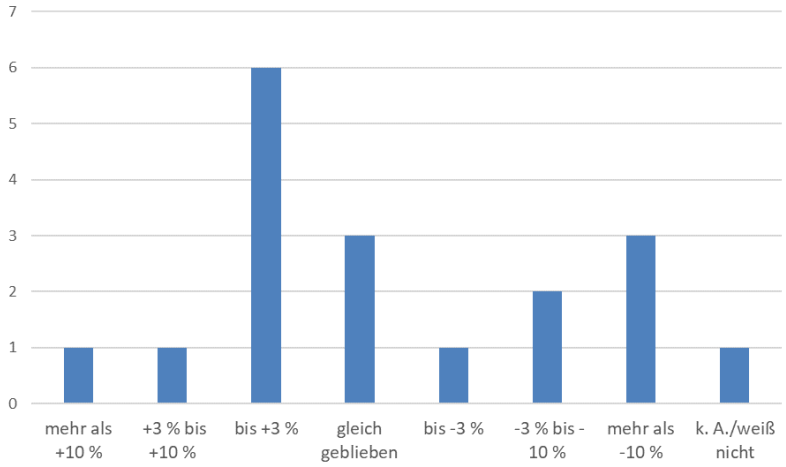


Abbildung 15: Händlerbefragung – „Wie hat sich der Umsatz Ihres Betriebes in den letzten drei Jahren entwickelt?“, N=18
Quelle: Darstellung complan auf Basis der Händlerbefragung, complan 09/2019

Bei der Frage, welche betrieblichen Maßnahmen bereits ergriffen wurden bzw. geplant sind, um sich den Veränderungen des Marktes anzupassen, wird deutlich, dass rd. die Hälfte der Befragten entweder bereits in die Belegschaft investiert oder die Bereitschaft bekundet, das zukünftig zu tun. So planen acht Einzelhändler Mitarbeiterschulungen durchzuführen, vier Händler haben bereits oder wollen perspektivisch neue Mitarbeiter einstellen. Auch im Hinblick auf bauliche und gestalterische Maßnahmen der Ladengeschäfte (Anpassung der Verkaufsflächen, Renovierung) geben insgesamt sieben Händler an, bereits Investitionen getätigt zu haben oder entsprechende Planungen vorzusehen. Die Umgestaltung des Sortiments ist ebenfalls ein bestimmendes Thema, da fast die Hälfte der Befragten in diesem Bereich aktiv war bzw. werden will.

Aus den Befragungsergebnissen herauszustellen ist, dass ein Großteil der befragten Einzelhändler[21] bzgl. der Standortfrage weder Absichten hat zu expandieren, den Standort zu verlagern bzw. Standorte zu schließen. Besonderes Augenmerk sollte aber auch auf den Aussagen liegen, dass ein Unternehmer in den letzten drei Jahren bereits sein Geschäft in der Altstadt geschlossen hat und zwei weitere diesen Schritt planen. Hinzuweisen ist darauf, dass hinter diesen Zahlen Beweggründe stehen können, denen ggf. entgegengewirkt werden kann. Schlagworte sind hierbei u.a. betriebliche Nachfolgeregelungen, finanzielle Förderung für Sanierungs- und Umstrukturierungsmaßnahmen, Beratungen in Belangen der Unternehmensführung und Unterstützung bei Miet-/Eigentumsangelegenheiten.

Ein Thema, was immer stärker in der Geschäftsführung eines Einzelhandelsbetriebes von Belang sein sollte, ist die mediale Präsenz – vom Webeintrag der Visitenkarte über die Bespielung von social media Kanälen bis zum eigenen Webshop. Die befragten Strausberger Einzelhändler sind

[21] Rücklaufquote 39 %

diesbezüglich (noch) nicht zeitgemäß aufgestellt. Die Frage nach der Präsenz im Internet bestätigten mehr als zwei Drittel der Händler, wobei sieben Einzelhändler eine eigene Webseite besitzen, zwei Händler über einen eigenen Webshop verfügen und vier Händler soziale Netzwerke wie Facebook und Instagram nutzen.

Bei der Frage nach ihren Wünschen für die zukünftige Entwicklung der Strausberger Innenstadt hatten die Händler die Möglichkeit diese selbst zu formulieren. Dabei wurde deutlich, dass aus Sicht der Händler das wichtigste Thema die Verkehrsführung und das Parkplatzangebot in der Altstadt insbesondere in der Großen Straße sind. Viele Händler wünschen sich zudem mehr Veranstaltungen in der Altstadt. Ein Befragungsergebnis richtet sich unmittelbar an die Strausberger Verwaltung. Hier wünscht sich ein Drittel der Befragten ein größeres Interesse an der Altstadtentwicklung.

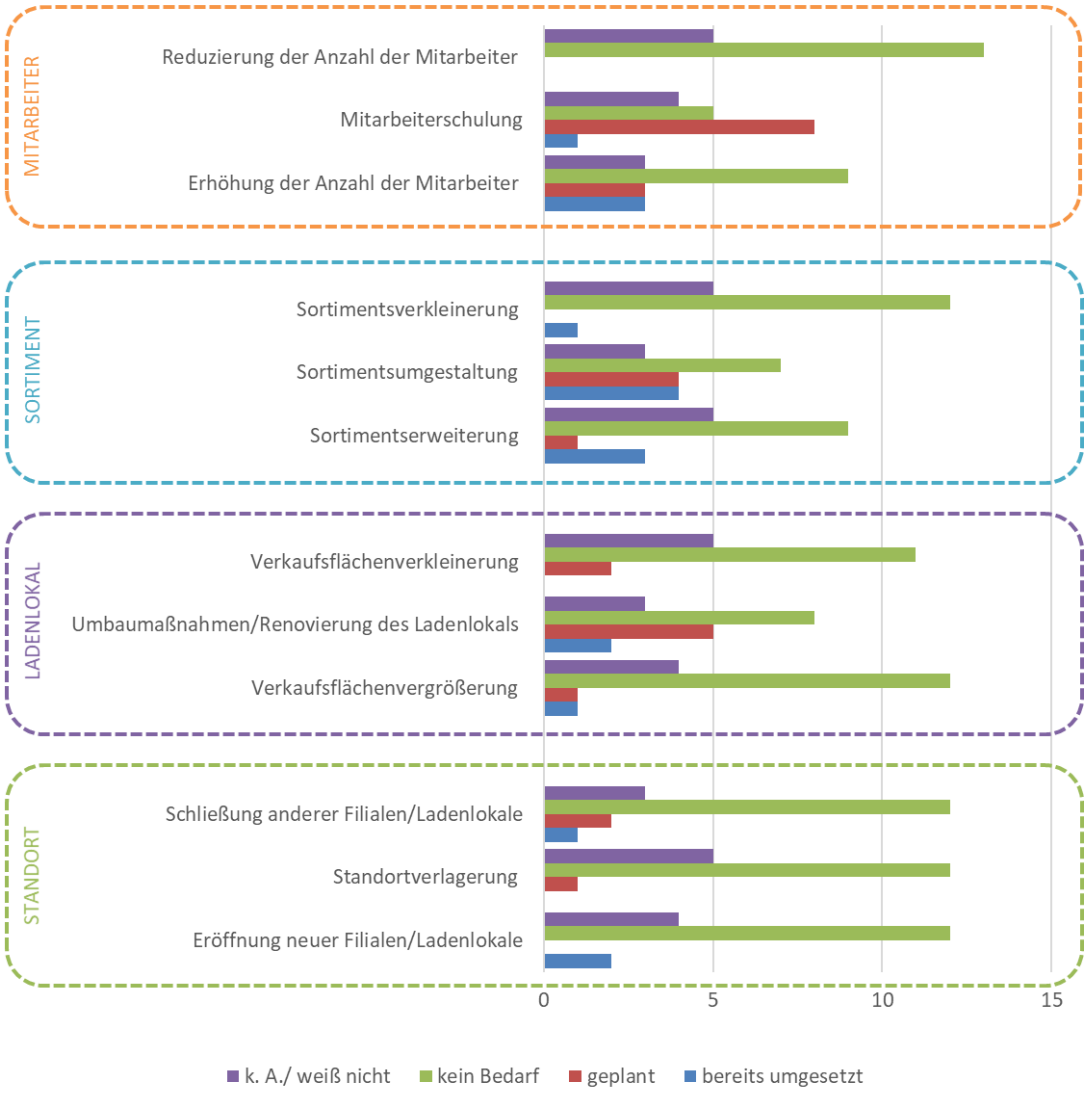


Abbildung 16: Händlerbefragung – „Haben Sie in den letzten 3 Jahren oder in den nächsten 3 Jahren geplant eine oder mehrere der folgenden Veränderungen in Ihrem Einzelhandelsbetrieb durchzuführen?“, N=18, Mehrfachnennungen möglich
Quelle: Darstellung complan auf Basis der Händlerbefragung, complan 09/2019

Auswertung Passantenbefragung

Ergänzend zur Befragung der Einzelhändler, die sich ausschließlich auf den Standort Altstadtzentrum bezogen hat, wurden an vier ausgewählten Einkaufsstandorten in Strausberg Passanten zu ihrem Einkaufverhalten, der Einkaufsmotivation sowie zur Einschätzung stadtentwicklungspolitisch wichtiger Aspekte des Strausberger Altstadtzentrums und der Gesamtstadt befragt. Die Auswahl der Befragungsstandorte wird dabei der besonderen Stadtstruktur gerecht, dem sich über 15 km erstreckenden Siedlungsgebietes mit verschiedenen Einzelhandelsstandorten.

Auf die Frage nach den besonderen Stärken der Einkaufsstadt Strausberg hatten die Passanten die Möglichkeit eine Antwort selbst zu formulieren. Die drei häufigsten Antworten[22] stellen sich wie folgt dar: Erreichbarkeit (50 Nennungen), das Handelscentrum (49) sowie die Angebotsvielfalt (42). Außerdem wurden eine angemessene Grundversorgung (23 Nennungen), die Altstadt / Große Straße (21) und kurze Wege (21) vergleichsweise oft als Stärken genannt. Es wird deutlich, dass nicht die Altstadt, sondern das Handelscentrum als *der* Einkaufsstandort wahrgenommen wird.

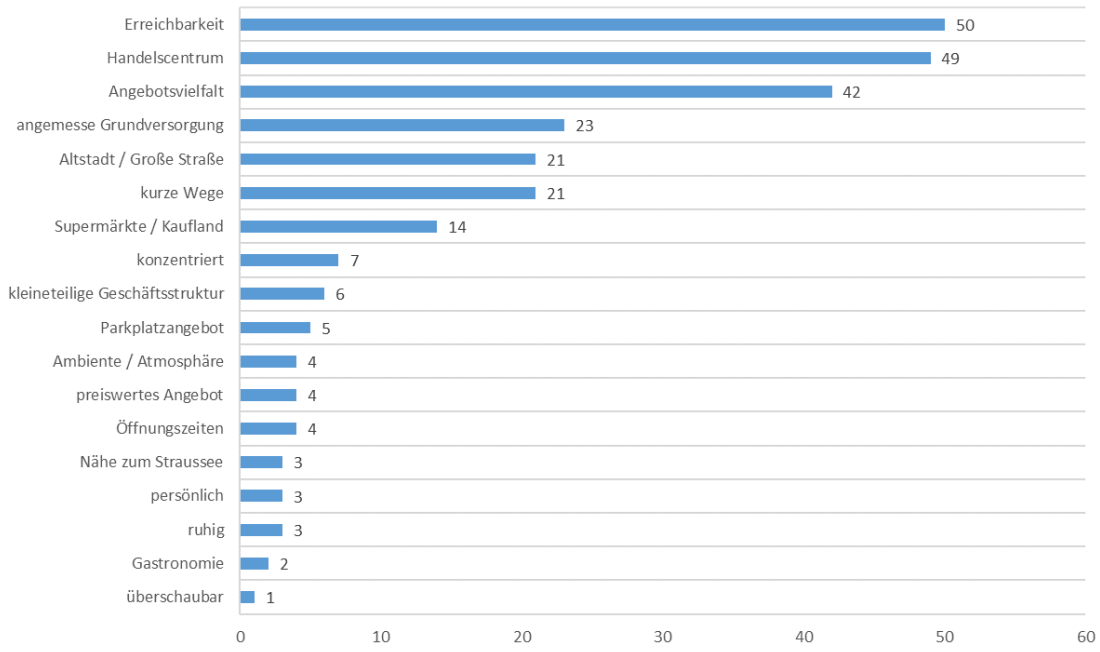


Abbildung 17: Passantenbefragung – Besondere Stärken der Einkaufsstadt Strausberg, N=124
Quelle: Darstellung complan auf Basis der Passantenbefragung, complan 09/2019

Mit Blick auf die Häufigkeit, mit der die Befragten am Standort der Befragung einkaufen, werden zwei Aspekte deutlich. Zum einen ist der Anteil der Personen die in der Altstadt täglich einkaufen mit rund einem Drittel deutlich höher als an den anderen Standorten (7-20%). Dieser Umstand deutet darauf hin, dass die Altstadt im Gegensatz zu den anderen Standorten über eine besondere Aufenthaltsqualität verfügt und eine gute fußläufige Erschließung und damit auch als täglicher Treffpunkt wahrgenommen wird. Ein typisches Merkmal des Einkaufsverhaltens in Stadtzentren ist, dass die Besucher eher öfter aber dafür weniger einkaufen. Für den Standort Nord

[22] Insgesamt 124 Antworten.

an der Prötzeler Chaussee ergab sich aus den Befragungsergebnissen die Aussage, dass hier weniger der Befragten (65%) mindestens einmal pro Woche einkaufen, während es an den anderen Standorten rd. 80% sind. Der Grund dafür könnte die deutlich geringere Sortiments- und Dienstleistungsvielfalt am Standort Nord sein im Vergleich zum Handelscentrum und zur Altstadt, was die Attraktivität für einen häufigeren Besuch mindert. Zudem liegt der Standort in peripherer Lage sowohl im Stadtgebiet als auch im Siedlungskorridor, so dass sich dieser Einkaufsstandort weniger gut in die alltäglichen Wege der Befragten integrieren lässt.

Ein Teil der Fragestellungen an die Passanten richtete sich auf die Bewertung verschiedener Aspekte des Altstadtzentrums. Die Frage nach dem Hauptgrund des Altstadtbesuchs wurde mehrheitlich mit Einkaufen beantwortet, aber auch Arbeit und Ausbildung stellen, insbesondere in den Altersgruppen bis 50 Jahre, wichtige Besuchsgründe dar. Bei den Aktivitäten, die die Passanten gern mit dem Altstadtbesuch verbinden, wurde vor allem das Aufsuchen von Einrichtungen der Verwaltung und im Bereich Gesundheit und Soziales genannt. Das Nutzen der Angebote im Bereich Freizeit, Kultur sowie Sport und Erholung wird von weniger Besuchern als ein ergänzender Grund für den Besuch der Altstadt benannt. Beachtenswert ist die insgesamt altersgruppenspezifische Gewichtung der Aktivitäten.

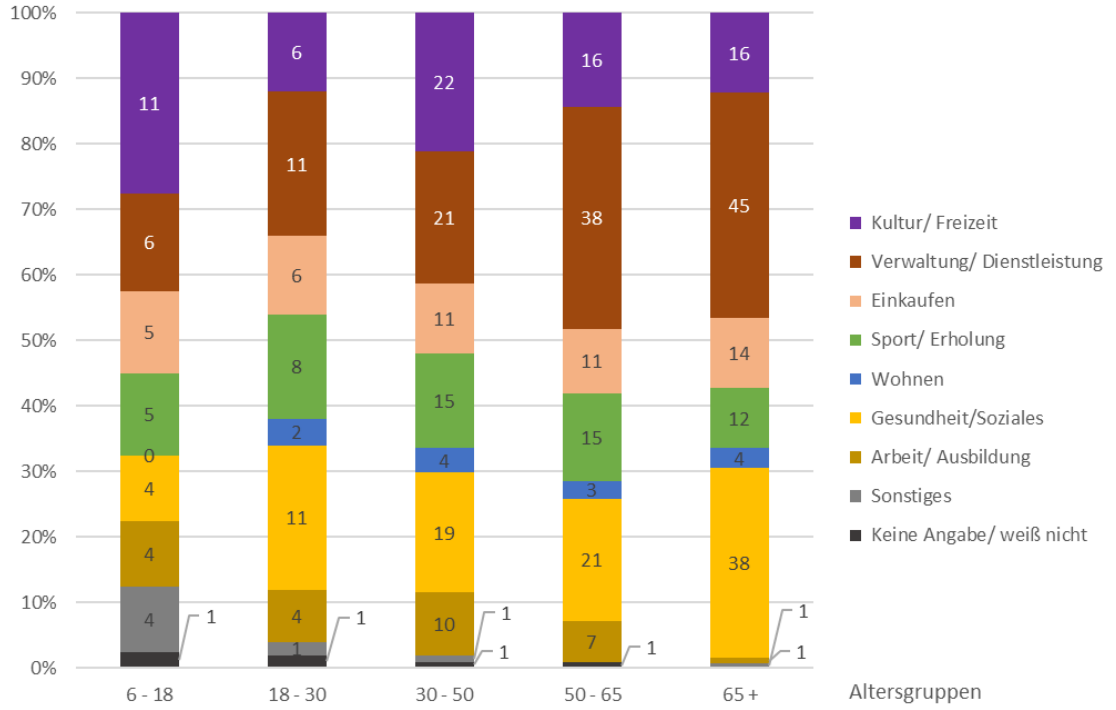


Abbildung 18: Passantenbefragung - „Mit welchen weiteren Aktivitäten verbinden Sie den Einkauf in der Innenstadt?“, N=269, Mehrfachnennungen möglich
Quelle: Darstellung complan auf Basis der Passantenbefragung, complan 09/2019

Um Hinweise auf die Frequentierung der Altstadt bzw. der Nutzungen zu erhalten, erfolgte die Abfrage der Häufigkeit der Altstadtbesuche an den vier Befragungsstandorten. Auffallend ist dabei, dass an den Standorten Vorstadt 40 %, Hegermühle 30 % und am Standort Nord rd. 20 % der Passanten äußern gar nicht in der Altstadt einzukaufen. Eine weitere Aussage ist, dass die Passanten, die in der Altstadt selbst befragt wurden, sich zu über 80 % mehr als einmal in der Woche in der Altstadt aufhalten. Am Standort Hegermühle geben im Gegensatz dazu rd. 65 % der Befragten an, eher weniger häufig die Altstadt zu besuchen (mindestens ein- bis mehrmals pro Monat).

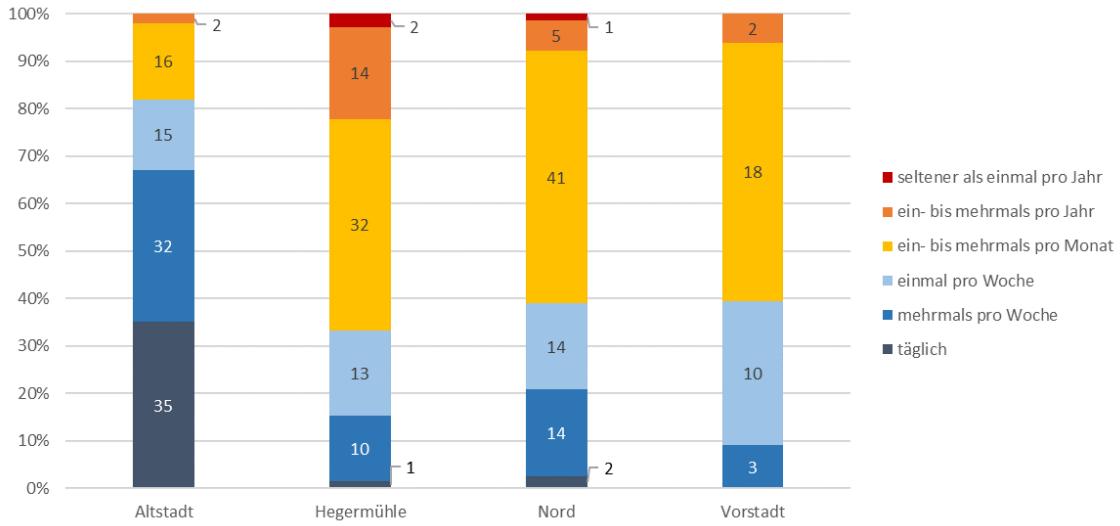


Abbildung 19: Passantenbefragung - „Wie oft kaufen Sie am Standort der Befragung ein?“
Quelle: Darstellung complan auf Basis der Passantenbefragung, complan 09/2019

Die Frage, ob Sortimente oder Artikel in der Altstadt vermisst werden, wurde von der Hälfte der Befragten bejaht. Dabei wurde vor allem Bekleidung (79x) genannt, die stattdessen insbesondere in Berlin, aber auch im Handelscentrum sowie über Webshops gekauft wird. Aber auch das Sortiment Elektro / Leuchten / Haushaltsgeräte (49x) wird in der Altstadt vermisst. Der Bedarf wird hier vor allem in Berlin und im Handelscentrum gedeckt. Relativ häufig wurden zudem die Sortimente Spielwaren / Basteln / Hobby / Musikinstrumente (22x) sowie Schuhe / Lederwaren (21x) genannt. Auch hier versorgen sich die Befragten in Berlin, im Handelscentrum oder im Internet. Die benannten Sortimente sind derzeit in der Altstadt als ein mittelstädtisches Stadtzentrum unterrepräsentiert. In der Warengruppe Bekleidung wird sich erfahrungsgemäß eine größere Sortimentsbreite und -tiefe gewünscht. Wichtige Magnetbetriebe fehlen aktuell in der Altstadt. Rund 30 % der Befragten vermissten keine Sortimente in der Altstadt.

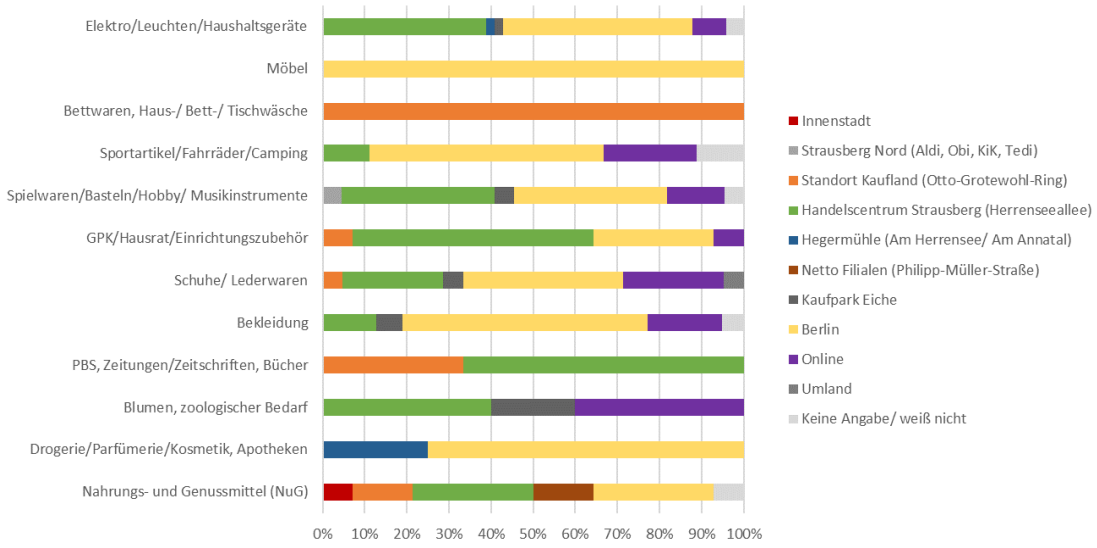


Abbildung 20: Passantenbefragung - „Gibt es Artikel oder Sortimente, die Sie beim Einkauf in der Innenstadt vermissen?“, Wenn ja, welche Sortimente vermissen Sie und wo kaufen Sie diese üblicherweise ein? Antwort Ja N=176, drei offene Antwortmöglichkeiten

Quelle: Darstellung complan auf Basis der Passantenbefragung, complan 09/2019

Dienstleistungen werden von lediglich einem Drittel der Befragten in der Altstadt vermisst. Um das fehlende Angebot zu konkretisieren, hatten die Befragten die Möglichkeit eigene Wünsche zu formulieren. Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass mit Ausnahme eines Schusters (15x) vor allem freizeitbezogene und gastronomische Einrichtungen wie ein Kino (22x), Restaurants (17x), Kulturangebote (14x), Veranstaltungsorte (10x) sowie Cafés (9x) in der Innenstadt vermisst werden. Auch unter den weniger oft benannten Wünschen finden sich vor allem gastronomische Angebote.

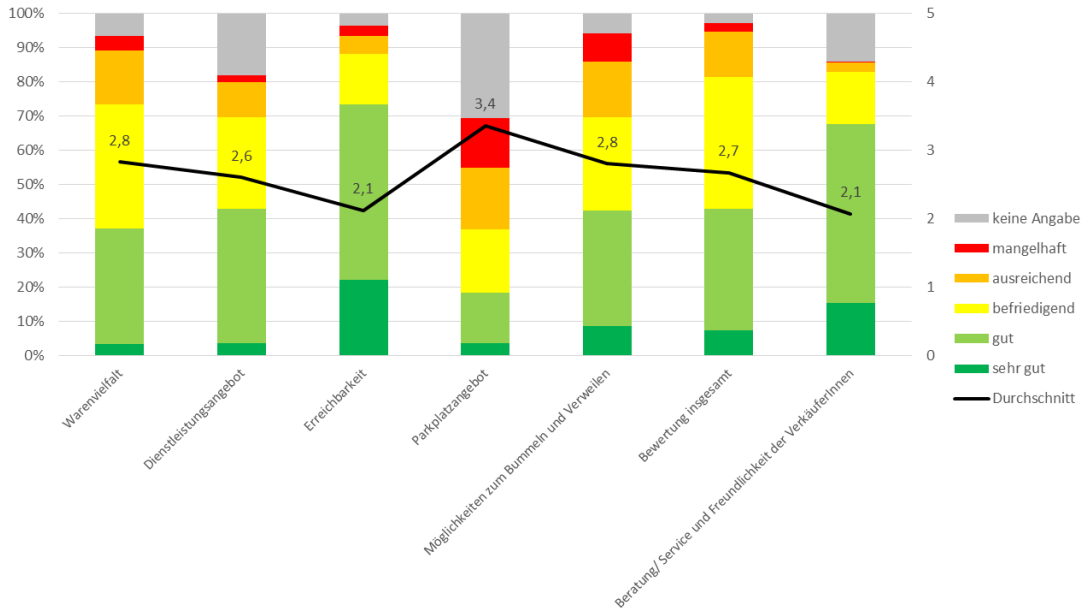


Abbildung 21: Passantenbefragung - „Wie bewerten Sie folgende Aspekte der Altstadt?“ N=359
Quelle: Darstellung complan auf Basis der Passantenbefragung, complan 09/2019

Insgesamt ist die Bewertung der Strausberger Altstadt aus Sicht der Passanten mit der Note Ø 2,7 auf einer Skala von 1 bis 5 als befriedigend zu bezeichnen und ist damit deutlich positiver als die Beurteilung der Händler. Für die einzelnen Aspekte zur Standortbewertung wurden von den Passanten Noten zwischen Ø 2,1 und Ø 3,4 vergeben. Am schlechtesten wurde – wie auch in der Händlerbefragung – mit Ø 3,4 der Aspekt Parkflächenangebot bewertet. Die besten Bewertungen gaben die befragten Passanten mit jeweils Ø 2,1 der Erreichbarkeit sowie dem Aspekt Beratung / Service und Freundlichkeit der Verkäufer. Alle anderen Aspekte erhielten Durchschnittsbewertungen zwischen 2,6 und 2,8. Interessant ist zudem die Auswertung der Antworten anhand der Altersgruppen, wobei ein Muster deutlich wird: je jünger die Befragten, umso besser wird die Warenvielfalt, das Dienstleistungsangebot, die Möglichkeiten zum Bummeln und Verweilen und der Gesamteindruck der Altstadt beurteilt.

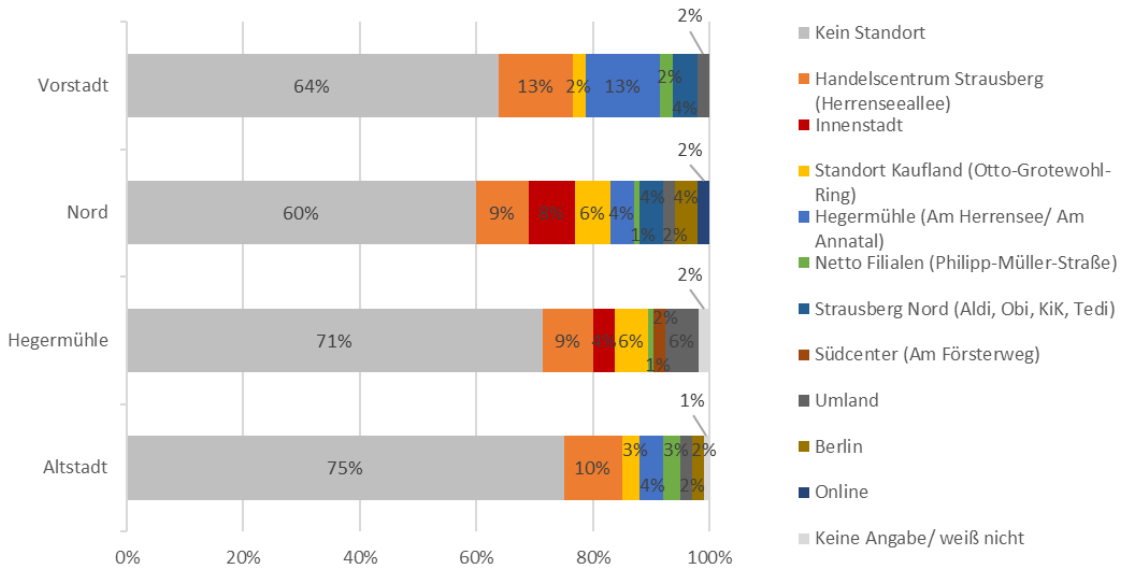


Abbildung 22: Passantenbefragung - „An welchen Einkaufsorten in Strausberg haben Sie heute neben dem Standort Strausberg Vorstadt schon eingekauft oder wollen dies noch tun?? “, N=349
Quelle: Darstellung complan auf Basis der Passantenbefragung, complan 09/2019

Auf die Frage an welchem Standort am Tag der Befragung bereits eingekauft wurde bzw. geplant ist dies zu tun sind zwei Aspekte auffällig. Zum einen, dass sich aus den Antwortoptionen keine eindeutigen Muster bzw. Präferenzen für bestimmte Kopplungskäufe erkennen lassen. Für alle Standorte ist allerdings eine Kopplung mit einem Einkauf im Handelscentrum festzustellen. Für die Standorte Altstadt (75%) und Hegermühle (71%) tritt deutlicher hervor, dass hier weniger der Befragten den Einkauf am Standort der Befragung mit dem Besuch eines anderen Einkaufs-standortes verbinden. Darüber hinaus ist auffällig, dass alle befragten Passanten am Standort Vorstadt ihren Einkauf dort nicht mit einem Besuch der Altstadt verbinden. Dies könnte in der besonderen Stadtstruktur und damit in der Entfernung zur Altstadt begründet sein. Bestätigung findet diese Aussage in der Analyse der Wohnstandorte der Befragten. Rd. 80 % der Befragten am Standort Vorstadt wohnen auch dort.

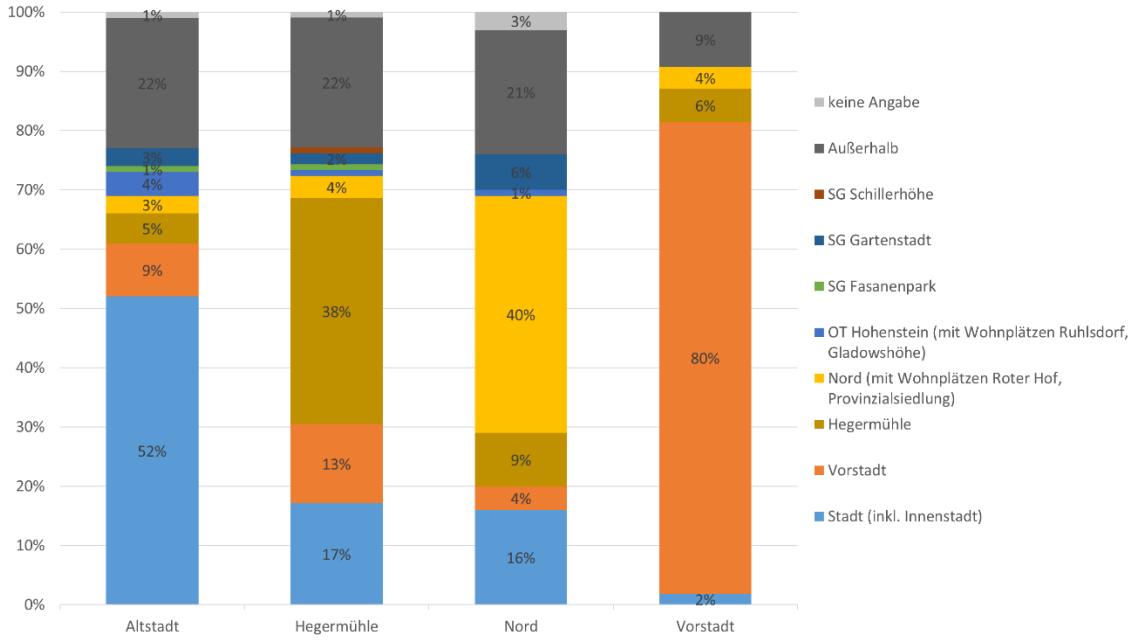


Abbildung 23: Passantenbefragung – Wohnorte der Befragten, N=359
Quelle: Darstellung complan auf Basis der Passantenbefragung, complan 09/2019

4.7 Nahversorgungsanalyse

Aufgrund der hohen Bedeutung der Nahversorgungsangebote für das tägliche Versorgungsverhalten der Bürger, wird die Nahversorgungsstruktur von Strausberg im Folgenden vertieft analysiert. Im Blickpunkt steht hierbei, ob und inwieweit die Nahversorgung **quantitativ**, **qualitativ** und **räumlich** gewährleistet wird. Zu den Trends im Bereich der Nahversorgung sei auf Kapitel 4.1 verwiesen.

Qualitative und quantitative Nahversorgungssituation in Strausberg

Strausberg weist insgesamt eine Verkaufsfläche von rd. 14.100 m² in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. von rd. 2.900 m² in der Warengruppe Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken[23] auf, was einer Verkaufsfläche von rd. 0,52 m² je Einwohner (Nahrungs- und Genussmittel) bzw. rd. 0,11 m² je Einwohner (Drogeriewaren) entspricht. Mit diesem quantitativen Ausstattungsniveau liegt die Stadt Strausberg im Bereich Nahrungs- und Genussmittel deutlich über dem Bundesdurchschnitt von 0,41 m² je Einwohner[24] und im Bereich der Drogeriewaren auch leicht über dem Niveau des Bundesdurchschnitts von rd. 0,08 m² je Einwohner[25].

Die Zentralitäten von rd. 1,06 im Bereich Nahrungs- und Genussmittel und rd. 1,51 im Bereich Drogeriewaren zeigen, dass die lokale Kaufkraft in beiden Warengruppen vollständig im eigenen Stadtgebiet gebunden werden kann und v.a. in der Warengruppe Drogeriewaren deutliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland zu verzeichnen sind. Tabelle 6 fasst die relevanten Rahmenbedingungen zusammen und schließt mit einer Bewertung der quantitativen und qualitativen Nahversorgungssituation in Form einer Ampel.

[23] Die Warengruppe wird in diesem Kapitel aufgrund der Lesbarkeit im Folgenden mit Drogeriewaren abgekürzt.

[24] Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis EHI Retail Institute; Verkaufsflächen strukturprägender Anbieter (VKF > 400 m²); inkl. Non-Food-Flächen; ohne reine Getränkemärkte.

[25] Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis laufender Erhebungen.

Ausstattungsmerkmal	Nahrungs- und Genussmittel	Drogeriewaren
Einwohner (inkl. Entwicklung bis 2024)	27.041 (+0,3 %)	
Sortimentsspezifische Verkaufsfläche in m²	14.100	2.900
Verkaufsflächenausstattung in m² je Einwohner	0,52	0,11
Sortimentsspezifische Zentralität	1,06	1,51
Verkaufsfläche nach Lagebereich	84 % ZVB / 16% siL / 0 % niL	95 % ZVB / 5 % siL / 0 % niL
Betriebstypenmix	2x Verbrauchermarkt/ SB-Warenhaus 2x Lebensmittelsupermarkt 7x Lebensmitteldiscounter 1x sonstige Lebensmittelmärkte	2x Drogeriefachmarkt 11x sonstige Drogeriewaren
Quantitative Nahversorgungssituation		
Qualitative Nahversorgungssituation		

Tabelle 6: Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in Strausberg
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 09/2019; Einwohner: Stadt Strausberg (Stand: 08/2019)

Insgesamt sind im Stadtgebiet zwölf strukturprägende Lebensmittelmärkte (VKF > 400 m²) vorhanden. Davon sind zwei Betriebe Lebensmittelsupermärkte, sieben Betriebe Lebensmitteldiscounter, bei zwei weiteren Betrieben handelt es sich um Verbrauchermärkte/SB-Warenhäuser. Ergänzt wird das Angebot an strukturprägenden Märkten durch einen sonstigen Lebensmittelmarkt. Bedingt durch die vorhandenen Anbieter ist das Angebot an Nahrungs- und Genussmitteln in Strausberg hinsichtlich des Betriebstypenmixes als eher unausgewogen zu bewerten. So ist in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel eine Angebotsprägung durch entsprechende discountorientierte Betriebskonzepte festzustellen. Diese discountorientierte Prägung stellt jedoch gleichzeitig eine homogene Entwicklung mit den weiteren Kommunen im Bundesland Brandenburg dar. Dies wird auch durch die Verkaufsflächenrelation (siehe dazu Abbildung 25) und die Verkaufsflächenausstattung nach Betriebstyp deutlich.

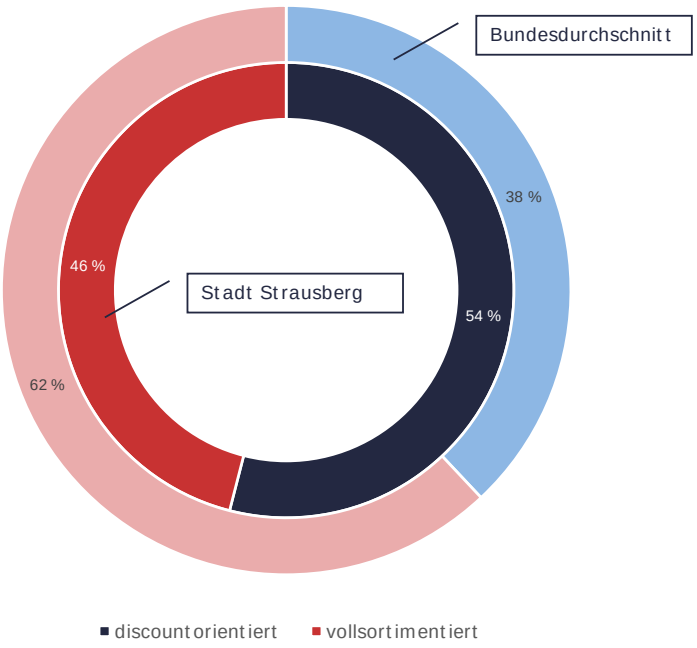


Abbildung 24: *Verkaufsflächenanteile im Lebensmittelhandel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt*
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 09/2019; EHI Retail Institute; Verkaufsfläche inkl. Non-Food-Flächen; innerer Ring: Stadt Strausberg; äußerer Ring: Bundesdurchschnitt

Die Verkaufsflächenausstattung mit rd. 0,21 m² je Einwohner für Lebensmitteldiscounter liegt über dem bundesdeutschen Durchschnitt von 0,16 m² je Einwohner. Vergleichsweise liegt die Ausstattung für Lebensmittelvollsortimenter mit rd. 0,19 m² je Einwohner unter dem bundesdeutschen Durchschnitt (siehe nachfolgende Abbildung).

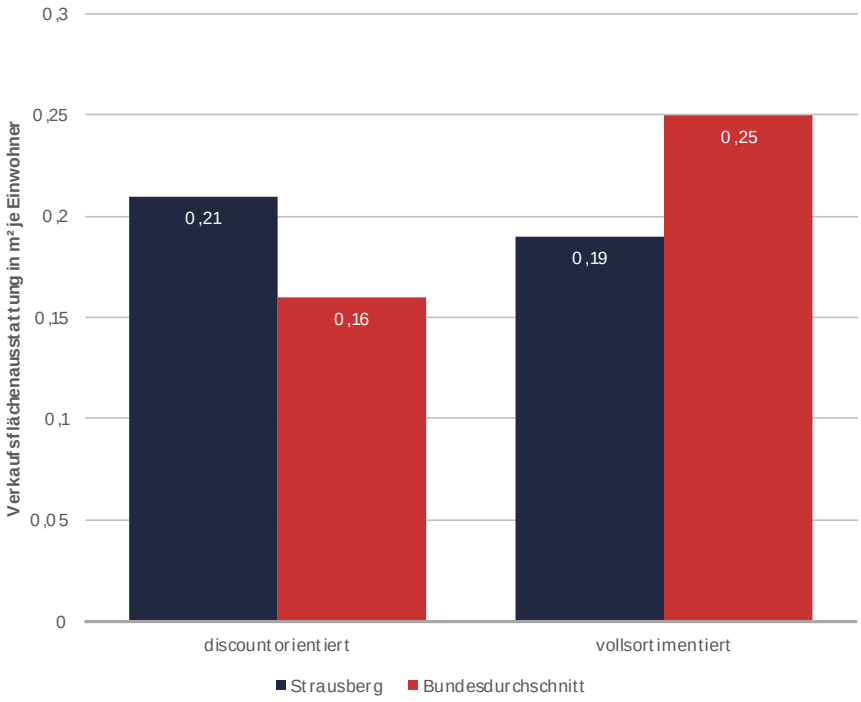


Abbildung 25: Verkaufsflächenausstattung im Lebensmittelhandel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Bestandserhebung 09/2019; EHI Retail Institute; Verkaufsfläche inkl. Non-Food-Flächen

Die Versorgung im Sortimentsbereich Drogeriewaren wird neben den oben genannten Lebensmittelmärkten (hier jedoch nur als Randsortiment) durch einen Drogeriemarkt in der Altstadt und einem weiteren Markt im Stadtteilzentrum Hegermühle sichergestellt. Darüber hinaus ist ein Drogeriefachmarkt im Zuge des Wiederaufbaus des Handelscentrums vorgesehen. Bei 11 weiteren Betrieben mit einem entsprechenden Hauptsortiment handelt es sich um Apotheken. Die Verkaufsflächenrelation und die Verkaufsflächenausstattung resultiert hier direkt aus den in Strausberg vorhandenen Anbietern im Sortimentsbereich Drogeriewaren.

Die quantitative Nahversorgungssituation der Stadt Strausberg ist insbesondere aus den oben genannten Gründen als **gut** zu bezeichnen. Die qualitative Nahversorgungssituation bietet hingegen ein leichtes **Optimierungspotenzial** hinsichtlich des aktuellen Betriebstypenmix.

Räumliche Nahversorgungsfunktion in Strausberg

Um die Versorgungsqualität und die **räumliche Erreichbarkeit** der Angebote zu verdeutlichen wird eine Gehzeit von rd. 10 min als Qualitätskriterium der fußläufigen, wohnungsnahen Versorgung angenommen[26]. Um möglichen topografischen Gegebenheiten und der individuellen Mobilität Rechnung zu tragen, wird dieser Nahbereich nicht nur für rd. 10 Gehminuten, sondern auch für rd. 8 und rd. 12 Gehminuten dargestellt (siehe Abbildung 26). Damit soll ferner verdeutlicht werden, dass die Nahversorgungsfunktion von Lebensmittelmärkten nicht schlagartig hinter einer „roten Linie“ endet, sondern die Qualität der fußläufigen Nahversorgung mit zunehmender Entfernung zum nächsten Lebensmittelmarkt sukzessive abnimmt. In Siedlungsgebieten jenseits der dargestellten Nahbereiche ist somit die räumliche Nahversorgungssituation als nicht optimal zu bezeichnen.

Die nachfolgende Abbildung gibt einen Überblick über das Grundgerüst der derzeitigen Nahversorgungsstruktur in Strausberg. Die Abbildung verdeutlicht, dass ein Angebot an strukturprägenden Lebensmittelmärkten über das in Nord-Süd-Richtung ausgedehnte Stadtgebiet besteht. Damit ist eine überwiegend fußläufige Erreichbarkeit, teilweise sogar über mehrere Versorger, gegeben.

[26] Auf Grundlage einer durchschnittlichen Fußgängergeschwindigkeit von 5 km/h.

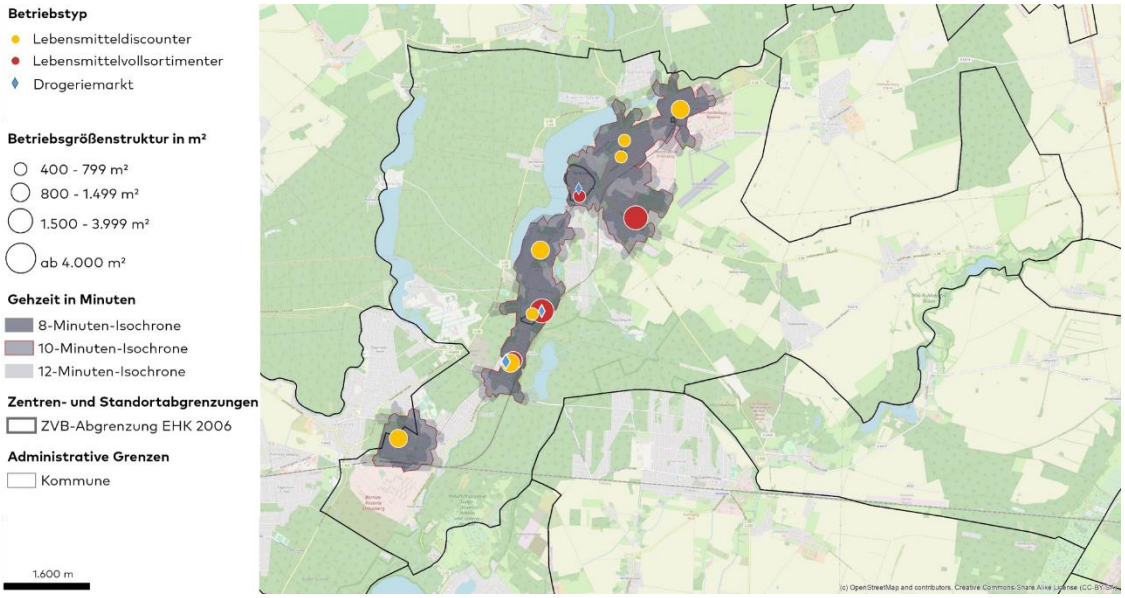


Abbildung 26: Räumliche Nahversorgungssituation in Strausberg

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Betriebe/Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 09/2019; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

4.8 Zwischenfazit

Hinsichtlich der Analyse der gesamtstädtischen und städtebaulichen Rahmenbedingungen sind folgende wesentliche Erkenntnisse festzuhalten, die im weiteren Verlauf als Grundlage für die Ableitung von konzeptionellen Handlungsansätzen zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Strausberg dienen.

Siedlungsräumliche Rahmenbedingungen

- Die Stadt Strausberg übernimmt als **Mittelzentrum** die Versorgungsfunktion für 27.110 Einwohner im eigenen Stadtgebiet.
- Das Stadtgebiet von Strausberg weist eine ausgedehnte längliche Struktur in Nord-Süd-Richtung über rd. 10 km auf.
- Zudem ist Strausberg von weiteren Mittel- und Oberzentren umgeben. Das nächste Oberzentrum ist die Hauptstadt Berlin, welche in rd. 30 Min. Pkw-Fahrtzeit zu erreichen ist. Dazwischen befindet sich das Mittelzentrum in Funktionsteilung der Gemeinden Neuenhagen und Hoppegarten.

Gesamtstädtische Nachfragesituation

- Die wirtschaftliche Entwicklung in Strausberg ist hinsichtlich der sozioökonomischen Rahmendaten sowie der Angaben zur Bevölkerungsentwicklung als durchschnittlich zu bezeichnen.
- Dies wird durch die einzelhandelsrelevante **Kaufkraftkennziffer von rd. 93** bestätigt, die sowohl unter dem Durchschnitt von Brandenburg (rd. 95) als auch unter dem Bundesdurchschnitt von 100 liegt.
- Auch die Nachbarkommunen im direkten Umfeld verfügen über ein eher unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau.

Gesamtstädtische Angebotssituation

- Die Verkaufsflächenausstattung liegt mit rd. 1,77 m² je Einwohner **über dem Bundesdurchschnitt** von rd. 1,50 m² je Einwohner, was auf eine Versorgungsfunktion des Mittelzentrums Strausberg für sein Umland hindeutet.
- Die Einzelhandelsbetriebe in Strausberg sind **nahezu alle städtebaulich integriert**. Davon sind rd. 12 % der Verkaufsfläche im Innenstadtzentrum, rd. 54 % in Stadtteilzentren und rd. 34 % in sonstigen städtebaulich integrierten Lagen verortet.
- Das Einzelhandelsangebot in Strausberg ist insgesamt hinsichtlich der Anzahl der Betriebe und der gesamtstädtischen Verkaufsfläche als **leicht unterdurchschnittlich** für ein Mittelzentrum zu bewerten. Insbesondere gilt dies für die recht geringe Ausstattung des ZVB Altstadtzentrum.
- Dies wird durch die für ein Mittelzentrum **eher geringe Einzelhandelszentralität** von rd. 0,90 bestätigt, die jedoch je nach Warengruppe sehr differenziert ausfällt.
- In den Warengruppen des kurzfristigen Bedarfsbereichs, mit Ausnahme der Warengruppe PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher, werden Zentralitäten deutlich über 1,00 erreicht sodass **im Saldo deutliche Kaufkraftzuflüsse** festzustellen sind.
- Im mittelfristigen Bedarfsbereich ist mit einer rechnerisch durchschnittlichen Einzelhandelszentralität von rd. 1,03 **eine moderate Kaufkraft** festzustellen. In den Warengruppen Baumarktsortiment i. e. S. sowie GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör weist Strausberg deutlich überdurchschnittliche Zentralitäten, bezogen auf den Durchschnittswert von 100, auf. In den Leitsortimenten des mittelfristigen Bedarfsbereichs wie Bekleidung und Schuhe/Lederwaren sind auch **deutliche Kaufkraftzuflüsse** zu verzeichnen, wohingegen das Warensortiment Sportartikel/Fahrräder/Camping **deutliche Kaufkraftabflüsse** aufweist
- Im langfristigen Bedarfsbereich sind mit einer Einzelhandelszentralität von rd. 0,36 hingegen **deutliche Kaufkraftabflüsse** zu verzeichnen, die v.a. durch die niedrigen Zentralitäten der Warengruppen Neue Medien/Unterhaltungselektronik[27], Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz sowie Möbel bedingt sind.

ZVB Altstadtzentrum Strausberg

- Das Altstadtzentrum hat ein **geringes gesamtstädtisches Standortgewicht** mit 35 % der gesamtstädtischen Betriebe (54) und insbesondere aufgrund der geringen Verkaufsflächenausstattung mit 12 % der Gesamtverkaufsfläche (rd. 5.800 m²).
- Es sind nicht alle Warengruppen in der Altstadt vertreten.
- Der **Sortimentsschwerpunkt** liegt mit 48 % Verkaufsfläche im **mittelfristigen Bedarfsbereich**. Der kurzfristige Bedarfsbereich ist mit 37 % besetzt, hierbei mit 29 % im Bereich Nahrungs- und Genussmittel.
- Die **Betriebsgrößenstruktur ist kleinteilig**. 68 % der Einzelhandelsbetriebe haben Verkaufsflächen unter 100 m².
- Der **Betriebstypenmix ist als einseitig** zu beurteilen.
- Kein Einzelhandelsbetrieb wird der Funktion eines Magnetbetriebes gerecht.

[27] teilweise bedingt durch den Brand eines Elektrofachmarktes im Handelscentrum Strausberg.

- Insgesamt stehen 14 Ladengeschäfte leer (Quote von 21 %), wobei eine **deutliche Leerstandskonzentration im nördlichen Bereich der Hauptgeschäftsstraße** und damit Trading-Down Tendenzen festzustellen sind.
- Das Altstadtzentrum und das nähere Umfeld weisen eine **attraktive Funktionsvielfalt** auf. Wichtige frequenzbringende Nutzungen (z.B. Einrichtungen im Gesundheits- und Kosmetikbereich, Versicherungen, Banken, Bibliothek) ergänzen das Einzelhandelsangebot und sorgen zusätzlich für die Belebung des Stadtzentrums.
- Durch die Umsetzung umfangreicher Sanierungsmaßnahmen **erfolgte** eine **städtebauliche Aufwertung** der Altstadt.
- **Handlungsbedarf** besteht in der **Sicherung und auch Weiterentwicklung der Bestandsstruktur in der Altstadt** (Branchenmix, Erlebnis-/ Aufenthaltscharakter) aufgrund der innerstädtischen sowie überregionalen Konkurrenzstandorte und des Online-Handels sowie im **Ausbau der Funktionsvielfalt** mit Angeboten in bisher unterrepräsentierten Bereichen (Kultur, Freizeit, Tourismus, Soziales (Treffpunkte)).

Nahversorgungssituation

- Die quantitative Nahversorgungssituation ist in der Stadt Strausberg mit einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 0,52 m² je Einwohner im Bereich Nahrungs- und Genussmittel und rd. 0,11 m² im Bereich Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken als **überdurchschnittlich** zu bezeichnen.
- Die qualitative Nahversorgungssituation ist hinsichtlich der Vielfalt der Betriebsstrukturen (u.a. SB-Warenhaus, Verbrauchermarkt, Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Getränkemärkte, Drogeriefachmärkte) aufgrund des hohen Anteils an discountorientierten Angeboten als **eher unausgewogen** zu bewerten.
- Hinsichtlich der räumlichen Nahversorgungssituation ist die gegebene Ausstattung in Strausberg als **gut** zu bezeichnen. Ein Angebot an strukturprägenden Lebensmittelmärkten besteht über das gesamte in Nord-Süd-Richtung ausgedehnte Stadtgebiet, sodass eine überwiegend fußläufige Erreichbarkeit gegeben ist, in Teilen sogar über mehrere Versorger. Dennoch gibt es in Strausberg Bereiche, welche keine optimale fußläufige Erreichbarkeit zu strukturprägenden Lebensmittelanbietern aufweisen, wie beispielsweise der Siedlungsbereich östlich des Lebensmitteldiscounters LIDL (Berliner Straße).

Handlungsbedarf ergibt sich darüber hinaus für die Sicherung der vorhandenen Einzelhandelsstrukturen in den zentralen Versorgungsbereich in Strausberg auf der einen Seite und dem Erhalt und der Stärkung der Innenstadt als soziale, wirtschaftliche und kulturelle Mitte der Stadt auf der anderen Seite. Der Einzelhandel kann als wesentlicher (jedoch nicht einziger) Frequenzbringer durch eine konsequente und zielführende bauleitplanerische Steuerung seinen Beitrag dazu leisten. Der Anspruch an eine entsprechende konzeptionelle Grundlage steigt dabei weiter. Insbesondere vor dem Hintergrund fortschreitender Konzentrations- und Filialisierungsprozesse, der Nachfolgeproblematik im inhabergeführten Einzelhandel, dem Online-Handel und geänderten Konsumverhaltensmustern werden folgende spezifische Handlungsbedarfe für die Stadt Strausberg identifiziert:

- Sicherung und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere des ZVB Altstadtzentrum als höchstrangiges, identitätsstiftendes Zentrum der Stadt.
- Sicherung und Stärkung der Einzelhandelszentralität sowie des Erhalts der mittelzentralen Versorgungsfunktion für die Stadt Strausberg, insbesondere vor dem Hintergrund des wachsenden Online-Handels sowie des Wettbewerbsumfeldes durch benachbarte Mittel- und Oberzentren.
- differenzierter Umgang mit dem Nebenzentrum Handelscentrum aufgrund rechtlicher Rahmenvorgaben in Bezug auf den LEP Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg.

5 | Leitlinien für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung

Bevor aufbauend auf die Markt- und Standortanalyse konkrete Instrumente zur konzeptionellen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung vorgestellt werden können, sind zunächst der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen und die daraus resultierenden übergeordneten Entwicklungszielstellungen für Strausberg zu erarbeiten.

5.1 Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen

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

Vorbemerkung zum ermittelten Entwicklungsrahmen

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

- Insbesondere im Zusammenhang mit dem aktuellen Urteil des EuGHs in der Sache Visser/Appingedam soll der hier aufgezeigte Entwicklungsrahmen **keinen abschließenden städtebaulichen Begründungszusammenhang** liefern, sondern eine erste Einschätzung bzgl. der Auswirkungsintensität neuer Entwicklungen. Diese sind sodann zwingend hinsichtlich ihrer jeweiligen städtebaulichen Wirkungen im Einzelfall zu untersuchen.
- Der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen kann und soll somit grundsätzlich **keine „Grenze der Entwicklung“** (etwa als oberer Grenzwert) darstellen. Er ist vielmehr eine von mehreren Abwägungsgrundlagen zur künftigen städtebaulich begründeten Steuerung des Einzelhandels.
- Auch Vorhaben, die den absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen **überschreiten**, können im Einzelfall zur gewünschten Attraktivitätssteigerung des Einzelhandelsangebotes beitragen, sofern sie mit den übergeordneten Entwicklungszielstellungen sowie den Zielen und Leitsätzen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklungen in Strausberg korrespondieren. Dies kann der Fall sein, wenn eine Ansiedlung an einem stadtentwicklungspolitisch gewünschten und konzeptionell konformen Standort (z. B. Altstadtzentrum) erfolgen soll.
- 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 verhältnismäßig hohe **Umsatzumverteilungseffekte** im Einzelfall gefährden.
- Dies impliziert, dass der hier beschriebene absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen im engen Kontext mit den übergeordneten Entwicklungszielstellungen und dem Zentren- und Standortkonzept zu sehen ist. Erst im Kontext des **räumlich gefassten Entwicklungsleitbildes** kann der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen zur Verfolgung stadtentwicklungspolitischer Ziele eingesetzt werden.

Für spezialisierte oder neuartige Anbieter sind darüber hinaus Entwicklungsspielräume auch oberhalb der hier dargestellten Angaben in den jeweiligen Warengruppen grundsätzlich denkbar, da sie in der aktuellen Analyse noch keine Berücksichtigung finden können. Ebenso können Betriebsverlagerungen innerhalb der Stadt Strausberg gesondert beurteilt werden, weil sie sich gegenüber möglichen Neuansiedlungen größtenteils neutral verhalten, solange mit der Verlagerung keine Betriebserweiterung verbunden ist.

Methodik und Berechnung

Grundsätzlich ist anzumerken, dass für eine zuverlässige Entwicklungsprognose die vergangenen, gegenwärtigen und prognostizierten angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen sowie die versorgungsstrukturellen und stadtentwicklungspolitischen Zielgrößen einbezogen werden. Aufbauend auf der gegenwärtigen Situation von Angebot und Nachfrage in Strausberg werden der Berechnung die nachfolgenden Parameter zugrunde gelegt.

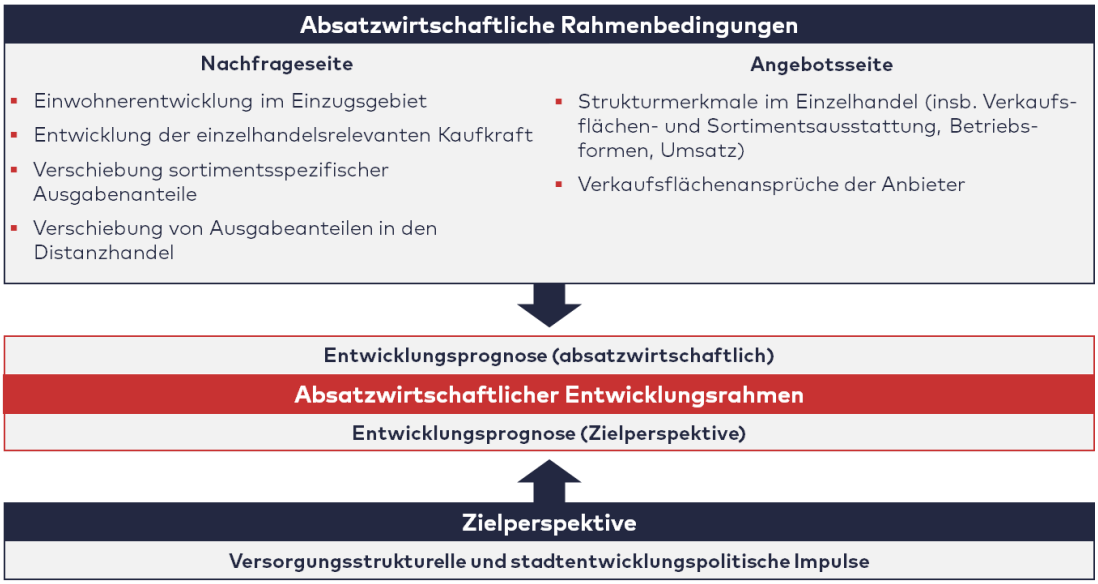


Abbildung 27: Ermittlungsmethodik des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens
Quelle: Darstellung Stadt + Handel

Neben der Entwicklung angebots- und nachfrageseitiger Rahmenbedingungen ist der Versorgungsauftrag einer Kommune bei der Definition möglicher Entwicklungsimpulse von Bedeutung. Der anzustrebende Versorgungsgrad einer Kommune korrespondiert mit ihrer seitens der Landes- und Regionalplanung angestrebten zentralörtlichen Aufgabenzuweisung. Dies ist in der Rechtsprechung und Literatur grundsätzlich anerkannt. So soll Strausberg als Mittelzentrum z. B. breit gefächerte Einzelhandelsangebote auch für den zugeordneten Mittelbereich im aperiodischen Bedarfsbereich vorhalten. Grundzentren hingegen kommt die wohnstandortnahe Versorgung mit dem qualifizierten Grundbedarf zu. Dieser planerisch und rechtlich zugebilligte Versorgungsauftrag wird hier als so genannte Zielperspektive aufgegriffen.

Im Folgenden werden die Eingangsgrößen für die Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens für das Prognosejahr 2024 einzeln erläutert.

Einwohnerentwicklung im Einzugsgebiet

Zur Untersuchung der zukünftigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Strausberg werden Prognosedaten des Landesamts für Bauen und Verkehr zugrunde gelegt[28]. Die Bevölkerungsprognose berücksichtigt einen leichten Bevölkerungsanstieg um rd. +0,3 % bis zum Prognosejahr 2024.

Aus der künftigen Bevölkerungsentwicklung sind in Abhängigkeit vom jeweiligen Szenario unterschiedliche Impulse zu erwarten.

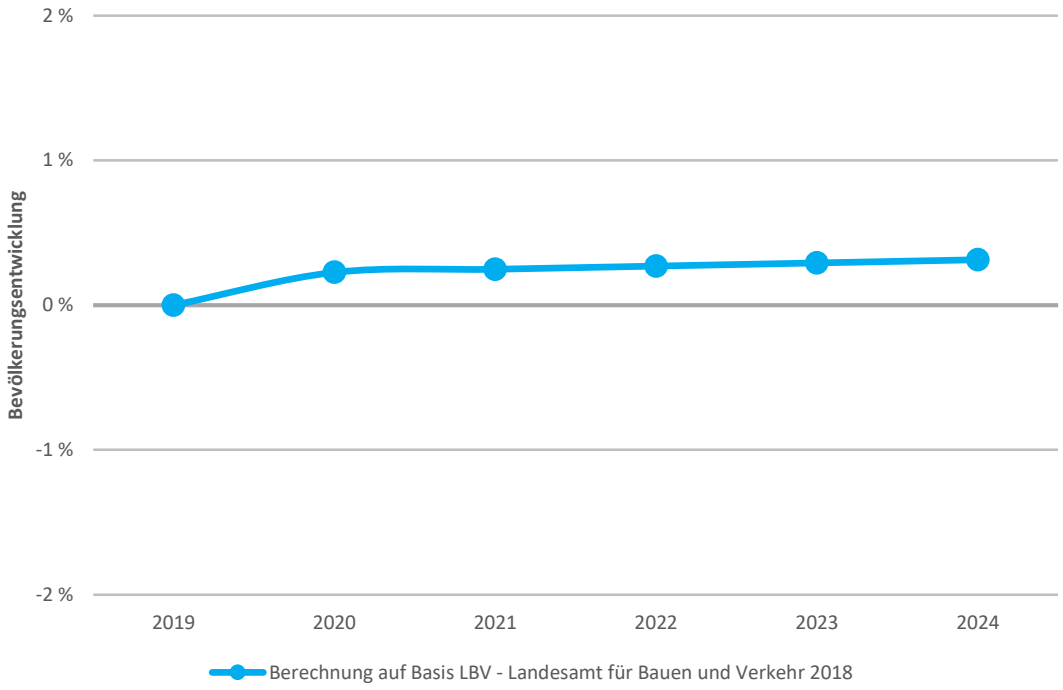


Abbildung 28: Einwohnerprognose in Strausberg
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Einwohnerprognose: siehe Legende.

Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Deutschland

Der Nettoumsatz im Einzelhandel stagnierte zwischen den Jahren 2000 und 2010 bei knapp über 400 Mrd. Euro pro Jahr. Seit etwa 2010 ist ein spürbarer Anstieg der einzelhandelsbezogenen Ausgaben festzustellen, sodass diese im Jahr 2017 bei rd. 512,8 Mrd. Euro liegen. Dies entspricht einem Wachstum von rd. 15 % in den letzten fünf Jahren[29]. Im Gegensatz dazu sind die allgemeinen Konsumausgaben in den letzten fünf Jahren lediglich um rd. 12 % gestiegen. Der Einzelhandelsanteil an den privaten Konsumausgaben liegt nach deutlichen Rückgängen in den 2000er Jahren seit 2010 insgesamt relativ stabil bei rd. 31 %. Der spürbar gestiegene Einzelhandelsumsatz ist u. a. auf eine höhere Ausgabebereitschaft bei Lebensmitteln, hohen Umsatzsteigerungen im Online-Handel und auf das insgesamt positive Konsumklima der letzten Jahre zurückzuführen. Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass der Nettoumsatz im Einzelhandel sowohl den stationären als auch den Online-Einzelhandelsumsatz beschreibt. Die Online-Ausgaben haben sich im gleichen Zeitraum deutlich erhöht (s. u.).

[28] Die reale Bevölkerungsentwicklung kann in Abhängigkeit von den Wohnbauentwicklungen in der Stadt Strausberg positiv davon abweichen.

[29] 5-Jahres-Zeitraum von 2012-2017.

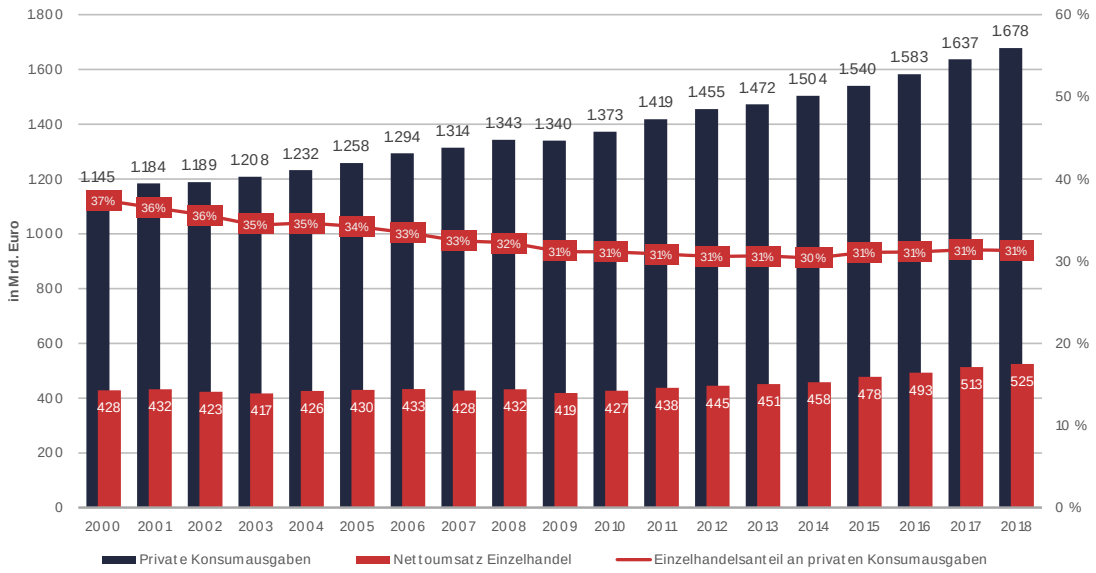


Abbildung 29: Entwicklung der privaten Konsumausgaben in Deutschland
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

In der Summe ist somit eine moderate Steigerung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben zu verzeichnen. Ob dieser Trend für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden kann, ist angesichts aktueller Unsicherheiten in der Entwicklung des stationären Einzelhandels nicht präzise vorherzusagen. Für die Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens wird daher für die nächsten Jahre eine insgesamt stagnierende Entwicklung der stationär relevanten Kaufkraft mit sortimentsspezifischen Unterschieden angenommen. Für einzelne Sortimente ergeben sich allerdings deutliche Unterschiede: ährend die stationär relevante Kaufkraft im Bereich Nahrungs- und Genussmittel z. B. in den nächsten Jahren aufgrund der nur moderat zu erwartenden Steigerung des Online-Anteils, der Preisentwicklung sowie dem veränderten Konsumverhalten weiter deutlich ansteigt, ist insbesondere bei innenstadtaffinen Sortimenten (z. B. Bekleidung, Unterhaltungselektronik) von einem weiteren Rückgang der stationär relevanten Kaufkraft (insb. aufgrund des weiter zunehmenden Online-Anteils) auszugehen.

Entwicklung des Online-Handels

Eine besondere Herausforderung für den stationären Einzelhandel stellt der Online-Handel dar, dessen Bedeutung in Deutschland im Verlauf der letzten Jahre stetig angewachsen ist. So wird für das Jahr 2019 im Online-Segment ein Einzelhandelsumsatz von rd. 57,8 Mio. Euro (rd. 10,8 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes) prognostiziert[30].

[30] Ein Einzelhandelsumsatz im Online-Segment für das Jahr 2020 liegt aktuell noch nicht vor, allerdings kann auch hier, wie in den vergangenen Jahren, mit einem weiteren Anstieg gerechnet werden.

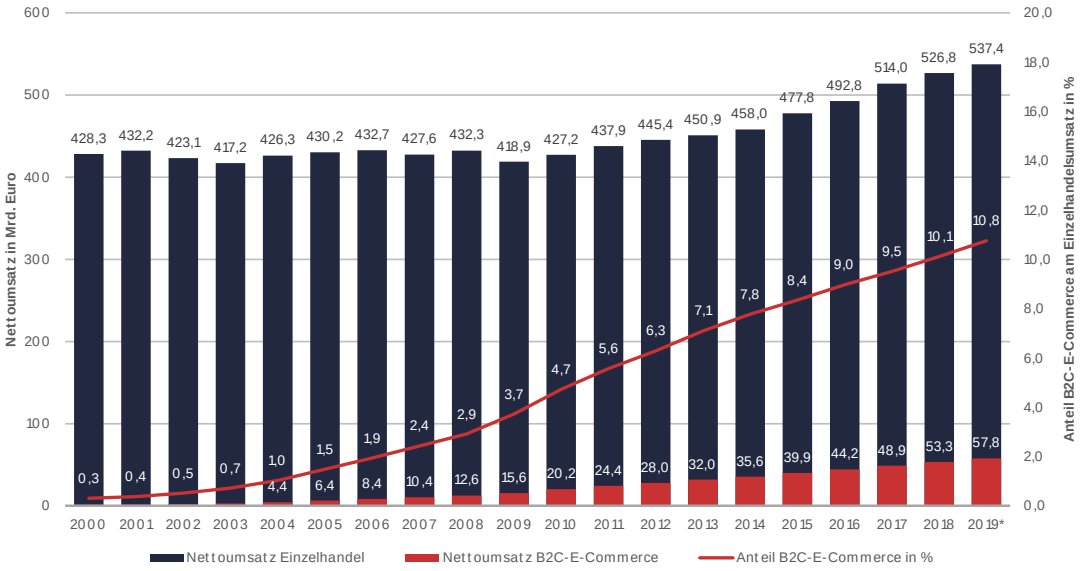


Abbildung 30: Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); * Prognose.

Der Anteil ist sortimentsspezifisch allerdings deutlich unterschiedlich ausgeprägt. Insbesondere in den Warengruppen Papier/Büro/Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher, Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte sowie Neue Medien/Unterhaltungselektronik nimmt der Online-Anteil am Gesamtumsatz im Einzelhandel stetig zu. Damit sind vor allem zentrenrelevante Sortimente und im besonderen Maße innerstädtische Leitsortimente betroffen.

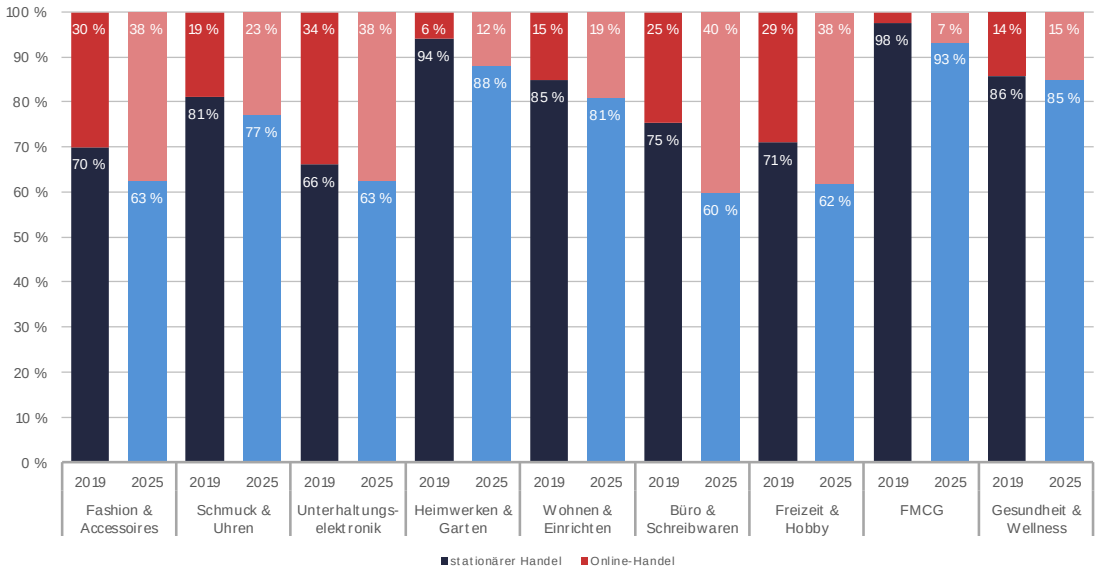


Abbildung 31: Anteil B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland 2016 und 2025 (Prognose)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Handelsverband Deutschland (HDE), IFH Retail Consultants GmbH 2019, BBSR 2017; Prognose: BBE/elaboratum; FCMG = Fast Moving Consumer Goods (insb. Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren).

Ob oder in welchem Maße dieser Trend für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden kann, ist derzeit allerdings nicht präzise vorherzusagen. Aktuell vorliegende Prognosen gehen davon aus, dass der Online-Anteil im Jahr 2025 je nach Sortiment zwischen rd. 7 % und rd. 40 % liegen wird.

Weitere Strukturmerkmale im Einzelhandel

Die Anforderungen an den Standort entwickeln sich aus dem Trend hin zu größerer Mobilität sowie dem Wandel der Ansprüche an Preis, Sortimentsauswahl und Kopplungsmöglichkeiten. Entscheidende Standortkriterien für eine Neuansiedlung im (nahversorgungsrelevanten) Einzelhandel sind neben flächenseitigen (Flächenangebot) und verkehrsseitigen (mikro- und makroräumliche Verkehrsanbindung, Parkplatzangebot) Aspekten in erster Linie absatzwirtschaftliche Rahmenbedingungen (Nähe zum Verbraucher, Kaufkraft, Einwohnerentwicklung, Siedlungsstruktur, Zentralität des Ortes). Nicht selten wird auch die Nähe zu weiteren Betrieben des Einzelhandels gesucht, um Kopplungseinkäufe zu ermöglichen. Zudem ist der Einzelhandel zunehmend von nationalen und internationalen Konzernen geprägt. Die Konzentrationstendenzen betreffen im besonderen Maße den Lebensmitteleinzelhandel.

Zielperspektive

Die heutige Einzelhandelszentralität der Stadt Strausberg beträgt rd. 0,90 wobei sortimentsspezifisch deutliche Unterschiede erkennbar sind, wie in Kapitel 4.5 dargelegt wurde. Hieraus erwachsen für einige Warengruppen Entwicklungsimpulse im Sinne von Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzialen.

Demnach ist für alle Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereiches aus fachgutachterlicher Sicht eine Bindung der vorhandenen sortimentsspezifischen Kaufkraft sowie ein leichter Kaufkraftzufluss aus den umliegenden Kommunen des Mittelbereichs stadtentwicklungspolitisch und hinsichtlich des landesplanerischen Versorgungsauftrages für ein Mittelzentrum plausibel. Diese Sortimente sollen grundsätzlich von allen Kommunen gemessen an der jeweiligen vor Ort verfügbaren Kaufkraft im Sinne einer wohnortnahen Grundversorgung vollständig zur Verfügung gestellt werden und umliegende Siedlungsbereiche mitversorgen.

Für die Mehrzahl der Sortimente des mittelfristigen Bedarfsbereiches ergeben sich Entwicklungsmöglichkeiten die über eine Bindung der lokalen Kaufkraft hinausgehen. Entsprechend können mögliche Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben die Versorgungsfunktion der Stadt Strausberg in den Sortimenten des mittelfristigen Bedarfsbereiches qualifizieren.

Abgesehen von den Sortimenten medizinische und orthopädische Artikel/Optik, Neue Medien/Unterhaltungselektronik sowie Uhren/Schmuck, in denen eine Bindung der lokalen Kaufkraft angestrebt werden könnte, kann für die weiteren Sortimente des langfristigen Bedarfsbereiches eine Bindung der lokalen Kaufkraft aufgrund des landesplanerischen Versorgungsauftrages als Mittelzentrum sowie mit Berlin als attraktivem Oberzentrum im weiteren Umfeld und dem geänderten Konsumverhalten der Verbraucher nicht als realistische Prognosevariante zugrunde gelegt werden.

Aus der dargestellten Entwicklungsperspektive (siehe Abbildung 32) ergeben sich gewisse Entwicklungsmöglichkeiten für die Mehrheit der Warengruppen. Darüber hinaus gehende Entwicklungen können das Einzelhandelsangebot jedoch weiter qualifizieren, insbesondere sofern dadurch das Altstadtzentrum und die weiteren zentralen Versorgungsbereiche gestärkt werden.

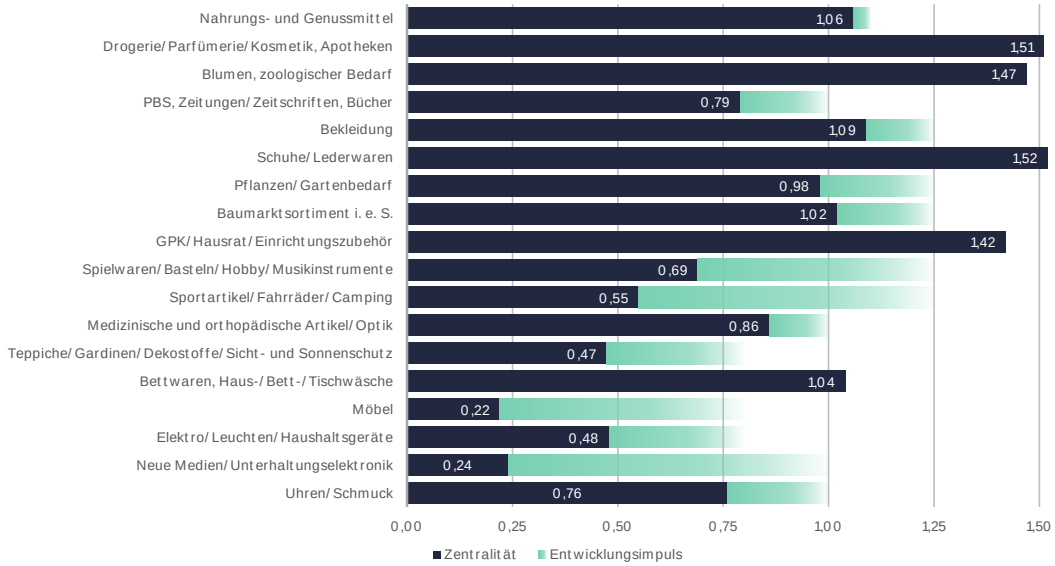


Abbildung 32: Sortimentsspezifische Zentralität und Zielperspektive
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u.a. Kfz-Zubehör.

Für die Stadt Strausberg ergeben sich damit stadtentwicklungspolitisch und versorgungsstrukturell begründbare Entwicklungspotenziale v. a. in den Warengruppen Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente, Sportartikel/Fahrräder/Camping, Möbel sowie in der Warengruppe Neue Medien/Unterhaltungselektronik.

Zusammenfassung der relevanten Rahmenbedingungen

Eine zusammenfassende Übersicht zur Entwicklung der für den ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen zugrunde gelegten Parameter ist Tabelle 7 zu entnehmen.

Rahmenbedingung	Impuls	Entwicklungsperspektive für Strausberg bis 2024
Demografische Entwicklung	➲	leicht positive Einwohnerentwicklung bei zunehmend höherem Anteil älterer Menschen
Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft	➲	moderate Steigerung mit Zunahme des Online-Anteils und sortimentsbezogenen Unterschieden (z. B. periodischer Bedarfsbereich)
Entwicklung der Verkaufsflächenansprüche der Anbieter	⇧	leichte Impulse bei Filialisten insbesondere im periodischen Bedarfsbereich
Entwicklung des Online-Handels	⇩	konstant steigender Online-Anteil mit deutlichen sortimentsspezifischen Unterschieden
Versorgungsstrukturelle Impulse	⇧	sortimentsspezifische Entwicklungspotenziale im Rahmen des umfassenden Versorgungsauftrages für ein Mittelzentrum

Tabelle 7: Relevante Rahmenbedingungen für den absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen von Strausberg
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; ⇧ = positiv, ➲ = neutral, ⇩ = negativ.

Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen für Strausberg

Unter Berücksichtigung der zuvor dargestellten angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen sowie der möglichen Entwicklungsimpulse ergeben sich für die Stadt Strausberg bis 2024 absatzwirtschaftliche Entwicklungspotenziale, die in Tabelle 8 in qualitativer Form dargestellt werden.

Warengruppe	Arrondierungs-spielraum	Fach-geschäfte	kleiner Fachmarkt	großer Fachmarkt
Nahrungs- und Genussmittel	■	■	■	☐
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	☐	☐	☐	☐
Blumen, zoologischer Bedarf	☐	☐	☐	☐
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	■	■	☐	☐
Bekleidung	■	■	■	☐
Schuhe/Lederwaren	☐	☐	☐	☐
Pflanzen/Gartenbedarf	■	■	☐	☐
Baumarktsortiment i. e. S.	■	■	■	☐
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	☐	☐	☐	☐
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	■	■	■	☐
Sportartikel/Fahrräder/Camping	■	■	■	■
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	■	■	☐	☐
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnen-schutz	■	■	■	☐
Bettwaren, Haus-/ Bett-/Tischwäsche	☐	☐	☐	☐
Möbel	■	■	☐	☐
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	■	■	■	☐
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	■	■	■	☐
Uhren/Schmuck	■	☐	☐	☐

Tabelle 8: Entwicklungsmöglichkeiten für die Stadt Strausberg bis 2024
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; ■ = absatzwirtschaftliches Potenzial vorhanden; ☐ = kein absatzwirtschaftliches Potenzial vorhanden. = Ansiedlungen im ZVB Innenstadtzentrum unter Abwägung städtebaulicher und absatzwirtschaftlicher Auswirkungen zu begrüßen.

Unterschieden wird nach den Ansiedlungsfällen „Fachgeschäft“, „kleiner Fachmarkt“ und „großer Fachmarkt“. Während bei einem **Fachgeschäft** i. d. R. eine sortimentsspezifische Verkaufsfläche von 50 bis 100 m² (in Ausnahmefällen wie z. B. Möbelfachgeschäften auch mehr) angenommen wird, so ist bei einem **kleinen Fachmarkt** i. d. R. je nach Warengruppe von einer sortimentsspezifischen Verkaufsfläche von 300 m² (z. B. Bekleidungsfachmarkt) bis 800 m² (z. B. kleiner Lebensmitteldiscounter) auszugehen. Auch hier können flächenintensive Betriebstypen (z. B. kleine Garten-, Bau- und Möbelmärkte) deutlich höhere sortimentsspezifische Verkaufsflächen (bis zu 5.000 m²) umfassen und sind dementsprechend in der Berechnung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens berücksichtigt worden. **Große Fachmärkte** beginnen i. d. R. je nach Warengruppe bei einer sortimentsspezifischen Verkaufsfläche von 800 m² (z. B. Drogeriefachmärkte) bis 1.200 m² (z. B. große Lebensmitteldiscounter). Flächenintensivere Betriebstypen beginnen hingegen bei 5.000 m² (z. B. Garten- und Baumärkte) bzw. bei rd. 20.000 m² (z. B. Möbelhäuser) Verkaufsfläche. Entwicklungspotenziale die unterhalb des Niveaus eines Fachgeschäftes liegen sind in Tabelle 8 als **Arrondierungsspielraum** ausgewiesen.

Die Ermittlung der absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale verdeutlicht Entwicklungsspielräume in verschiedenen Warengruppen. Die Stadt Strausberg übernimmt als Mittelzentrum einerseits für das Stadtgebiet die Versorgungsfunktion im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich. Darüber hinaus stellt die Kommune Angebote im aperiodischen Bedarfsbereich für die umliegenden Kommunen im Mittelbereich bereit. Dieser Aufgabe wird Strausberg aktuell mit teilweise unterdurchschnittlichen Ausstattungskennwerten nicht vollumfänglich gerecht. **Generell** gilt, dass **Ansiedlungsvorhaben** von Betrieben mit zentrenrelevantem Hauptsortiment

im historischen **Altstadtzentrum** der Stadt Strausberg **zu begrüßen** sind, um die aktuelle Versorgungsfunktion zu stärken und weiterzuentwickeln.

Die ermittelten absatzwirtschaftlichen Potenziale im Sortimentsbereich **Nahrungs- und Genussmittel** reichen für eine Ansiedlung eines entsprechenden kleinen Fachmarktes aus, welcher vornehmlich an stadtentwicklungspolitischen und konzeptionell gewünschten Standorten, insb. im zentralen Versorgungsbereich Altstadtzentrum erfolgen sollte. Allerdings lassen sich die Ansprüche der Anbieter hinsichtlich der gewünschten Verkaufsflächengröße nur schwer mit den vorhandenen Flächengrößen der Erdgeschosse im Altstadtzentrum vereinbaren.

Die rechnerischen Verkaufsflächenpotenziale im Bereich **PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher** können sowohl zur Flächenarrondierung als auch zur Ansiedlung entsprechender Fachgeschäfte genutzt werden. Ähnlich wie im Bereich Nahrungs- und Genussmittel werden Ansiedlungsvorhaben im ZVB Altstadtzentrum begrüßt.

In den Warengruppen des **mittelfristigen Bedarfsbereiches** – insbesondere **Bekleidung, Baumarktsortiment i. e. S. und Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente** bestehen Entwicklungspotenziale für die Ansiedlung kleinerer Fachmärkte und eines kleinen Baumarktes. Im Bereich **Sportartikel/Fahrräder/Camping** ist darüber hinaus die Ansiedlung eines großen Fachmarktes möglich. Als Suchbereich für entsprechende Ansiedlungen empfiehlt sich mit Ausnahme des großen Fachmarktes zur funktionalen Zentrenstärkung eine Realisierung im Bereich der Strausberger Altstadt.

In der Warengruppe **Medizinische und orthopädische Artikel/Optik** wird auf Grundlage des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens die Ansiedlung entsprechender Fachgeschäfte besonders im Kontext einer steigenden Nachfrage in Folge des demographischen Wandels empfohlen.

Zudem reichen die ermittelten absatzwirtschaftlichen Potenziale der Warengruppe **Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz, Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte** und **Neue Medien/Unterhaltungselektronik** für einen kleinen Fachmarkt mit entsprechendem Hauptsortiment oder für Ergänzungen in Baumärkten oder Möbelhäusern aus. Die Ansiedlung von entsprechenden Fachgeschäften ist absatzwirtschaftlich in der Warengruppen **Möbel** möglich.

Für Strausberg bedeuten die Prognoseergebnisse zum absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen, dass

- die landes- bzw. regionalplanerisch zugewiesene Versorgungsfunktion von Strausberg in einigen Warengruppen durch neue Angebote und Verkaufsflächen erweitert und verbessert werden kann,
- in den Warengruppen ohne ein nennenswertes quantitatives Entwicklungspotenzial neue Angebote und Verkaufsflächen mit höherer Wahrscheinlichkeit durch stärkere Umsatzumverteilungen im Bestand zu realisieren sind (dies trifft bei neuartigen oder speziellen Anbietern allerdings nur bedingt zu),
- bei einer deutlichen Überschreitung des ermittelten Entwicklungsrahmens sowie bei Realisierung von Einzelhandelsvorhaben an nicht konzeptkonformen Standorten ein stadtentwicklungspolitisch nicht zielführender Wettbewerb mit städtebaulich negativen Folgen und eingeschränkten Entwicklungsmöglichkeiten für die zentralen Versorgungsbereiche von Strausberg einerseits und die flächendeckende Nahversorgungsstruktur andererseits resultiert und

- bei Warengruppen mit begrenzten Entwicklungspotenzialen der Standortfrage im stadtentwicklungspolitischen Steuerungsgeschehen ein besonderes Gewicht beigemessen werden sollte.

Darüber hinaus legen Handelsunternehmen generell für ihre Markteintrittsstrategien bzw. Standortplanungen ergänzende, hier nicht berücksichtigte Marktfaktoren zugrunde. Diese können durchaus zu unternehmerischen Ansiedlungsplanungen führen, die vom hier ermittelten Entwicklungsrahmen ggf. abweichen und städtebaulich nicht zwangsläufig verträglich sind.

Wie vorausgehend beschrieben, können und sollen die **Prognosewerte keine „Grenze der Entwicklung“** darstellen, sondern vielmehr als Orientierungswert verstanden werden. Auch Vorhaben, die die beschriebene Entwicklungsprognose überschreiten, können zur Verbesserung des gesamtstädtischen Einzelhandelsangebots beitragen, wenn sie mit den Zielen und Leitsätzen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Strausberg korrespondieren und sie an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten angesiedelt werden.

5.2 Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Strausberg

Als optimal und den Entwicklungszielen der Stadt Strausberg bestmöglich entsprechende Zielperspektive sollen nach Teilräumen differenzierte, übergeordnete Entwicklungszielstellungen verbunden mit einer klaren Prioritätensetzung angestrebt werden:

1. **Stärkung der Gesamtstadt:** Erhalt und Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion sowie der Einzelhandelszentralität der Stadt Strausberg im regionalen Kontext durch die Erhöhung der Einkaufsqualität sowie die Ausschöpfung der ermittelten absatzwirtschaftlichen Potenziale.
2. **Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche**: Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche durch Ergänzung des Angebots und Etablierung leistungsfähiger Strukturen, welche die Frequenz erhöhen. Hier speziell zur Attraktivierung des Altstadtzentrums und im weiteren Verlauf als belebender Faktor für die neben dem ZVB Altstadtzentrum bestehenden ZVB.
3. **Sicherung und Stärkung der Nahversorgung:** Erhalt und Stärkung sowie ggf. Ergänzung der Nahversorgungszentren sowie die Sicherung der Nahversorgung in städtebaulich integrierten Lagen im Kontext ihrer jeweiligen Versorgungsfunktion bei gleichzeitiger Vermeidung schädlicher Auswirkungen auf den ZVB Innenstadt.
4. **Bereitstellung von Ergänzungsstandorten:** Bereitstellung von Flächen für den großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandel mit restriktiver Handhabung zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente zur Vermeidung schädlicher Auswirkungen auf den ZVB und die Nahversorgung.

Die nachfolgende Abbildung 33 veranschaulicht zusammenfassend die übergeordneten Entwicklungsziele für die Stadt Strausberg.

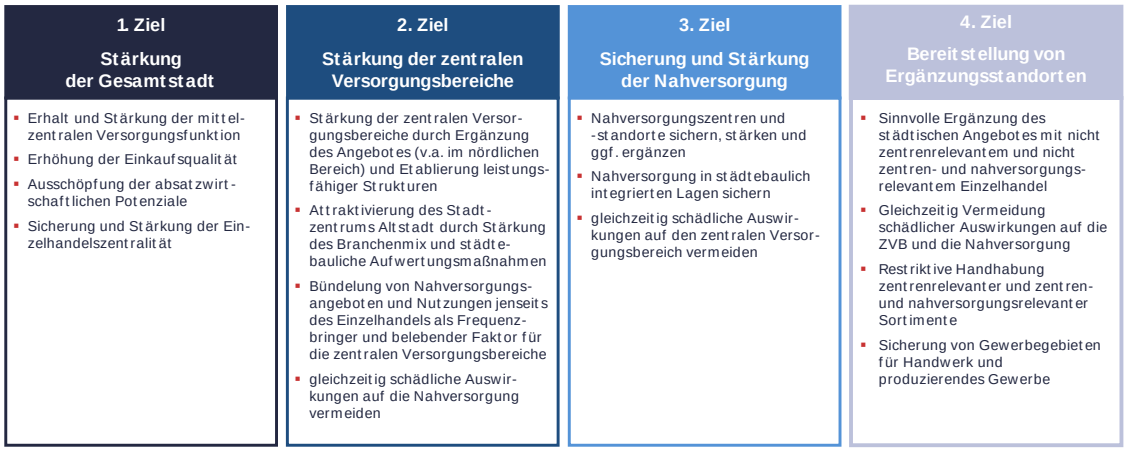


Abbildung 33: Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Strausberg
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Zwischen den jeweils unterschiedlichen Zielen ist nachfolgend ein präzises abgestimmtes Umsetzungsinstrumentarium zu entwickeln, sodass die Verfolgung des einen Ziels nicht die Umsetzung eines anderen Ziels gefährdet. Vor diesem Hintergrund erfolgt in den nächsten Schritten eine räumliche und inhaltliche Konkretisierung der übergeordneten Entwicklungszielstellungen in Form eines Zentren- und Standortkonzeptes, einer Liste zentrenrelevanter und zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente (Sortimentsliste für Strausberg) sowie in Form von bei Planvorhaben anzuwendenden Steuerungsleitsätzen.

6 | Einzelhandelskonzept für Strausberg

Aufbauend auf die Markt- und Standortanalyse und abgeleitet aus den Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung werden im Folgenden ein Zentren- und Standortkonzept, eine Liste zentren- und zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente sowie die bei Standortanfragen anzuwendenden Steuerungsleitsätze für die Stadt Strausberg entwickelt.

Wesentlicher Bestandteil des Zentrenkonzeptes ist die räumliche und funktionale Festlegung der zu empfehlenden künftigen zentralen Versorgungsbereiche. Die hierbei zugrunde zulegenden Kriterien werden nachfolgend detailliert vorgestellt.

6.1 Planungsrechtliche Einordnung von zentralen Versorgungsbereichen

Wesentlicher Bestandteil des Zentrenkonzeptes ist die räumliche und funktionale Festlegung der zu empfehlenden künftigen zentralen Versorgungsbereiche. Die hierbei zugrundeliegenden Kriterien werden nachfolgend detailliert vorgestellt.

Die Innenstädte und Ortszentren sowie die 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 bundesrechtlichen Normen und vor allem aus der aktuellen Rechtsprechung ergeben. Zentrale Versorgungsbereiche bilden die essentielle Grundlage zur Konkretisierung der bauleitplanerischen Umsetzung der empfohlenen Einzelhandelsentwicklung.

Entwicklungen in Planungsrecht und Rechtsprechung

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches 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. Darüber hinaus sieht § 5 Abs. 2 BauGB vor, dass im Flächennutzungsplan die Ausstattung des Stadtgebiets mit zentralen Versorgungsbereichen dargestellt werden kann, um Einzelhandelskonzepten als informelles Planungsinstrument stärkeres rechtliches Gewicht zu verleihen. Schließlich ist die hervorgehobene Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche auch als Grundsatz der Raumordnung (§ 2 Abs. 2 Nr. 3 Satz 3 ROG) eine Leitvorstellung einer nachhaltigen Raumentwicklung. Nach dieser Vorschrift sind die räumlichen Voraussetzungen für die Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche zu schaffen.

Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche

In der planerischen Praxis der Zentrendefinition ergibt sich, je nach Größe und Struktur einer Kommune, ein hierarchisch abgestuftes kommunales System aus einem Hauptzentrum, Neben- oder Stadtteilzentren sowie Grund- bzw. Nahversorgungszentren (siehe nachfolgende Abbildung). Zusammen mit den übrigen Einzelhandelsstandorten im Stadtgebiet bilden die zentralen Versorgungsbereiche das gesamtstädtische Standortsystem.

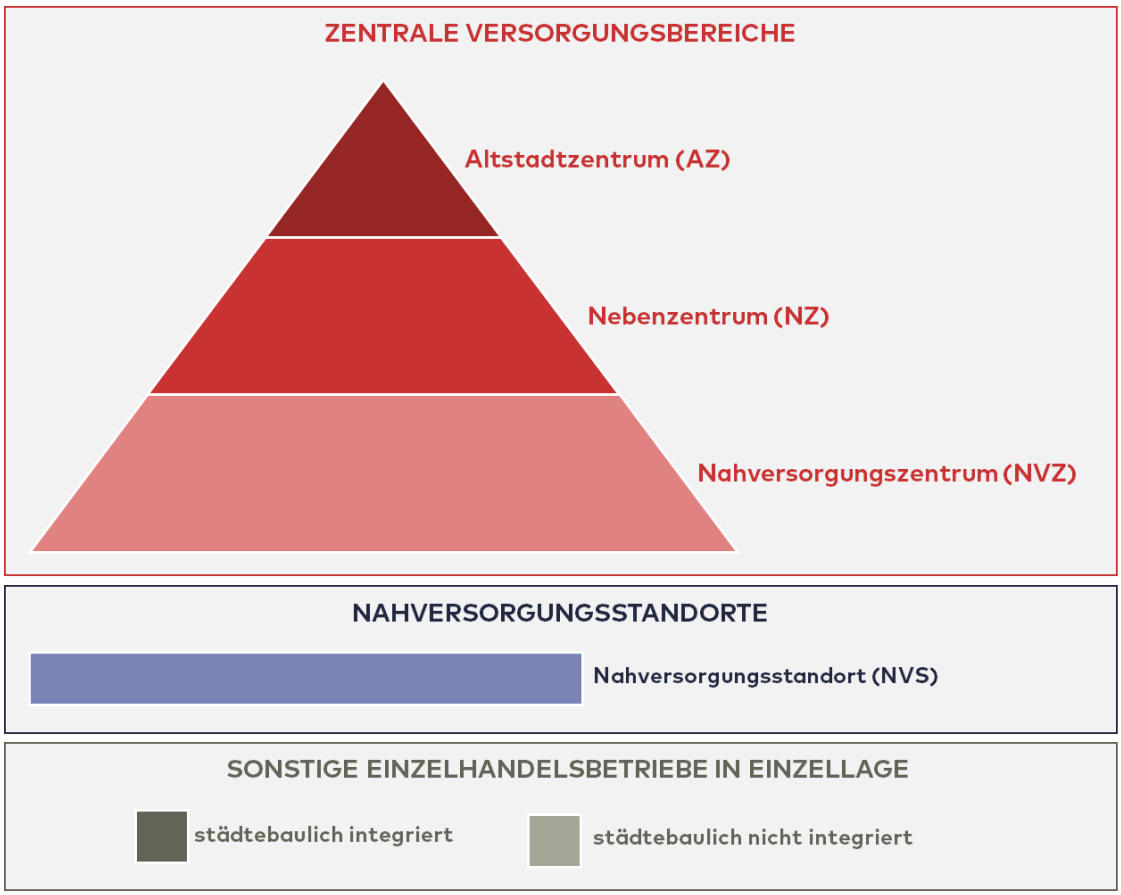


Abbildung 34: Das hierarchisch abgestufte Zentren- und Standortsystem (modellhaft)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel

Die einzelnen Zentrentypen unterscheiden sich hinsichtlich der Tiefe und Breite der Versorgungsfunktion[31]:

1. Innenstadt-/Ortszentren verfügen über einen großen Einzugsbereich (i. d. R. gesamtes Stadtgebiet, ggf. weiteres Umland) und bieten regelmäßig ein breites Spektrum an Waren und Dienstleistungen des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches an.
2. Neben-/Stadtteilzentren verfügen über einen mittleren Einzugsbereich (i. d. R. beschränkt auf bestimmte Stadtteile größerer Städte) und bieten regelmäßig ein größeres Spektrum an Waren und Dienstleistungen des kurz- und mittelfristigen (ggf. auch langfristigen) Bedarfsbereiches an.
3. Grund-/Nahversorgungszentren verfügen über einen kleinen Einzugsbereich (i. d. R. beschränkt auf bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. Zentren kleinerer Orte) und bieten

[31] Vgl. Kuschnerus/Bischopink/Wirth 2018, S. 101.

ein begrenztes Spektrum an Waren und Dienstleistungen des kurzfristigen (ggf. auch Teilbereiche des mittel- und langfristigen) Bedarfsbereiches an.

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.[32]

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 zukommt.[33]

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 Versorgungsbereiches 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 aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sind, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereiches – sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- oder Nahversorgung – zu erfüllen.[34]

Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereiches 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 erfüllt.[35]

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 Dienstleistungs- und Gastronomieangebote – geprägt ist.

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.[36]

In der Planungspraxis ist die Beurteilung, ob bestimmte Lagen noch als zentrale Versorgungsbereiche mit der Funktion eines Grund- oder Nahversorgungszentrums einzustufen sind zuweilen überaus anspruchsvoll. Regelmäßig ergeben sich Streitfälle bei zwar städtebaulich integrierten

[32] Vgl. Bundestag 2004: Begründung zum Europarechtsanpassungsgesetz Bau 2004. Bundestagsdrucksache 15/2250, S. 54.
[33] Vgl. BVerwG Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07.
[34] Vgl. BVerwG Beschluss vom 20. November 2006 – AZ: 4 B 50.06.
[35] Vgl. BVerwG Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07.
[36] Vgl. Gesetzentwurf zur BauGB-Novelle 2007. Bundestagsdrucksache 16/2496, S. 10.

Bereichen mit einer historischen Zentrenfunktion, die aber nur über eine eingeschränkte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus verfügen. Standortbereiche, die nicht über eine ausreichende Größe und ein Spektrum von Waren und Dienstleistungen sowie keinen marktgängigen Lebensmittelmarkt verfügen, können gemäß aktueller Rechtsprechung keine zentrale Versorgungsfunktion in größeren Städten übernehmen und sind somit bei fehlender Entwicklungsperspektive (z. B. in Form konkreter Potenzialflächen) nicht als zentraler Versorgungsbereich einzustufen.[37]

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.

Nachfolgende Abbildung veranschaulicht ergänzend, inwiefern die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche über die vereinfachte Beschreibung der Bestandsstruktur hinausgeht.

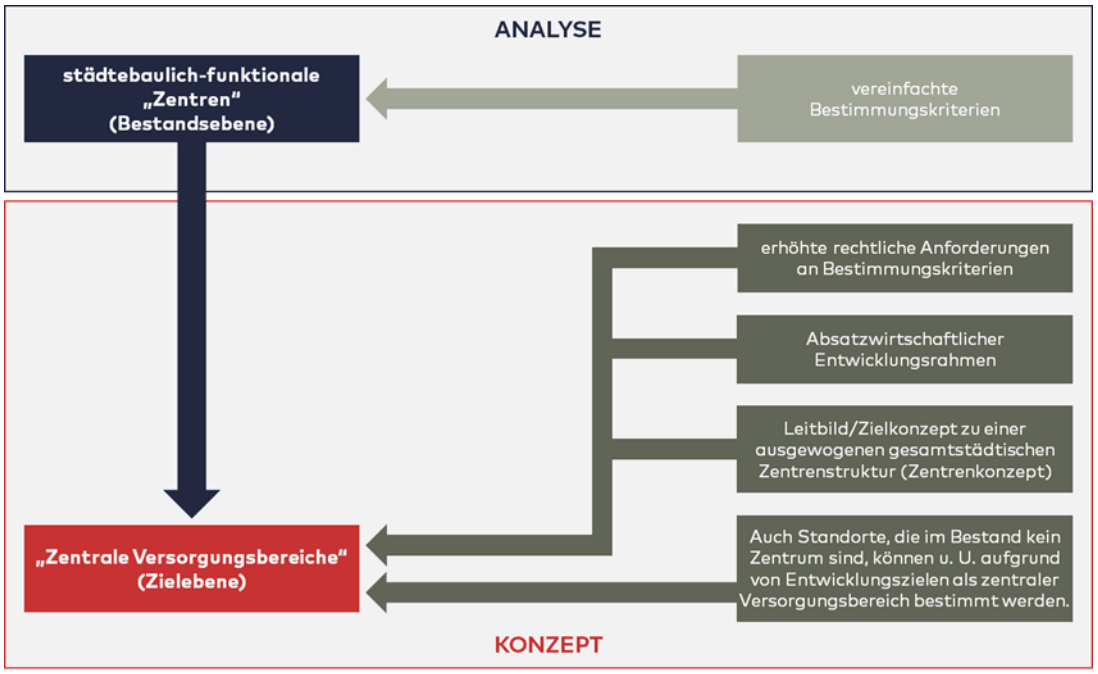


Abbildung 35: Methodik der Ableitung von zentralen Versorgungsbereichen
Quelle: Darstellung Stadt + Handel

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:

[37] Vgl. OVG NRW Urteil 15. Februar 2012 – AZ: 10 A 1770/09.

Festlegungskriterien für Zentrale Versorgungsbereiche

Aspekte des Einzelhandels

- Warenspektrum, Branchenvielfalt, räumliche Dichte und Anordnung des Einzelhandelsbesatzes,
- aktuelle und/oder zukünftig vorgesehene Versorgungsfunktion des Zentrums (räumlich und funktional).

Sonstige Aspekte

- 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.

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.[38]

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 Versorgungsbereiches 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 Versorgungsbereiches begründen können.[39]

Grundsätzlich sollte die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches 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),

[38] Das Bundesverwaltungsgericht hat die Auffassung des OVG NRW 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 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07).

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

- 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.

Falls in begründeten Ausnahmen und nachgewiesenermaßen keine Entwicklungsflächen innerhalb eines ZVB zur Verfügung stehen, kann eine Entwicklungsfläche zur Ansiedlung eines einzelhandelsbasierten Vorhabens in ZVB aufgenommen werden. Dieser Sachverhalt ist an eine intensive Einzelfallprüfung geknüpft, welche mindestens die folgenden Kriterien enthalten soll und weiterhin durch Stadtverordnetenbeschluss der Stadt Strausberg politisch legitimiert werden muss:

- Für das Einzelhandelsvorhaben stehen im ZVB nachweislich keine Entwicklungsflächen zur Verfügung.
- Das Einzelhandelsvorhaben ist mit der Einzelhandelsstruktur im ZVB funktional abgestimmt (sowohl sortiments- als auch verkaufsflächenbezogen) und ergänzt/arrondiert das Angebot im ZVB.
- Die Entwicklungsfläche steht in einem direkten städtebaulich-funktionalen Zusammenhang mit dem ZVB.
- Die Erweiterung entspricht einer stadtentwicklungspolitisch abgewogenen Fortentwicklung des ZVB (als Ganzes) und ist abgestimmt mit den gesamtgemeindlichen Leitsätzen zur verkaufsflächen-, standort- und sortimentsbezogenen Fortentwicklung der Einzelhandelsstrukturen in Strausberg.
- Die Erweiterung wird zudem im Rahmen einer Aktualisierung des Zentrenkonzeptes in das bestehende Einzelhandels- und Zentrenkonzept mit aufgenommen.

6.2 Zentrenkonzept

Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Strausberg aus dem Jahr 2006 definiert mit dem ZVB Altstadtzentrum und den Stadtteilzentren Prötzeler Chaussee, Philipp-Müller-Straße, Kaufland[40], Handelscentrum, Hegermühle und Vorstadt insgesamt sieben zentrale Versorgungsbereiche innerhalb des Strausberger Stadtgebietes (siehe Abbildung 36).

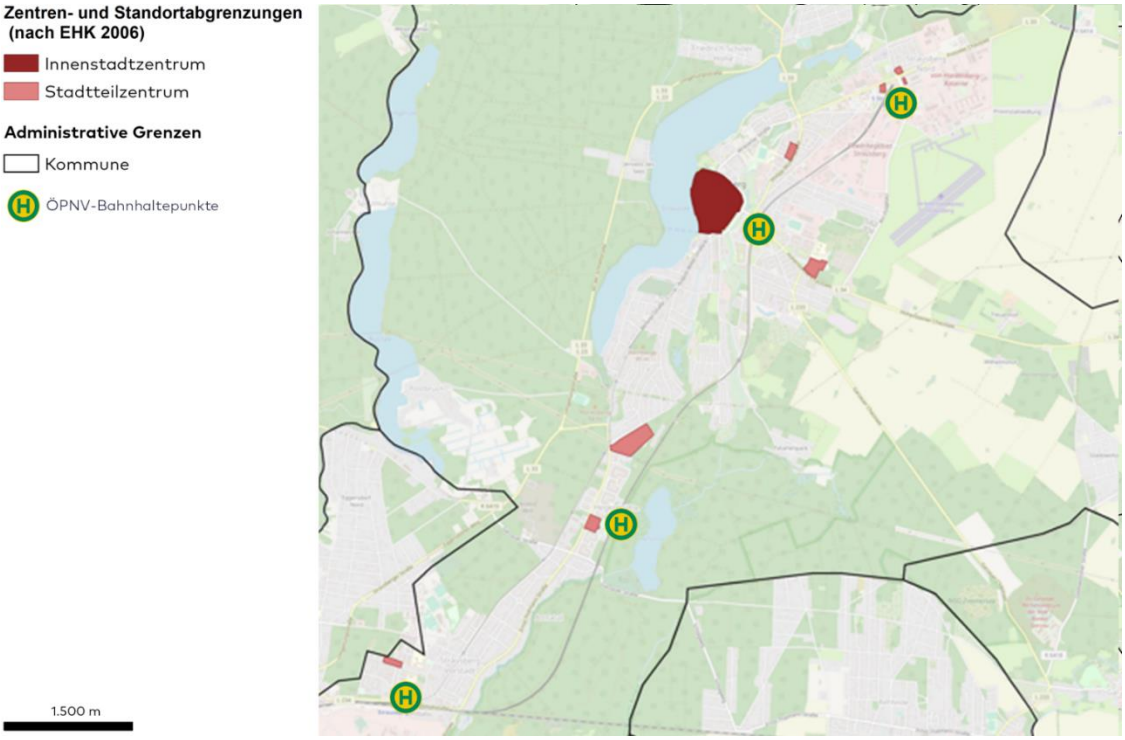


Abbildung 36: Zentrenstruktur von Strausberg
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Auf Grundlage der städtebaulichen Analyse (siehe Kapitel 4.6) und den Untersuchungsergebnissen hinsichtlich der dargestellten Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche werden im Rahmen des vorliegenden Konzeptes für Strausberg sechs der sieben zentralen Versorgungsbereiche aus dem Jahr 2006 fortgeschrieben:

- Altstadtzentrum Strausberg
- Nebenzentrum Handelscentrum (zuvor Stadtteilzentrum)
- Nahversorgungszentrum Hegermühle (zuvor Stadtteilzentrum)
- Nahversorgungszentrum Vorstadt (zuvor Stadtteilzentrum)
- Nahversorgungszentrum Prötzeler Chaussee (zuvor Stadtteilzentrum)
- Nahversorgungszentrum Hohensteiner Chaussee (zuvor Stadtteilzentrum Kaufland)

Darüber hinaus lassen zwar mehrere Standorte gewisse Funktionsbündelungen und eine aus Einzelhandelssicht zu bewertende Agglomeration erkennen, diese weisen jedoch nicht die genannten erforderlichen Merkmale für zentrale Versorgungsbereiche auf. Insbesondere sind bei

[40] Stadtteilzentrum Kaufland wird im aktuell vorliegenden Konzept als Nahversorgungszentrum Hohensteiner Chaussee bezeichnet.

solchen Agglomerationen der Grad der Nutzungsmischung, die städtebauliche Dichte und die damit verbundene Vitalität auch hinsichtlich ergänzender Zentrenfunktionen (z. B. Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen) 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. Im Rahmen des Nahversorgungskonzeptes werden die ausgewiesenen Nahversorgungszentren tiefergehend untersucht (siehe 6.3).

Zur Analyse der stadtentwicklungspolitischen Tragweite der Erweiterung sollte stets eine intensive Einzelfallbetrachtung inkl. eines städtebaulichen Konzeptes 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 zentralen Versorgungsbereiches bzw. dessen Erweiterungsbereich thematisiert werden. Eine solcherlei vorbereitete und abgewogene räumliche Ausweitung des zentralen Versorgungsbereiches sollte von der Stadtverordnetenversammlung der Stadt Strausberg durch einen Beschluss gebilligt werden.

Zentraler Versorgungsbereich Altstadtzentrum Strausberg

Die Stadt Strausberg hat mit gesamt- und stadtteilbezogenen Konzepten, wie dem Ende 2017 von der Stadtverordnetenversammlung bestätigten Integrierten Stadtentwicklungskonzept (INSEK) sowie dem Integrierten Entwicklungskonzept für das Stadtzentrum (IEK) strategische Grundlagen für die Weiterentwicklung des Altstadtzentrums geschaffen. Die definierten Handlungsziele *Stadtzentrum am See erleben* (INSEK) und *Aktives Stadtzentrum Strausberg* (IEK) haben zum Ziel, die Altstadt in ihrer Funktionsvielfalt zu stärken und zu beleben. Mit dem Einzelhandelskonzept wird das Ziel formuliert, die *Altstadt als Einzelhandelsstandort und wichtigen Versorgungsstandort für die Bewohner Strausbergs und des Umlandes zu sichern und zu stärken*. Dies kann gelingen durch eine gezielte Maßnahmenumsetzung im Sinne der definierten übergeordneten Entwicklungszielstellungen (s. Kapitel 5.2). Die Maßnahmenempfehlungen des Einzelhandelskonzeptes greifen bereits definierte und beschlossene Maßnahmen auf bzw. setzen daran an.

Maßgabe für die Ausweisung des zentralen Versorgungsbereiches ist die Zielentwicklung des Altstadtzentrums – Stärkung und Attraktivierung der Hauptgeschäftsstraße und die enge funktionale Verknüpfung einzelhandelsrelevanter Nutzungen mit zentrenergänzenden Angeboten. Für den in Abbildung 37 dargestellten und empfohlenen zentralen Versorgungsbereich Altstadtzentrum wurden des Weiteren verschiedene Kriterien herangezogen. Berücksichtigt wurden Bereiche der Altstadt mit der größten Einzelhandelsdichte und Nutzungsvielfalt und städtebaulich-funktionale Zusammenhänge sowie wichtige zentrenergänzende Funktionen und aktuelle und sich fortsetzende Trends auf der Angebots- und Nachfrageseite (s. Kapitel 4.1 und 4.6).

Der Fokus der Entwicklungsperspektive für die Strausberger Altstadt sollte auf der Stabilisierung und Weiterentwicklung der kompakten Einkaufslage Große Straße liegen. Um dies zu erreichen, ist es erforderlich die Besucher- und damit Kundenfrequenzen zu erhöhen. Das kann gelingen über die Etablierung leistungsfähiger und zeitgemäßer Strukturen, welche im Bestand sowie auf

verfügbaren Brachflächen oder in bestehenden Leerständen in der Großen Straße entwickelt werden sollten.

Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich Altstadtzentrum

Anhand der in Kapitel 6.1 benannten Kriterien ergibt sich folgende begründete Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Altstadtzentrum[41].

Der zentrale Versorgungsbereich Altstadtzentrum wird im Vergleich zum Einzelhandelskonzept 2006 um den südlichen Eingangsbereich erweitert. Definiert werden zusätzlich Lagebereiche und Entwicklungsflächen.

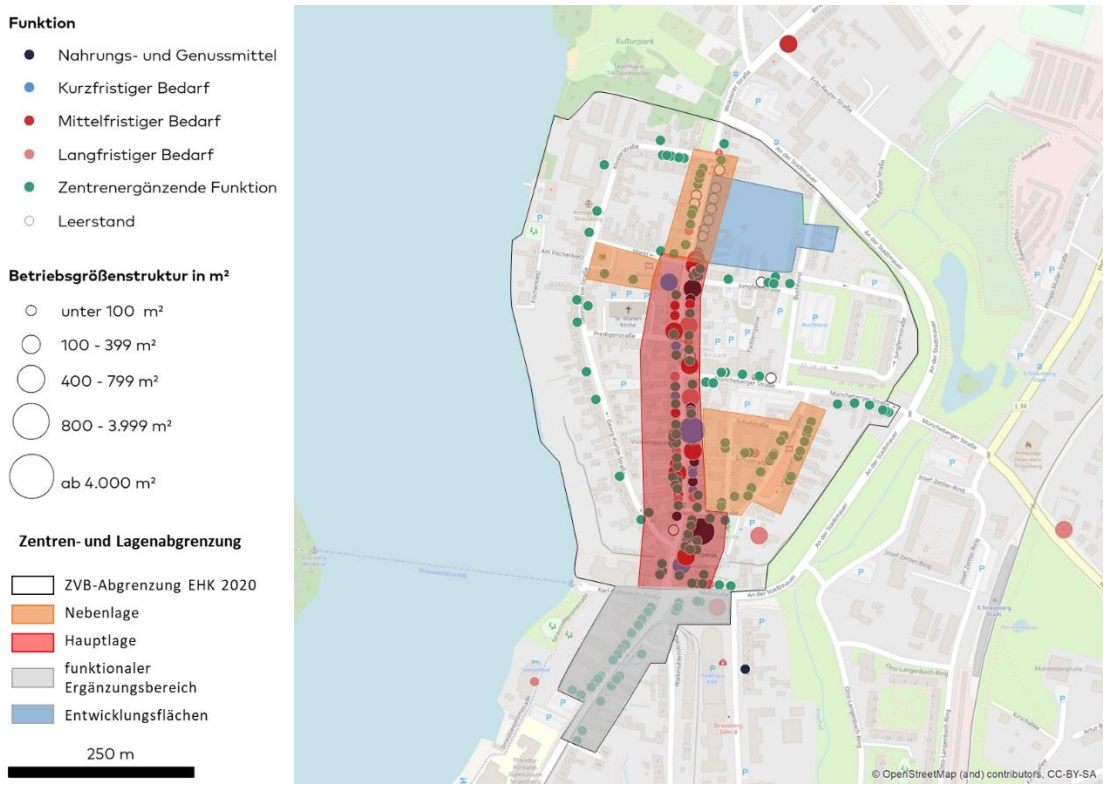


Abbildung 37: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Altstadtzentrum, Bestandserfassung Stadt + Handel, complan 09/2019
Quelle: Darstellung complan, Bestandserfassung Stadt + Handel 09/2019

Lagebereiche

Die Hauptlage umfasst den Bereich mit dem dichtesten Besatz an Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben. Damit schließt die Hauptlage die Große Straße von der Wallstraße bis zum Markt ein. Hier ist fast ausschließlich der Einzelhandel in der Altstadt konzentriert. Ergänzt wird der Handelsbesatz durch gastronomische Betriebe (Café, Imbiss, Restaurant) und ergänzende Dienstleistungen (u.a. Friseur, Reisebüro, Banken). Anschließend an die Hauptlage werden drei Bereiche als Nebenlagen eingestuft: Große Straße zwischen Markt und Klosterstraße, der Bereich Markt bis zur Georg-Kurtze-Straße sowie der Bereich zwischen Lindenplatz, Schulstraße und Grünstraße. Die Nebenlagen sind gekennzeichnet durch eine deutlich

[41] 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.

geringere Passantenfrequenz und durch einen geringeren Besatz an Einzelhandelsbetrieben und eine weniger hohe Nutzungsvielfalt. Südlich der Hauptlage schließt sich in Fortführung der Großen Straße die August-Bebel-Straße an. Dieser Bereich wird als funktionaler Ergänzungsbereich definiert. Mit der Tourismusinformation und der Haltestelle Lustgarten als Straßenbahn- und Busverkehr-Knotenpunkt bestehen hier wichtige Quellpunkte für Besuche des Altstadtzentrums. In der August-Bebel-Straße sind bereits gastronomische Einrichtungen vorhanden. Hier besteht die Perspektive, die Lagequalitäten mit dem Spielplatz am Fichteplatz in direkter Wasserlage, dem Fähranleger und mit einer Ergänzung und Qualifizierung der gastronomischen Einrichtungen einen einladenden Altstadteingang zu gestalten[42].

Entwicklungsbereiche Altstadtzentrum

Der **nördliche Bereich der Großen Straße** zwischen Markt und Klosterstraße ist geprägt durch eine Konzentration an leerstehenden Ladeneinheiten und Brachflächen (s. Kapitel 4.6).

Da gegenwärtig keine größeren Einzelhandelsstrukturen wie bspw. Shopping-Center oder Passagen in der Altstadt vorhanden sind, erhalten Leerstände und Brachflächen wenn es um die Weiterentwicklung des Einzelhandelsbestandes und die Etablierung von Frequenzbringern geht besondere Aufmerksamkeit. In der Altstadt sind im nördlichen Bereich viele un- bzw. untergenutzte kleinteilige Flächen vorhanden, die zusammengenommen ein großes Entwicklungsareal darstellen. Dieses würde sich sehr gut eignen, die Große Straße durch die **Ansiedlung von Magnetbetrieben** als Haupteinkaufslage zu stärken, den Branchenmix zu erweitern und ggf. zusätzlich gewünschte **ergänzende zentrenstärkende Nutzungen** (Wohnen, Büros, Gastronomie, Dienstleistungen, Einrichtungen aus den Bereichen Kultur, Soziales etc.) zu **integrieren**. Hier bestände die Möglichkeit die aktuellen Flächenanforderungen der Anbieter zu bedienen.

Die Stadt Strausberg hat bereits 2013 die Initiative ergriffen, die in der Abbildung 38 gekennzeichnete Fläche im nördlichen Bereich der Großen Straße einer neuen Nutzung zuzuführen. Mit dem Vorhaben ein Altstadt-Center in die Große Straße zu integrieren, sollten die bestehenden städtebaulichen Missstände beseitigt und eine funktionale Aufwertung im Einzelhandel und der Funktionsvielfalt in der Altstadt erreicht werden. Auf einer Fläche von rd. 11.000 m² war die Errichtung eines innerstädtischen Fachmarktzentrums mit insgesamt rd. 22.000 m² Bruttogeschossfläche und davon rd. 11.500 m² Nutzfläche vorgesehen[43]. Vor allem flächenintensivere Fachmärkte und Vollsortimenter sollten eine optimale Ergänzung zum bestehenden Einzelhandelsbesatz bieten[44]. Auch die Überlegung dem im südlichen Bereich der Großen Straße ansässigen Lebensmittelmarkt zeitgemäßere Flächen zur Verfügung stellen zu können, wäre eine gute Entscheidung, um die **Nahversorgung nachhaltig zu sichern**, wichtige **Kundenfrequenzen zu erhalten** bzw. **zu erzeugen** und den **Branchenmix insgesamt attraktiv zu halten**. Der Gewerbeverein Strausberg e.V. hat sich positiv zur Entwicklung des Areals ausgesprochen. Hier wird keine Konkurrenzsituation gesehen, vielmehr wird eine bedeutende Entwicklung zur Sicherung der bestehenden Einzelhandelsstruktur begrüßt.

Die aktuellen und prognostizierten Rahmenbedingungen auf der Angebots- und Nachfrageseite mit der zunehmenden Konkurrenzsituation durch den Online-Handel und innerstädtischen Handelsstandorten, die sichtbaren städtebaulichen Missstände, die Schließung bzw. Verlagerung von Geschäften drängen dazu, eine Entwicklung wie oben beschrieben voranzubringen.

[42] Übergang in die Große Straße gestalten: Zuwegungen für alle Mobilitätsarten, Pflasterungen, Barrierefreiheit

[43] Website *www.tamax.de*; Zugriff: 22.01.2020

[44] Quelle: Vorhaben- und Erschließungsplan „Große Straße Nord/ Buchhorst (Altstadt-Center Strausberg)“, 2014

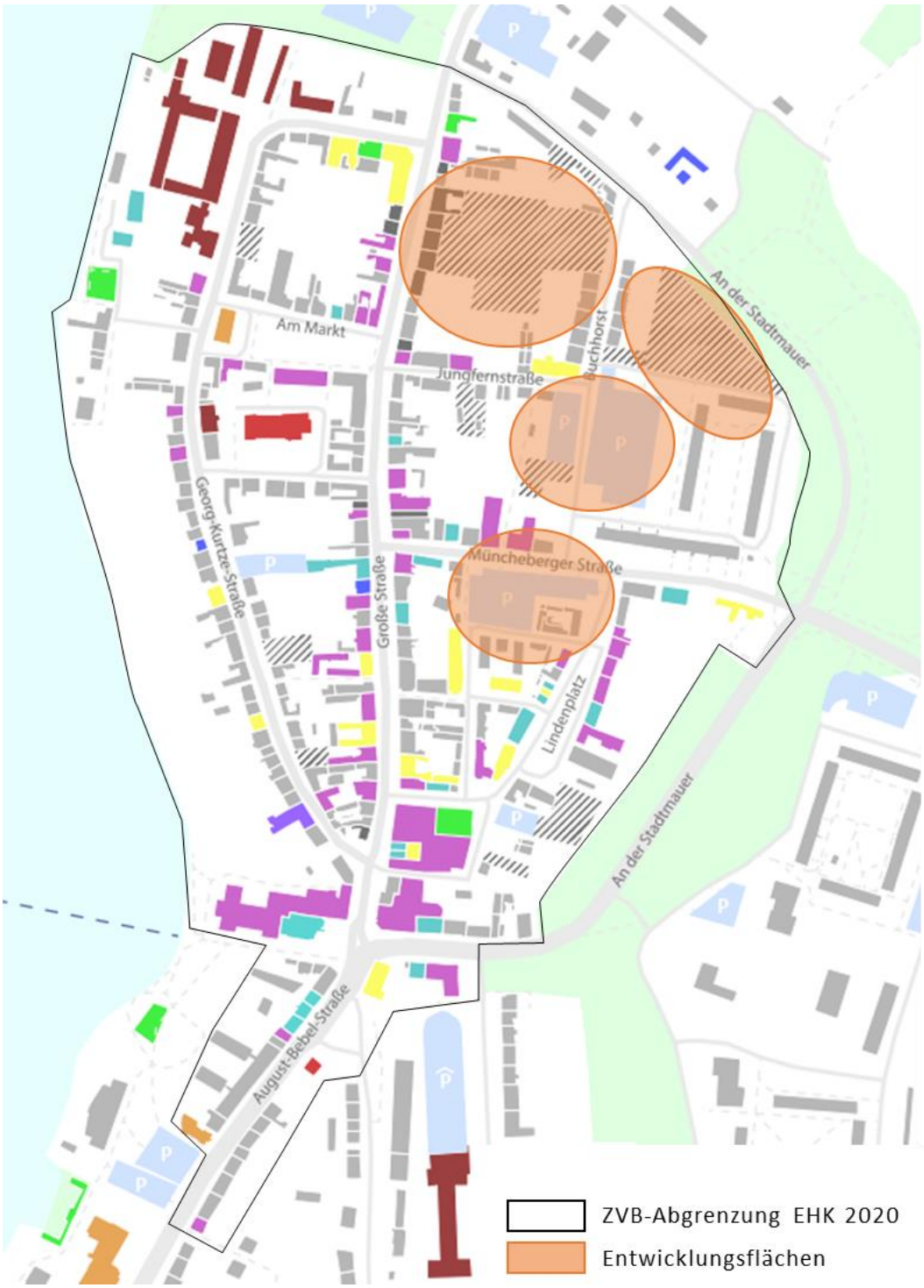


Abbildung 38: Darstellung Entwicklungsflächen Altstadtzentrum
Quelle: Darstellung complan, Bestandserfassung Stadt + Handel, complan 09/2019

Die konkrete Projektumsetzung eines Altstadt-Centers über einen privaten Projektentwickler ist gescheitert. Bisher ist auf dem dafür vorgesehenen Areal in der Großen Straße keine Entwicklung erfolgt. Für den Umgang mit diesem Entwicklungsareal wird empfohlen, die Entwicklung

der Flächen als Wiederherstellung einer Einzelhandelsnutzung im nördlichen Bereich der Großen Straße weiterzuverfolgen, sollten die Flächen entsprechend für eine Beplanung und Entwicklung zur Verfügung stehen. Neben der Realisierung eines Vorhabens im Maßstab des geplanten Altstadt-Centers ist darüber hinaus auch die Errichtung eines Wohnhauses mit Geschäftsunterlagerung in kleinerem Maßstab denkbar. Insgesamt sollte die **Ansiedlung eines Handelsmagneten prioritär verfolgt werden**. Mögliche Entwicklungsimpulse sollten im Abgleich mit dem absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen gesetzt werden. Orientierung bietet hier die gutachterliche Einschätzung zu flächenmäßigen Entwicklungsspielräumen in unterschiedlichen Warengruppen sowie denkbaren Betriebsformen (s. hierzu Kapitel 4.1 und Abbildung 5). Hierbei wurden speziell sortimentsspezifische Empfehlungen für Ansiedlungen im Altstadtzentrum[45] formuliert. Im Kontext einer Vorhabenplanung sollte zudem über die Integration attraktiver frequenzbringender Nutzungen für die Altstadt nachgedacht werden. Denkbar ist, Räumlichkeiten für Kunst, Kultur und für Treffpunkte unterschiedlicher Zielgruppen zu integrieren oder auch zur touristischen Stärkung beispielsweise ein Hotel. Die Bestandssituation der zentrenergänzenden Funktionen sowie die Ergebnisse der Händler- und Passantenbefragungen sowie die Aussagen aus den Expertengesprächen bekräftigen diese Empfehlung. Für das Grundstück Große Straße 48, welches sich im Besitz der Stadt befindet, soll ein Interessenbekundungsverfahren für ein Stadthotel durchgeführt werden.

Mit dem Vorhaben des Altstadt-Centers war auch die Anlage umfassender Stellflächen (rd. 300 als Tiefgarage) vorgesehen und eine entsprechende Verkehrsführung über den Buchhorst. Diese sollten auch außerhalb der Öffnungszeiten für die Altstadtbesucher zur Verfügung stehen. Diese Planung wäre durchaus zu begrüßen. Die Flächenentwicklung bzw. die generelle Befassung mit der Perspektive des nördlichen Abschnittes der Großen Straße ist eng mit der **Lösung einer nachhaltigen Verkehrsregelung** verknüpft. Der Fokus sollte darauf gerichtet sein, eine definitive Lösung zu finden, um eine dauerhafte Orientierung für alle Verkehrsteilnehmer sowie Investitionssicherheit für Unternehmen herzustellen. Eine Verständigung zu Bedarfen sollte im Dialog mit Logistikern, Anwohnern, Gewerbetreibenden, Besuchern des Altstadtzentrums, der Verwaltung und Politik erfolgen. So könnte die Erstellung eines Parkraumkonzeptes genutzt werden, um Beteiligungsprozesse anzustoßen.

Weitere Entwicklungsflächen bestehen mit der Brachfläche An der Stadtmauer/Buchhorst sowie mit den aktuell als Parkflächen genutzten Arealen in der Müncheberger Straße und in der Straße Buchhorst/Jungfernstraße. Die Entwicklung dieser Flächen sollte unter der Maßgabe erfolgen, vorrangig die Hauptlage und die Nebenlagen zu stärken sowie insgesamt eine kompakte Besatzstruktur zu entwickeln. Hier könnte die Ansiedlung frequenzbringender zentrenergänzender Funktionen wichtige Impulse für umliegende Handelsnutzungen bringen, sofern diese durch Sichtachsen, ansprechende Zuwegungen und/oder Leitsysteme miteinander verbunden sind.

Entwicklungsziele und Empfehlungen für den ZVB Altstadtzentrum

Der Einzelhandel bestimmt insbesondere in der Hauptgeschäftslage der Großen Straße zu einem erheblichen Teil die Qualität der Strausberger Altstadt. So können negative Veränderungen im Besatz wie z.B. leere Schaufenster, Zunahme an Geschäften im Niedrigpreissegment zu unerwünschten Effekten führen und die Altstadt abwerten. Die prägenden Rahmenbedingungen mit der zunehmenden Konkurrenzsituation des Online-Handels sowie benachbarter Zentren, dem

[45] unter Abwägung städtebaulicher und absatzwirtschaftlicher Auswirkungen.

weiteren Rückgang des Facheinzelhandels, den sich ändernden Standort-/ Flächenanforderungen der Handelsunternehmen sowie die Altersstrukturveränderungen zeigen auf, dass neben den Einzelhandelsangeboten auch die ergänzenden Funktionen in Quantität und Qualität modernen Standards entsprechen müssen. Es gilt die gesamte Altstadt als urbanes Zentrum der Stadt in ihrem Funktions- und Aufenthaltswert nachhaltig zukunftsfähig zu gestalten. Dabei sind immer mehr alternative Konzepte gefragt, um zeitgemäßen Kundenansprüchen gerecht zu werden und dabei möglichst alle Bevölkerungs- und Zielgruppen im Blick zu haben. Die Anziehungskraft wird sich dabei zukünftig nicht mehr allein am Einzelhandelsangebot bemessen, vielmehr sollten die Anstrengungen gerichtet werden auf ein multifunktionales Stadtzentrum.

So werden von den geplanten Maßnahmen im Rahmen des Programms Aktive Stadtzentren sowie der INSEK Umsetzung wichtige Impulse für die Altstadtprofilierung erwartet. Hierbei geht es u.a. um die Aufwertung von städtischen Plätzen und Anlagen (u.a. Markt 13, Lindenplatz, Strausseepromenade, Energie Arena, ehemalige Turn- und Festhalle), welche frequenzbringende Wirkungen für die Altstadt haben können. Die im Folgenden formulierten Maßnahmenempfehlungen zur Weiterentwicklung des Altstadtzentrums setzen an den bereits beschlossenen Maßnahmenpaketen an.

Branchenmix und Funktionsvielfalt stärken

- Sicherung und Erhalt bestehender Betriebe / Einrichtungen
- Erweiterung und Qualifizierung des Angebotes lt. möglichen Entwicklungsimpulsen (s. Kapitel 5.1), Abheben ggü. anderen Standortbereichen
- Ergänzung des Betriebstypenmixes und Fördern der Vielfalt des Warensortiments hinsichtlich der Erfüllung des stadtentwicklungspolitischen und landesplanerischen Versorgungsauftrages für ein Mittelzentrum
- Entwicklung des Entwicklungsbereichs in der Großen Straße für zusätzliche Ansiedlungen, insbesondere von Frequenzbringern (Einzelhandel und zentrenergänzende Funktionen)
- Zielgruppen fokussieren (Familien, Jugendliche, Senioren) und Ansprache spezifizieren, Altstadtzentrum als Ort der Generationen entwickeln mit entsprechenden Angeboten bspw. gehobene Systemgastronomie und Treffpunkte für Jugendliche
- Bündelung publikumsintensiver Angebote im Altstadtzentrum und damit Entwicklung eines multifunktionalen Stadtzentrums mit höherer Nutzungsvielfalt (u.a. Kultur-, Freizeit-, Sportangebote, Institutionen aus den Bereichen Bildung, Gesundheit, Soziales, Verwaltung)
- Ausbau von Kopplungsbeziehungen auch zu Nutzungen im direkten Umfeld, Prüfen von Verlagerungen bzw. Neuansiedlungen zusätzlicher Frequenzbringer
- vorhandene Institutionen intensiver nutzen für Veranstaltungen und Aktionen
- Wochenmarkt qualifizieren im Zuge der Gestaltungsmaßnahmen am Lindenplatz

Aufenthaltsqualitäten

- Profilierung von Standortbereichen/ Bespielen von Stadträumen (Markt, Lindenplatz, Höfe, Straßenbereiche), hierbei Aufenthaltsqualitäten verbessern und Begegnungsräume schaffen u.a. durch Möblierung (Sitzgruppen) und Bepflanzungen zur Erhöhung der Verweildauer und Beförderung von Synergieeffekten für angrenzende Nutzungen
- Straßenraumaufteilung der Großen Straße umgestalten (breitere Bürgersteige und Fahrradwege sowie eine Reduzierung des Durchgangsverkehrs) mit dem Ziel die Aufenthaltsqualität zu erhöhen

- Sauberkeit im Straßenraum und auf Plätzen verbessern
- Hingucker, Identifikationsobjekte schaffen
- Lagegunst am Straussee aufgreifen, Effekte für die gesamte Altstadt und einzelne Nutzungen erreichen
- Erlebnispfade/Wanderausstellungen anlegen (bspw. Altstadtpfade zu den Themen Kunst, Geschichte und Sport; Klangspiele und Beleuchtung installieren)
- Reduzieren des motorisierten Verkehrs, Förderung eMobilität mit eTankstellen (Stellplatzanlagen) und Radverkehr mit entsprechender Infrastruktur
- freies WLan in der Bibliothek und am Markt (Aufwertung als Aufenthaltsort für jüngere Menschen)

Angebotsqualitäten

- besondere Serviceleistungen als Standortvorteil für die Altstadt anbieten und präsentieren
- Kundenansprache zielgruppenspezifisch gestalten (s. Empfehlungen unter Branchenmix und Vermarktung)
- Serviceoffensiven zur Kundenbindung organisieren
- Preissegmente niedrig- bis hochpreisig anbieten
- Workshops für Altstadtakteure zu Themen wie Waren- und Schaufensterpräsentation, Vertriebswege, Öffnungszeiten, online Marketing, Digitalisierung und Synergien mit Unterstützung der Bundesfachverbände, der IHK und des HBB

Altstadtmanagement

- Stärken der Position des Citymanagements durch personelle Unterstützung bzw. Einführen dienlicher Instrumente und Überprüfung der Aufgaben und Anforderungen (*s. Exkurs Citymanagement Anlage*)
- Einbinden von Multiplikatoren/ Kooperationspartnern, Netzwerktreff *Unsere Altstadt* installieren
- Klären und transparente Vermittlung von Zuständigkeiten des Citymanagements, Gewerbevereins, Ressorts der Verwaltung und ggf. weiterer Partner
- *Altes bewahren – neues probieren* – Vision zum Altstadtzentrum entwickeln und alle mitnehmen, sollte sich in den Fachverwaltungen wiederfinden und von allen gelebt werden
- aktives Flächenmanagement (Sensibilisierung Immobilieneigentümer und Gewerbetreibende für Barrierefreiheit, Branchenmix, Flächenanforderungen Anbieter, Angebotsvielfalt, Stadtbild und Mietengestaltung; aktive Ansprache von Filialisten, Präsenz auf Messen); Flächenvermarktung mit Standortvorteil Strausberg im Gegensatz zu Großstädten betreiben (Mietpreise und Lage); Anwerben von Existenzgründern (Unterstützung über *www.existenzgruender.de, www.gruenderplattform.de*, *www.nexxt-change.de*)
- Bewerben bei der Cityoffensive der IHK Ostbrandenburg
- Finanzierung kleinteiliger aufwertender Maßnahmen, hier Installation eines Verfügungsfonds prüfen über die ASZ II-Förderung (bspw. barrierefreie Zugänge, Veranstaltungen, Aufwertung)

Vermarktung

- Besonderheit/Profil der Altstadt ausarbeiten, Visitenkarte Altstadt und Marketingstrategie entwickeln

- mediale Präsenz ausweiten und professionalisieren: modern, on- und offline, social media Kanäle nutzen; Überprüfen des touristischen Marketings für die Altstadt (bspw. digitaler Einkaufsführer auf der Website der Stadt und der Touristeninformation, Shopping App)
- Veranstaltungen in der Altstadt konzentrieren, neue Akzente setzen mit bspw. immer wiederkehrenden kleinen Aktionen, hierbei Kopplungseffekte mit den Angeboten der Altstadt herstellen (Aktionen an der Stadtmauer, Erlebnispfade, Wanderausstellung im öffentlichen Raum, Kunst und Geschichte in den Schaufenstern der Geschäfte)
- Weiterführen des Runden Tisches mit Veranstaltern (bspw. Veranstaltungskalender als Beilage der Strausberger Zeitung prüfen)
- Qualifizieren von Broschüren und Websites, hier Präsenz der Altstadt ausbauen
- Ermitteln der touristischen Potenziale und Effekte für das Altstadtzentrum, hier Zusammenarbeit Citymanagement, Stadtentwicklung, Wirtschaftsförderung und Tourismusinformation

Zur Befähigung, die o.g. Maßnahmenempfehlungen umsetzen zu können, sollten sich das Citymanagement, der Gewerbeverein, die Tourismusinformation und Verwaltung hilfreiche Partner mit ins Boot holen. So haben u.a. die IHK Ostbrandenburg sowie der Handelsverband ihre Unterstützung angeboten. Aber auch in der Stadt selbst sind bereits viele Akteure und wichtige Multiplikatoren aus den unterschiedlichsten Bereichen (u.a. Soziales, Familie, Freizeit und Sport) mit gewinnbringenden Projekten und Ideen unterwegs. Hier gilt es, diese noch effektiver zusammenzuführen und im Miteinander für das Altstadtzentrum profitable Maßnahmen umzusetzen. Es sollte ein Diskurs geführt werden, wie das historische Zentrum der Stadt modern und für alle ansprechend entwickelt werden kann. Hierzu sollten alle eingeladen werden, die Interesse haben aktiv mitzuwirken.

Nebenzentrum Strausberg

Nachgeordnet zum zentralen Versorgungsbereich Altstadtzentrum besteht in Strausberg eine weitere strukturprägende Einzelhandelsagglomeration mit einem gewissen Standortgewicht. Wie aus dem abgestuften Zentren- und Standortsystem (vgl. Abbildung 34) bzw. dessen Erläuterung hervorgeht, bietet ein Nebenzentrum regelmäßig Waren und Dienstleistungen des kurz- und mittelfristigen, und in Teilen auch des langfristigen Bedarfsbereiches an.

Zwischen dem ZVB Altstadtzentrum im Norden und dem ZVB Nahversorgungszentrum Hegermühle im Süden findet sich mit dem Handelscentrum ein Nebenzentrum im Standortgefüge der Stadt Strausberg. Nachfolgend finden sich die Ausstattungskennwerte sowie eine städtebauliche Einordnung des Handelscentrums als Übersicht:

Der in dem Einzelhandelskonzept 2006 als Stadtteilzentrum ausgewiesene Standort Handelscentrum nimmt entgegen der zu dem damaligen Zeitpunkt zugeteilten Funktion eine Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt sowie die umliegenden Kommunen des Mittelbereichs wahr. Durch die attraktive Bündelung von Einzelhandelsbetrieben im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich ist der Standort **einer der wichtigsten Handelsstandorte** der Stadt Strausberg. Gleichzeitig nimmt der Standort eine wichtige **Nahversorgungsfunktion** für die nördlich angrenzenden Wohnlagen ein und ist durch die Ausstattung mit einem Drogeriefachmarkt gleichzeitig ein wichtiger gesamtstädtischer Einkaufsort im kurzfristigen Bedarfsbereich.

Das Handelscentrum nimmt durch seine Einzelhandelsausstattung (rd. 33 Betriebe mit rd. 12.500 m² Verkaufsfläche) eine wesentliche Versorgungsfunktion ein, die den wichtigsten, historisch gewachsenen Handelsstandort der Stadt, den ZVB Altstadtzentrum, in seiner Funktion überragt.

In Bezug auf die bestehende Versorgungsfunktion (Gesamtstadt und Kommunen des Mittelbereichs) ist das Handelscentrum somit mit dem ZVB Altstadtzentrum vergleichbar.

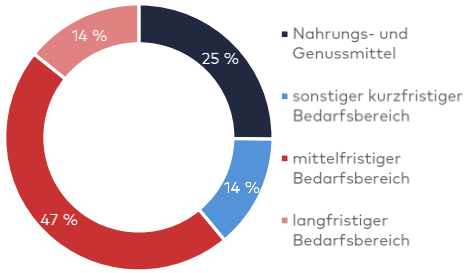
Wie die Ausstattungswerte zeigen, verfügt der Standort über diverse Betriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment. Dadurch trägt der Standortbereich einen **wichtigen Beitrag zur räumlichen Nahversorgung** bei.

ZVB NEBENZENTRUM HANDELSCENTRUM

Räumliche Analyse

Versorgungsbereich	Gesamtstadt und Umland

Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Siedlungsstruktur

Einwohner (Gesamtstadt)	27.110
Relative Einwohnerentwicklung bis 2024	+0,3 %

Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe*	33	22 %
Gesamtverkaufsfläche in m²*	12.500	26 %
Anzahl der Leerstände (**)	1	3 %
Zentrenergänzende Funktionen	11	-

Magnetbetriebe

E-Center, Rossmann, Medimax, C&A, Moses

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 09/2019; Einwohner Stadt Strausberg (08/2019) – Berechnung relative Einwohnerentwicklung basiert auf den Daten des Landesamt für Bauen und Verkehr; Die reale Bevölkerungsentwicklung kann in Abhängigkeit von Wohnbauentwicklungen in der Stadt Strausberg positiv davon abweichen; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; * bezogen auf Gesamtstadt; ** Leerstandsquote.

ZVB NEBENZENTRUM HANDELSCENTRUM

Räumliche Integration

Weitgehender Bezug zur Wohnbebauung gegeben – Standort befindet sich in Übergangsbereich zwischen Einfamilienhäusern und Wohnblöcken und bildet einen Solitärstandort in rückwärtiger Lage zur Verbindungsachse in Nord-Süd-Richtung; Standortbereich ist nicht vollständig von Siedlungsbereichen umgeben.

Verkehrliche Erreichbarkeit

Rückwärtig zur Hauptverkehrsachse Ernst-Thälmann- bzw. Berliner Straße – keine direkte Sichtbarkeit; Vielzahl an stellplatzbezogenen Parkanlagen, da es sich um einen eher autokundenorientierten Standort handelt; ÖPNV Anbindung bzw. Anschluss an die Straßenbahn durch Haltpunkt „Hegermühle" in rd. 300 m fußläufiger Entfernung; fußläufige und fahrradbezogene Erreichbarkeit gegeben.

Versorgungsfunktion

Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt sowie die angrenzenden Kommunen; deutliches städtebauliches Gewicht mit einem Anteil an der Gesamtverkaufsfläche von rd. 26%; bedeutender einzelhandelsrelevanter Standort für die Stadt Strausberg; kaum Wechselwirkungen mit anderen Standortbereichen aufgrund fehlender Konkurrenzstandorte sowie aufgrund des Angebotsmix und der Höhe der Gesamtverkaufsfläche.

Einzelhandelsbesatz

Einzelhandelsbesatz befindet sich im Gebäudekomplex des Handelscentrums; teilweise großflächige Angebotsformen, die sich auf den kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich beschränken; arrondiert wird das Angebot auch durch Waren des langfristigen Bedarfsbereichs; vereinzelt Leerstände, die jedoch hauptsächlich auf die Brandschäden 06/2019 zurückzuführen sind

Branchenmix und Betriebsgrößenstruktur

Attraktiver Mix aus großflächig und kleinteilig organisierten Betriebsgrößen; großflächige Magnetbetriebe die sich über die gesamte Fläche des Ergänzungsstandortes verteilen als verschiedene Ankerpunkte; keine größeren Angebotslücken vorhanden; Zahl an spezialisierten Fachgeschäften positiv zu bewerten.

Zentrenergänzende Funktionen

Vielzahl an zentrenergänzenden Funktionen (u. a. Ärzte, Werkstatt, Tanzschule, Fahrschule, Versicherungsmakler, Reinigung, Theaterkassen, Rechtsanwälte, gastronomische Angebote); gastronomische Angebote überwiegend imbissorientiert jedoch jeweils mit Aufenthaltsbereich; ergänzt wird das Angebot durch einzelhandelsnahe Dienstleistungen wie Reinigung und Änderungsschneiderei.

Städtebauliche Struktur

Gesamte Struktur des Nebenzentrums wird durch Handelscentrum Komplex dominiert; hohe bauliche Strukturen (v.a. die des Eingangsbereichs – jedoch aktuell durch Brandschäden beschädigt) als städtebauliche Dominante.

Städtebauliches Erscheinungsbild

Geringe städtebauliche Qualität des Handelscentrums sowohl von außen als auch von innen; teilweise unattraktive Sitzmöglichkeiten mit geringer Aufenthaltsqualität; keine ansprechende Einkaufsatmosphäre mit Verweilqualität vorhanden.

Entwicklungsperspektive (Zukunftsperspektive)

Umbau/Neubau durch Brandschäden im südwestlichen Bereich des Handelscentrums ermöglicht neue Gestaltung; Positivstandort für den zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel – dadurch Entwicklung eines Gegenpols zum Altstadtzentrum, ohne diesen in seiner Funktion zu schwächen.

Gesamtbewertung (Fazit)

Angemessener Einzelhandelsbesatz mit Fokus v.a. auf den kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich; attraktiver Angebotsmix; teilweise jedoch geringe Aufenthaltsqualität; deutliche Ausstrahlung des Standortes über die Stadtgrenzen hinaus.

Entwicklungsempfehlungen

- Ausweisung als **Nebenzentrum**
- **Festsetzung** der zentrenrelevanten sowie zentren- nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche auf bauleitplanerisch gesicherten Bestand
- Betriebsinterne Umstrukturierungen ermöglichen
- **Restriktiver Umgang** mit Verkaufsflächenerweiterungen – kein zweites Hauptzentrum neben ZVB Altstadtzentrum errichten
- **Entwicklungsmöglichkeiten** im Kontext der Zentrenhierarchie bzw. der ausgewiesenen Versorgungsfunktion und unter Berücksichtigung der Steuerungsleitsätze.

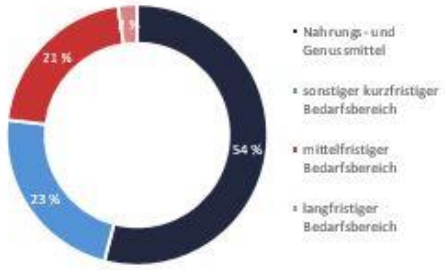
6.3 Nahversorgungszentren der Stadt Strausberg

ZVB NAHVERSORGUNGSZENTRUM HEGERMÜHLE

Räumliche Analyse

Versorgungsbereich	Zentraler Kernsiedlungsbereich von Strausberg

Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Siedlungsstruktur

Einwohner (Gesamtstadt)	27.110
Relative Einwohnerentwicklung bis 2024	+0,3 %

Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe*	6	4 %
Gesamtverkaufsfläche in m²*	3.400	7 %
Anzahl der Leerstände (**)	0	0 %

Zentrenergänzende Funktionen

Magnetbetriebe

REWE, ALDI Nord, dm und KiK

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 09/2019; Einwohner Stadt Strausberg (08/2019) – Berechnung relative Einwohnerentwicklung basiert auf den Daten des Landesamt für Bauen und Verkehr; Die reale Bevölkerungsentwicklung kann in Abhängigkeit von Wohnbauentwicklungen in der Stadt Strausberg positiv davon abweichen; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; * bezogen auf Gesamtstadt; ** Leerstandsquote

ZVB NVZ HEGERMÜHLE

Räumliche Integration

Im südlichen Bereich von Strausberg verortet; in nördlicher Richtung befindet sich der Ergänzungsstandort Handelscentrum und südlich das NVZ Vorstadt als nächstgelegene Zentren; mikro- sowie makroräumliche Integration gewährleistet.

Verkehrliche Erreichbarkeit

Direkte Lage an der Ernst-Thälmann-Straße als wichtigste Verbindungsachse in Nord-Süd-Richtung wodurch die Pkw-Erreichbarkeit als sehr gut einzustufen ist; Parkanlagen im Zentrum des NVZ Hegermühle sowie straßenbegleitendes Parken in der Straße Am Herrensee; eingeschränkte direkte ÖPNV Anbindung durch angrenzenden S-Bahn-Haltepunkte in östlicher Richtung; fußläufige Erreichbarkeit und Radwegenetz gut ausgebaut.

Versorgungsfunktion

Versorgungsfunktion v.a. für den eher südlichen Kernsiedlungsbereich der Stadt Strausberg; städtebauliches Gewicht mit einem Anteil an der Gesamtverkaufsfläche von rd. 7 %; kaum Wechselwirkungen mit anderen Standortbereichen aufgrund der zentralen Lage in der Stadt ohne wesentliche Konkurrenzstandorte in direkter räumlicher Nähe.

Einzelhandelsbesatz

Besatz v.a. durch großflächige Filialisten der kurzfristigen Bedarfsstufe (insb. Lebensmittel) geprägt; ergänzt durch einen Betrieb der mittelfristigen Bedarfsstufe; keine Leerstände im abgegrenzten Bereich des NVZ vorhanden.

Branchenmix und Betriebsgrößenstruktur

Überwiegend großflächige Filialisten bzw. Magnetbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Schwerpunkt; Mix aus Lebensmittelvollsortiment und –discounter ergänzt durch einen Drogeriefachmarkt; zudem preisorientierte Angebotsprägung im mittelfristigen Bereich; keine gewichtigen Angebotslücken vorhanden, jedoch fehlende Ergänzung durch Fachgeschäfte.

Zentrenergänzende Funktionen

Angemessene Zahl bzw. Abdeckung wichtiger Bereiche (z.B. Bank und Friseur) durch die vorhandenen zentrenergänzenden Funktionen; zentrenergänzende Funktionen konzentrieren sich v.a. auf den östlichen Bereich des Nahversorgungszentrums.

Städtebauliche Struktur

Struktur des NVZ setzt sich aus drei Gebäudekomplexen zusammen, die sich um die Parkplatzanlage im Zentrum des NVZ konzentrieren, im östlichen Bereich grenzt eine neu gestaltete parkähnliche Anlage mit Sitzgelegenheiten an.

Städtebauliches Erscheinungsbild

z. T. hohe Aufenthaltsqualität durch Gestaltung des östlichen Bereichs mit Sitzmöglichkeiten; ansprechende Gestaltung der Platzsituation; deutlich gepflegte Bausubstanz der Immobilien

Entwicklungsperspektive (Zukunftsperspektive)

Wichtiger Standort für den nahversorgungsrelevanten Bereich; aktuell keine planungsrechtlich abgesicherten Veränderungen geplant, jedoch wird eine Erweiterung und Umgestaltung des am Standort befindlichen Drogeriemarkt dm sowie dem Bekleidungsgeschäft KiK angestrebt

Gesamtbewertung (Fazit)

Angemessener Einzelhandelsbesatz mit Fokus auf Versorgung im nahversorgungsrelevanten Bereich; attraktiver Angebotsmix; weist sehr gute räumlich, funktionale Qualitäten auf; gute Lage und verkehrliche Erreichbarkeit im Stadtgebiet von Strausberg.

Entwicklungsempfehlungen

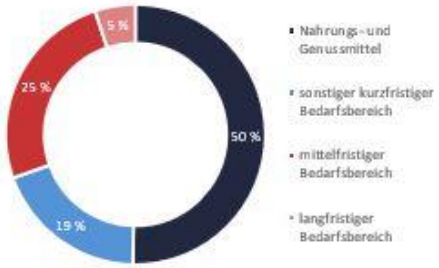
- Fortschreibung als **Nahversorgungszentrum**
- Erhalt und Weiterentwicklung der **Magnetbetriebe** im kurzfristigen Bedarfsbereich
- Fokus auf **zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente**, dabei insbesondere bedarfsorientierte Angebotsergänzung
- Ergänzung um zentrenrelevante Einzelhandelsangebote nur **gezielt punktuell branchenspezifisch** (ohne negative Auswirkungen auf die hierarchisch übergeordneten Zentren)

ZVB NAHVERSORGUNGSZENTRUM VORSTADT

Räumliche Analyse

Versorgungsbereich	Südlicher Kernsiedlungsbereich von Strausberg

Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Siedlungsstruktur

Einwohner (Gesamtstadt)	27.110
Relative Einwohnerentwicklung bis 2024	+0,3 %

Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe*	7	5 %
Gesamtverkaufsfläche in m²*	2.000	4 %
Anzahl der Leerstände (**)	0	0 %
Zentrenergänzende Funktionen	8	-

Magnetbetriebe

NETTO Marken-Discount, TEDi

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 09/2019; Einwohner Stadt Strausberg (08/2019) – Berechnung relative Einwohnerentwicklung basiert auf den Daten des Landesamt für Bauen und Verkehr; Die reale Bevölkerungsentwicklung kann in Abhängigkeit von Wohnbauentwicklungen in der Stadt Strausberg positiv davon abweichen; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; * bezogen auf Gesamtstadt; ** Leerstandsquote

ZVB NAHVERSORGUNGSZENTRUM VORSTADT

Räumliche Integration

Räumliche Integration in das städtebauliche Umfeld kann als gut bewertet werden, allerdings befindet sich das NVZ weitestgehend am südwestlichen Siedlungsrand; bildet jedoch in diesem Bereich den einzigen ZVB und hat folglich eine wichtige Nahversorgungsfunktion

Verkehrliche Erreichbarkeit

Abseits der Hauptverkehrsachse Ernst-Thälmann-Straße als wichtigste Verbindungsachse in Nord-Süd-Richtung. jedoch trotzdem gute Anbindung gegeben; stellplatzbezogene Parkanlagen sowie straßenbegleitendes Parken in der Straße Am Försterweg oder in der Heinrich-Dorrenbach-Straße; gute ÖPNV Anbindung durch südlich gelegenen Bahnhaltepunkt Strausberg mit Anschluss an Bus- und Bahnlinie; fußläufige Erreichbarkeit gut ausgebaut

Versorgungsfunktion

Versorgungsfunktion v.a. für den südlichen Siedlungsbereich; städtebauliches Gewicht mit eher geringem Anteil der Gesamtverkaufsfläche (rd. 4 %), aber für den südlichen Bereich als gut zu werten; geringe Dimensionierung des Nahversorgungszentrums; kaum Wechselwirkungen mit anderen Standortbereichen aufgrund der Lage am Siedlungsrand ohne wesentliche Konkurrenzstandorte

Einzelhandelsbesatz

Dichter und guter Besatz für die vorhandene Größe des NVZ; großflächiger Filialist der kurzfristigen Bedarfsstufe, hier im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel, bildet den Magnetbetrieb – jedoch nur discountorientiert; höchste Einzelhandelsdichte im südlichen Bereich; keine Leerstände vorhanden

Branchenmix und Betriebsgrößenstruktur

NVZ umfasst zwei großflächig organisierte Magnetbetriebe zum einen mit nahversorgungsrelevantem Schwerpunkt; wird zum anderen durch einen Sonderpostenmarkt am Standort ergänzt; v.a. preisorientierte Angebotsprägung im NVZ Vorstadt; ergänzt wird der Branchenmix durch kleinteiligere Fachgeschäfte wie einen Blumenladen oder eine Apotheke.

Zentrenergänzende Funktionen

angemessene Zahl an zentrenergänzenden Funktionen; guter Angebotsmix durch gastronomisches oder auch ärztliches Angebot; Geldinstitut wie beispielsweise eine Bank fehlt jedoch am Standort.

Städtebauliche Struktur

Städtebauliche Struktur kann als gut bewertet werden; Gebäudekomplex fügt sich gut in die Umgebung ein; eine gewisse Trennwirkung ergibt sich durch die städtebauliche Struktur nicht

Städtebauliches Erscheinungsbild

z. T. hohe Aufenthaltsqualität insb. durch das gastronomische Angebot; östlich grenzt ein Spielplatz mit kleineren Spielgeräten sowie weiteren Sitzmöglichkeiten an; gepflegte Bausubstanz rund um den Spielplatz sowie die Parkplatzanlage; ansprechende Gestaltung

Entwicklungsperspektive (Zukunftsperspektive)

Wichtiger Standort für den nahversorgungsrelevanten Bereich; zukünftig keine grundlegende Veränderung geplant

Gesamtbewertung (Fazit)

Angemessener Einzelhandelsbesatz mit Fokus auf Versorgung im nahversorgungsrelevanten Bereich in Ergänzung mit einem Sonderpostenmarkt – jedoch nur niedriges Preissegment; z.T. hohe Aufenthaltsqualität; fügt sich gut in städtebauliches Umfeld ein und bildet einen wichtigen Nahversorgungsstandort für den südlichen Siedlungsbereich.

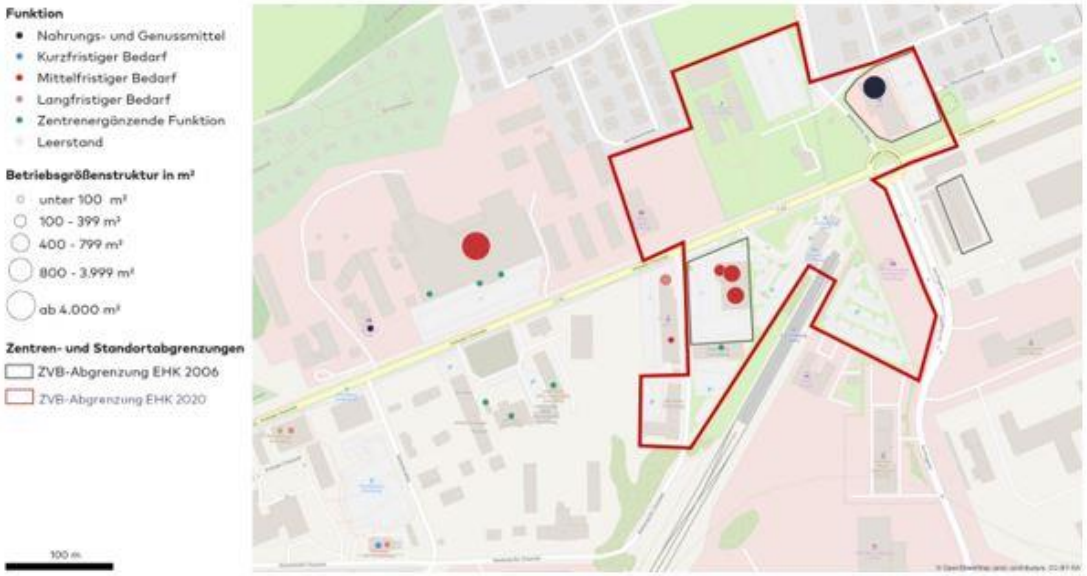
Entwicklungsempfehlungen

- Fortschreibung als **Nahversorgungszentrum**
- Sicherung der **Versorgungsfunktion** für das südliche Stadtgebiet
- Sicherung und Weiterentwicklung des als **Frequenzbringer** unerlässlichen **Lebensmittelmarktes**
- Weiterhin **Bündelung, Sicherung und Stärkung** der ergänzenden Einzelhandelsbetriebe und der ergänzenden Funktionen als wichtige Frequenzbringer des Zentrums

ZVB NAHVERSORGUNGSZENTRUM PRÖTZELER CHAUSSEE

Räumliche Analyse

Versorgungsbereich	Nördlicher Kernsiedlungsbereich von Strausberg



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen

Siedlungsstruktur

Einwohner (Gesamtstadt)	27.110
Relative Einwohnerentwicklung bis 2024	+0,3 %

Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe*	4	2 %
Gesamtverkaufsfläche in m²*	2.100	4 %
Anzahl der Leerstände (**)	0	0 %
Zentrenergänzende Funktionen	-	-

Magnetbetriebe

ALDI Nord, KiK, TEDi

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 09/2019; Einwohner Stadt Strausberg (08/2019) – Berechnung relative Einwohnerentwicklung basiert auf den Daten des Landesamt für Bauen und Verkehr; Die reale Bevölkerungsentwicklung kann in Abhängigkeit von Wohnbauentwicklungen in der Stadt Strausberg positiv davon abweichen; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; * bezogen auf Gesamtstadt; ** Leerstandsquote

ZVB NAHVERSORGUNGSZENTRUM PRÖTZELER CHAUSSEE

Räumliche Integration

Im nördlichen Siedlungsbereich der Stadt Strausberg verortet und weitestgehend am nordöstlichen Siedlungsrand gelegen; östlich grenzt Kasernengelände an; mikroräumliche Integration gewährleistet, makroräumlich weitestgehend integriert

Verkehrliche Erreichbarkeit

Direkte Lage an der Hauptverkehrsstraße Prötzeler Chaussee, wodurch auch eine gute Sichtbarkeit der Betriebe gegeben ist; Pkw- sowie ÖPNV-Erreichbarkeit sind als sehr gut zu bewerten durch die direkte Lage an der Hauptverkehrsstraße sowie die räumliche Nähe zum Bahnhaltepunkt Strausberg Nord; stellplatzbezogene Parkanlagen sind vorhanden; fußläufige Erreichbarkeit und Radwegenetz gut ausgebaut

Versorgungsfunktion

Versorgungsfunktion für den nördlichen Siedlungsbereich; städtebauliches Gewicht mit eher geringem Anteil der Gesamtverkaufsfläche von rd. 4 %; für diesen Bereich jedoch als gut zu werten; geringe Dimensionierung des Nahversorgungszentrums; kaum Wechselwirkungen mit anderen Standortbereichen aufgrund der Lage am nördlichen Siedlungsrand ohne wesentliche Konkurrenzstandorte.

Einzelhandelsbesatz

Recht geringer Besatz, welcher sich über beide Seiten der Prötzeler Chaussee erstreckt; großflächiger Filialist der kurzfristigen Bedarfsstufe im nördlichen Bereich, welcher durch einen südlich gelegenen Sonderpostenmarkt sowie einen Textildiscounter im NVZ Prötzeler Chaussee ergänzt wird; eher discountorientiertes Warenangebot; keine Leerstände vorhanden

Branchenmix und Betriebsgrößenstruktur

Überwiegend großflächig organisierte Betriebsgrößen in der Hauptfrequenzlage; großflächige Magnetbetriebe entlang beider Straßenseiten; v.a. preisorientierter Angebotsprägung mit Konzentration auf den mittelfristigen Bedarfsbereich, was durch den Kopplungsstandort KiK und TEDi und durch den angrenzenden Baumarkt bedingt ist.

Zentrenergänzende Funktionen

Geringer Angebotsmix im Bereich der zentrenergänzenden Funktionen; gastronomische Angebote überwiegen - hauptsächlich imbissorientiert mit eingeschränkten Aufenthaltsqualitäten.

Städtebauliche Struktur

Stark befahrene Hauptverkehrsstraße Prötzeler Chaussee mit gewisser Trennwirkung für die fußläufige Überleitung; städtebauliche Struktur fast ausnahmslos durch großflächige Betriebe bestimmt mit autokundenorientierter Wirkung.

Städtebauliches Erscheinungsbild

Durch die direkte Lage an der Hauptverkehrsstraße ist keine Aufenthaltsqualität gegeben; teilweise wenig ansprechende Bausubstanz – z.T. deutlich veraltet mit Ausnahme des Bereichs rund um den Bahnhaltepunkt Strausberg Nord; teilweise erhöhte Immissionen Lärm, Abgase etc.

Entwicklungsperspektive (Zukunftsperspektive)

Schließung des Lebensmitteldiscounters LIDL im Kreuzungsbereich Prötzeler Chaussee/Am Flugplatz – Leerstand entfällt jedoch nach neuer Abgrenzung des NVZ im EHK 2020; der im EHK 2006 als drei einzelne Lagen ausgewiesene ZVB wird nun gesamtheitlich betrachtet und wird durch eine aktuell als Autohaus genutzte Fläche in östlicher Richtung erweitert; wichtige Kopplungsbeziehungen in Richtung Baumarkt durch räumliche Nähe, welche sich positiv auf die umliegenden Bestandsbetriebe auswirken können.

Gesamtbewertung (Fazit)

Einzelhandelsbesatz mit Fokus auf mittelfristigen Bedarfsbereich; arrondiert durch einen Nahversorger im nördlichen Bereich; wichtige Kopplungsbeziehungen; geringe Aufenthaltsqualität aufgrund der Lage an der Hauptverkehrsstraße Prötzeler Chaussee, jedoch ergibt sich dadurch eine gute verkehrliche Erreichbarkeit sowie Sichtbarkeit der Betriebe im Nahversorgungszentrum.

Entwicklungsempfehlungen

- Fortschreibung als **Nahversorgungszentrum**
- **Anpassung** der Abgrenzung **des ZVB** und **Einbeziehung wichtiger öffentlicher Einrichtungen** als Frequenzbringer abseits des Einzelhandels; der westlich angrenzende OBI Baumarkt wird nicht in die Abgrenzung mitaufgenommen, da es sich hierbei aktuell um einen Standort des nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels handelt.
- **Erhalt und Stärkung** des als Frequenzbringer unerlässlichen Lebensmittelmarktes
- **Fokus auf zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente**, dabei insbesondere bedarfsorientierte Angebotsergänzung
- Sicherung des Angebotes im Bereich des **erweiterten Grundbedarfs**, keine Weiterentwicklung zulasten der weiteren zentralen Versorgungsbereiche insb. des Altstadtzentrums (Einzelfallprüfung notwendig)

ZVB NAHVERSORGUNGSZENTRUM HOHENSTEINER CHAUSSEE

Räumliche Analyse

Versorgungsbereich	Östlicher Siedlungsbereich von Strausberg

Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen

Siedlungsstruktur

Einwohner (Gesamtstadt)	27.110
Relative Einwohnerentwicklung bis 2024	+0,3 %

Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe*	7	5 %
Gesamtverkaufsfläche in m²*	4.900	10 %
Anzahl der Leerstände (**)	0	0 %
Zentrenergänzende Funktionen	2	-

Magnetbetriebe

Kaufland, Deichmann, AWG Mode-Center

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 09/2019; Einwohner Stadt Strausberg (08/2019) – Berechnung relative Einwohnerentwicklung basiert auf den Daten des Landesamt für Bauen und Verkehr; Die reale Bevölkerungsentwicklung kann in Abhängigkeit von Wohnbauentwicklungen in der Stadt Strausberg positiv davon abweichen; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; * bezogen auf Gesamtstadt; ** Leerstandsquote

ZVB NAHVERSORGUNGSZENTRUM HOHENSTEINER CHAUSSEE

Räumliche Integration

Im östlichen Siedlungsbereich verortet und weitestgehend am östlichen Siedlungsrand gelegen; östlich und teilweise südlich grenzen Gewerbeflächen an; mikroräumliche sowie makroräumliche Integration gewährleistet

Verkehrliche Erreichbarkeit

Lage an der Hauptverkehrsachse Hohensteiner Chaussee als wichtigste Verbindungsachse zwischen den östlich angrenzenden Kommunen und dem Altstadtzentrum der Stadt Strausberg; autokundenorientierter Standort; Vielzahl an stellplatzbezogenen Parkplatzanlagen; eingeschränkte ÖPNV Anbindung durch Lage des nächstgelegenen Bushaltepunktes außerhalb der Abgrenzung des NVZ; fußläufige sowie fahrradbezogene Erreichbarkeit jedoch gegeben.

Versorgungsfunktion

Wichtige Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt sowie angrenzende Kommunen, hohes städtebauliches Gewicht mit einem Anteil der Gesamtverkaufsfläche von rd. 10 % bezogen auf die Gesamtstadt; jedoch geringe Dimensionierung des Stadtteilzentrums – Betriebe sind in einem Gebäudekomplex zusammengefasst; kaum Wechselwirkungen mit anderen Standortbereichen aufgrund der Lage am östlichen Siedlungsrand ohne wesentliche Konkurrenzstandorte in räumlicher Nähe.

Einzelhandelsbesatz

Dichter Besatz, welcher sich in einem Gebäudekomplex zusammenfindet; Verbrauchermarkt als großflächige Filialisten sowie gleichzeitig als Magnetbetrieb der kurzfristigen Bedarfsstufe; im Durchschnitt mittelpreisiges Warenangebot durch Ergänzung der Sortimente Bekleidung und Schuhe/Lederwaren im mittelfristigen Bedarfsbereich; keine Leerstände im NVZ.

Branchenmix und Betriebsgrößenstruktur

Zwei großflächige Magnetbetriebe im hinteren Bereich des Komplexes, die durch kleinteiligere Ladeneinheiten sowie zentrenergänzende Funktionen im Eingangsbereich ergänzt werden; Leitsortiment-Filialisten im Bereich Bekleidung und Schuhe/Lederwaren vorhanden und mit mittelpreisiger Angebotsprägung; keine größeren Angebotslücken vorhanden.

Zentrenergänzende Funktionen

Geringer Angebotsmix im Bereich der zentrenergänzenden Funktionen; gastronomische Angebote überwiegen – geprägt durch Imbiss und Bäckerei mit Sitzgelegenheiten.

Städtebauliche Struktur

Autokundenorientierter Standortbereich in östlicher Randlage der Stadt Strausberg; städtebauliche Struktur wird ausschließlich durch die Solitärlage des Gebäudekomplexes geprägt.

Städtebauliches Erscheinungsbild

Sehr geringe Aufenthaltsqualität insb. durch die städtebauliche Struktur und die vorgelagerte Parkanlage; Bausubstanz der Immobilien ist jedoch gut; ansprechendes Begleitgrün rund um das Nahversorgungszentrum

Entwicklungsperspektive (Zukunftsperspektive)

Bedeutender Standort für den nahversorgungsrelevanten Bereich; aktuell keine grundlegende Veränderung geplant; mittelfristige Perspektive: Durch eine geplante Wohnbauentwicklung im Umfeld des Standortbereiches (bis zu 1.000 Wohneinheiten) kann sich perspektivisch Anpassungsbedarf ergeben. Insbesondere eine Verbesserung des städtebaulichen Erscheinungsbildes ist anzustreben.

Gesamtbewertung (Fazit)

Angemessener bis sehr guter Einzelhandelsbesatz mit Fokus auf Versorgung im nahversorgungsrelevanten Bereich durch den Verbrauchermarkt als Magnetbetrieb; jedoch geringe Aufenthaltsqualität; attraktiver Angebotsmix durch Ergänzung im mittelfristigen Bedarfsbereich; aufgrund der Lage am östlichen Siedlungsrand insbesondere ein autokundenorientierter Standort, welcher jedoch auch fußläufige Versorgungsfunktionen für die angrenzenden Wohngebiete erfüllt.

Entwicklungsempfehlungen

- Fortschreibung als **Nahversorgungszentrum**
- **Erhalt und Stärkung des Kaufland-Marktes** als wichtiger Nahversorgungsbetrieb für das gesamte Stadtgebiet
- **Fokus auf zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente**, dabei insbesondere bedarfsorientierte Angebotsergänzung
- **Keine weitere Attraktivierung des Angebotes** im Bereich des zentrenrelevanten Einzelhandels

6.4 Nahversorgungskonzept

Die derzeit bestehende Nahversorgungsstruktur wurde in Kapitel 4.7 bereits tiefergehend analysiert. Vor diesem Hintergrund werden im folgenden Kapitel Empfehlungen zur Erhaltung und Verbesserung der Nahversorgung in Strausberg ausgesprochen.

Kriterien für Nahversorgungsstandorte

Neben den zentralen Versorgungsbereichen wird in Strausberg die Ausweisung sogenannter Nahversorgungsstandorte geprüft. Dabei handelt es sich um Einzelhandelsstandorte von Lebensmittelmärkten (sowie zum Teil ergänzenden kleinteiligen Einzelhandelsbetrieben), die eine strukturell bedeutsame Nahversorgungsfunktion übernehmen, aber nicht die rechtlichen Anforderungen an zentrale Versorgungsbereiche erfüllen (siehe dazu auch Kapitel 6.1). Die gezielte Ausweisung solcher Nahversorgungsstandorte und die nähere planerische Befassung mit ihnen tragen begünstigend dazu bei, die Nahversorgung in der Stadt Strausberg dauerhaft zu sichern sowie gezielt und nachfragegerecht weiterzuentwickeln. Zur Ausweisung eines Nahversorgungsstandortes müssen dabei die folgenden Voraussetzungen erfüllt sein.

KRITERIEN FÜR DIE AUSWEISUNG NEUER NAHVERSORGUNGSSTANDORTE

- **Städtebauliche Integration:** Der Standort steht im direkten räumlich-funktionalen Zusammenhang zu größeren Gebieten mit Wohnbebauung beziehungsweise ist idealerweise von dieser umgeben.
- **ÖPNV-Erreichbarkeit:** Der Standort ist an das Netz des ÖPNV angebunden.
- **Schutz zentraler Versorgungsbereiche:** Sofern sich der Standort nicht an einen zentralen Versorgungsbereich „anschmiegt“ (siehe Steuerungsleitsätze), ist er ausreichend weit vom jeweiligen zentralen Versorgungsbereich entfernt.
- **Sicherung/Optimierung der Nahversorgung:** Der Standort trägt wesentlich zur Sicherung und/oder Optimierung der (räumlichen, quantitativen oder qualitativen) Nahversorgungssituation bei. In diesem Zusammenhang ist auch die perspektivische Wohnbauentwicklung zu berücksichtigen.

Städtebauliche Integration

Der Standort soll überwiegend von Wohnsiedlungsbereichen umgeben sein beziehungsweise in einem engen räumlich-funktionalen Zusammenhang zu diesen stehen. Dies ist regelmäßig der Fall, wenn der Vorhabenstandort mindestens von zwei Seiten (besser drei Seiten oder mehr) von Wohnbebauung umgeben ist.

Darüber hinaus soll eine fußläufige Anbindung an die zugeordneten Wohnsiedlungsbereiche vorliegen (zum Beispiel Fußwege, Querungshilfen über stark befahrene Straßen, keine städtebaulichen oder naturräumlichen Barrieren).

Ein nur teilweise städtebaulich integrierter Standort (zum Beispiel bei umgebender Wohnbebauung an nur zwei Seiten und Lage an stark befahrener Straße ohne Querungshilfe) erfährt bei der Bewertung eine entsprechende Abwertung. Ein städtebaulich nicht integrierter Standort (zum Beispiel Gewerbegebietslagen oder bei gänzlich fehlender umgebender Wohnbebauung) stellt ein Ausschlusskriterium dar.

ÖPNV-Erreichbarkeit

Der Standort ist in das Netz des ÖPNV eingebunden und verfügt über einen regelmäßig frequentierten Haltepunkt in unmittelbarer Nähe zum Vorhabenstandort. Von einer immer noch ausreichenden ÖPNV-Anbindung ist bis zu einer Luftlinienentfernung von 300 m zwischen Prüfstandort und ÖPNV-Haltepunkt auszugehen. Bei einer Entfernung von mehr als 300 m Luftlinie stellt sich die ÖPNV-Anbindung als nicht mehr ausreichend dar. Das Kriterium gilt in diesem Fall in der Regel als nicht erfüllt.

Schutz zentraler Versorgungsbereiche

Zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche soll sich der situative Nahbereich des Vorhabens nicht mehr als unwesentlich mit dem Nahbereich der nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereiche überschneiden. Die Abgrenzung des situativen Nahbereiches wird dabei wie folgt durchgeführt:

Von einer mehr als unwesentlichen **Überschneidung** der Nahbereiche ist in der Regel dann auszugehen, wenn die Einwohnerzahl im Überschneidungsbereich mehr als 10 % der Einwohnerzahl im gesamten Nahbereich des betroffenen zentralen Versorgungsbereiches entspricht. Als Nahbereich des zentralen Versorgungsbereiches kann vereinfachend und in einem ersten, überschlägigen Schritt eine Pufferzone von mindestens 500 m um die räumliche Abgrenzung des ZVB angenommen werden. Der Nahbereich zentraler Versorgungsbereiche sollte jedoch ebenfalls situativ unter Berücksichtigung der wettbewerblichen, siedlungsräumlichen und topografischen Gegebenheiten abgegrenzt werden (siehe oben). Gegebenenfalls ist eine gutachterliche Unterstützung bei der Bewertung angeraten.

Eine Überschneidung von bis zu 20 % wird im Rahmen der Standortbewertung zwar nicht mehr als unwesentliche, jedoch lediglich als „leichte“ Überschneidung gewertet und erfährt demnach bei der Bewertung eine entsprechende Abwertung. Eine noch deutlichere Überschneidung ist ein deutliches Indiz dafür, dass der betrachtete Standort nicht als Nahversorgungsstandort zu empfehlen ist, sofern kein besonderer, städtebaulicher Begründungszusammenhang (zum Beispiel „Anschmiegen“ an ZVB) vorliegt.

Sicherung/Optimierung der Nahversorgung

Der Standort soll zudem einen wesentlichen Beitrag zur Sicherung oder Optimierung der räumlichen, qualitativen und/oder quantitativen Nahversorgung liefern.

Zur Sicherung oder Optimierung der **räumlichen Nahversorgungssituation** soll sich der Nahbereich des Standortes nicht mehr als 50 % mit Nahbereichen von Betrieben anderer Standorte und des zentralen Versorgungsbereiches überschneiden. Vereinfachend kann auch ein Radius von 500 bis 700 m Luftlinie angenommen werden. In diesem Falle sollten jedoch städtebauliche und/oder naturräumliche Barrieren berücksichtigt werden.

Die Sicherung oder Optimierung der **quantitativen Nahversorgung** ist gegeben, wenn der Betrieb am Vorhabenstandort einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung der Verkaufsflächenausstattung beziehungsweise Zentralität im Stadtteil liefert. Dies kann der Fall sein, wenn der Stadtteil über eine unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung verfügt. Eine deutlich überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung ist hingegen ein Hinweis darauf, dass kein weiterer Bedarf an einer quantitativen Verbesserung der Nahversorgungssituation besteht. In diesem Zusammenhang ist auch die Entwicklung von Wohnbaupotenzialen zu berücksichtigen.

Sofern der Betrieb am Vorhabenstandort einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung des Betriebstypenmixes im Stadtteil liefert beziehungsweise zum Erhalt attraktiver und vielfältiger Nahversorgungsstrukturen beiträgt, ist eine Sicherung oder Optimierung der **qualitativen Nahversorgung** gegeben. So kann zum Beispiel die Ansiedlung eines modernen Lebensmittelvollsortimenters bei einem fehlenden vollsortimentierten oder nicht mehr marktgängigen Angebot zur Optimierung der qualitativen Nahversorgung beitragen.

Sofern im Nahbereich eine ausreichende Mantelbevölkerung vorhanden ist, kann zum Beispiel ein Lebensmittelvollsortimenter im Standortverbund mit einem Lebensmitteldiscounter aufgrund der möglichen Komplettierung beziehungsweise Verbesserung des Betriebstypenmixes die Nahversorgungssituation in einem Stadtteil verbessern, obwohl er keinen wesentlichen Beitrag zur Optimierung der (rein) räumlichen Nahversorgung liefert. Ebenso kann die Verlagerung eines Lebensmittelmarktes aus einer städtebaulich nicht integrierten Lage in eine städtebaulich integrierte Lage bei gleichzeitiger (leichter) Verkaufsflächenerweiterung trotz eingeschränkter absatzwirtschaftlicher Entwicklungspotenziale im betrachteten Stadtteil einen positiven Beitrag zur Nahversorgungsstruktur liefern.[46]

Gesamtstädtische Handlungsprioritäten

Die Ergebnisse der Markt- und Standortanalyse sowie des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens haben gezeigt, dass bezüglich der Nahversorgung quantitativ kein umfassender Handlungsbedarf besteht. Vielmehr stehen qualitative und räumliche Fragestellungen im Vordergrund der zukünftigen Entwicklung der Nahversorgung. Bei möglichen Erweiterungs- oder Ansiedlungsvorhaben sind unter Umständen Umsatzumverteilungen zu erwarten, welche eine städtebaulich relevante Größenordnung erreichen können. Um die Nahversorgungsbetriebe der Zentren und die bestehenden Nahversorgungsstandorte in ihrer Funktion zu stärken sowie möglichen Betriebsschließungen und Trading-Down-Effekten entgegnen zu können, sollten die zukünftigen Ansiedlungsbemühungen der Stadt Strausberg aus einer nach Handlungsprioritäten abgestuften Strategie bestehen:

EMPFEHLUNGEN ZUR NAHVERSORGUNG IN STRAUSBERG

Ziel 1: Fokus der Nahversorgung auf die zentralen Versorgungsbereiche

- Sicherung und Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche.
- Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch neue Ansiedlungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche resultieren könnten.
- Ansiedlung eines marktgängigen Lebensmittelmarktes als Magnetbetrieb im ZVB Altstadtzentrum Strausberg
- Verbesserung der Standortrahmenbedingungen vor allem bei aktuell nicht marktgerechten Einzelhandelsbetrieben[47] (insbesondere Verbesserung der Zugänglichkeit für ältere Personengruppen im Zuge des demografischen Wandels)

Ziel 2: Integrierte Nahversorgungsstandorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sichern und entwickeln

[46] Die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen der Verkaufsflächenerweiterung und räumlichen Verlagerung sind natürlich trotzdem in der Regel im Rahmen einer einzelfallbezogenen Verträglichkeitsanalyse zu prüfen.

[47] z.B. Lebensmitteldiscounter NORMA im Nebenzentrum Handelscentrum.

- Sicherung und bedarfsgerechte Weiterentwicklung bestehender konzeptkonformer Standorte.
- Verbesserung der wohnortnahen Grundversorgung, insbesondere fußläufige Erreichbarkeit der Lebensmitteldiscounter und Supermärkte (ggf. auch durch Optimierung des Fußwegenetzes).
- Bei Bedarf: Ausweisung und Entwicklung neuer Nahversorgungsstandorte im Rahmen größerer Wohnbauprojekte unter Beachtung der konzeptionellen Kriterien für Nahversorgungsstandorte
- Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch neue Ansiedlungen resultieren könnten.
- Verbesserung der Standortrahmenbedingungen vor allem bei aktuell nicht marktgerechten Betrieben (insbesondere Verbesserung der Zugänglichkeit für ältere Personengruppen im Zuge des demografischen Wandels) ohne gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche auszuüben.

Ziel 3: Keine Ansiedlungen/Erweiterungen in städtebaulich nicht integrierten Lagen

Sonstige Empfehlungen:

- Grundsätzlich: Neuansiedlungen/Verlagerungen zur Versorgung des Gebietes und wenn keine negativen Auswirkungen für die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind.
- Qualitative Weiterentwicklung der Nahversorgung im Hinblick auf Betriebstypenmix, Andienung, Parkplätze und Service.
- Ansonsten konsequenter Ausschluss von zentren- und nahversorgungsrelevantem Einzelhandel.

Für diese Empfehlungen gelten die Steuerungsleitsätze (siehe Kapitel 6.6), die ein ausgewogenes Regularium zum Schutz und zur Entwicklung sowohl der zentralen Versorgungsbereiche als auch der wohnortnahen Versorgung in der Fläche beinhalten. Zudem wird empfohlen, die vorstehenden Entwicklungsziele durch entsprechende Festsetzungen in Bebauungsplänen, die für die Gebiete neu aufgestellt werden, umzusetzen.

Zur Analyse der stadtentwicklungspolitischen Tragweite einer Verkaufsflächenerweiterung eines Nahversorgungsvorhabens sollte stets eine intensive Einzelfallbetrachtung inkl. eines städtebaulichen Konzeptes 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 zentralen Versorgungsbereiches bzw. dessen Erweiterungsbereich thematisiert werden. Eine solcherlei vorbereitete und abgewogene räumliche Ausweitung des zentralen Versorgungsbereiches sollte von der zuständigen Stadtverordnetenversammlung durch einen Beschluss gebilligt werden.

Nahversorgungsstandorte in Strausberg

Die derzeit bestehende Nahversorgungsstruktur wurde in Kapitel 4.7 bereits tiefergehend analysiert. Hieraus ging hervor, dass die Verkaufsflächenausstattung in den Sortimentsbereichen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren sich als überdurchschnittlich im Vergleich zum Bundesdurchschnitt darstellt. Dabei befindet sich ein Großteil der Verkaufsflächen in städtebaulich integrierten Lagen. Zudem zeigt sich in der in Rede stehenden Warengruppe eine diversifizierte und ausgewogene Angebotsstruktur. In der Warengruppe Drogeriewaren weist

Strausberg eine leicht überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung (0,11 m² VKF pro Einwohner) auf. Positiv hervorzuheben ist der hohe Verkaufsflächenanteil in den zentralen Versorgungsbereichen.

Räumlich gesehen ergeben sich nur bedingt in einzelnen Bereichen des Stadtgebiets Verbesserungsmöglichkeiten für die Nahversorgung. Während die abgesetzten Ortsteile im östlichen Stadtgebiet sich zu den Betrieben im Kernsiedlungsbereich orientieren, übernehmen die Nahversorgungszentren Hegermühle und Vorstadt die Versorgungsfunktion für rd. 1.350 unterversorgte Einwohner im südlichen Stadtgebiet.

Daneben befindet sich zudem östlich des NVZ Hegermühle und des strukturprägenden Standorts LIDL in der Berliner Straße ein unterversorgter Bereich. In diesem Bereich, der südlichen Hegermühlenstraße, erfahren aktuell rd. 1.000 Einwohner keine vollumfängliche fußläufige Nahversorgung. Sie werden vornehmlich durch die beiden zuvor genannten Standorte und in Teilen durch das Innenstadtzentrum mitversorgt. Ein mögliches nahversorgungsrelevantes Ansiedlungsvorhaben ist in diesem Bereich von einer potenziellen Wohnbauentwicklung abhängig, da die dortige Mantelbevölkerung aktuell keine Ansiedlung eines marktgängigen Lebensmittelmarktes rechtfertigt.

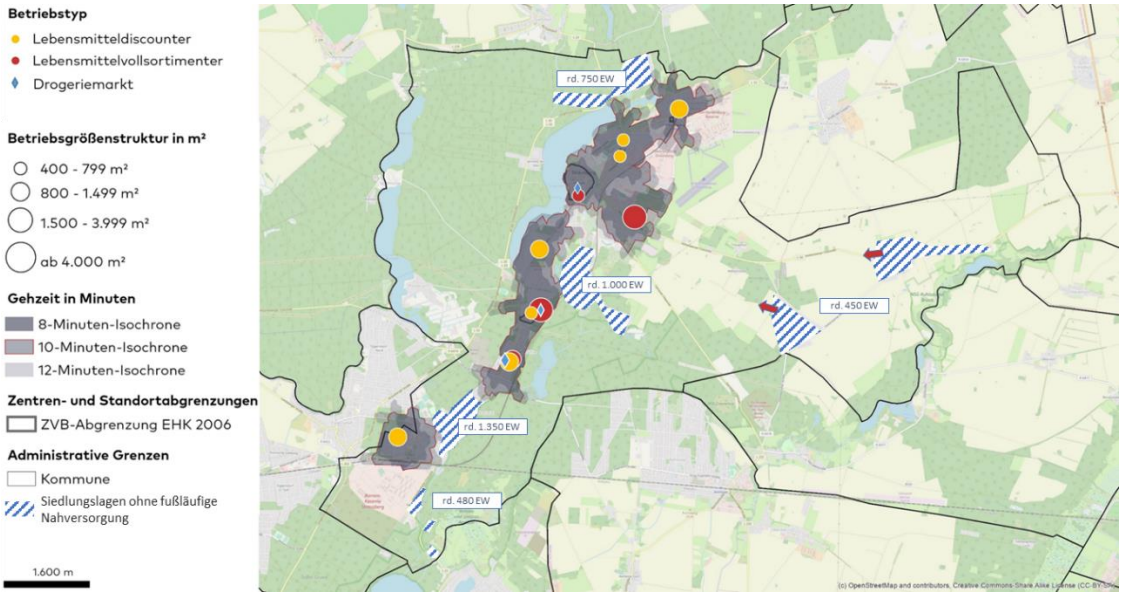


Abbildung 40: unterversorgte Siedlungslagen im Stadtgebiet Strausberg
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 09/2019; Einwohner: Statistische Ämter des Bundes und der Länder; ZVB = zentraler Versorgungsbereich, Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Neben den Einzelhandelsbetrieben in den zentralen Versorgungsbereichen bestehen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches drei weitere Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet, welche in städtebaulich integrierten Lagen verortet sind.

Es zeigt sich hierbei, dass die strukturprägenden Lebensmittelmärkte

- Berliner Straße 93-94 (Lidl)
- Phillip-Müller-Straße 33 (Netto Marken-Discount)
- Phillip-Müller-Straße 57 (Netto Stavenhagen)

in der Bestandssituation in hinreichendem Maße die Kriterien für Nahversorgungsstandorte erfüllen.

Der ausgewiesene Nahversorgungsstandort Berliner Straße, welcher einen wichtigen Bereich zwischen ZVB Altstadtzentrum und dem NVZ Hegermühle abdeckt, ist in seinem Bestand zukünftig zu sichern, wodurch der Lebensmitteldiscounter LIDL im Zuge einer potenziellen Erweiterung am Standort zu erhalten ist. Mögliche Erweiterungsvorhaben sind im Allgemeinen stets davon abhängig, ob und in welchem Ausmaß absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen auf andere zentrale Bereiche im Kernsiedlungsbereich zu erwarten sind.

Ob und wie weit eine Verkaufsflächenerweiterung sich als verträglich gegenüber den bereits bestehenden nahversorgungsrelevanten Strukturen im Stadtgebiet von Strausberg darstellt, kann nur durch ein dezidiertes Verträglichkeitsgutachten nachgewiesen werden. Vorher können mögliche städtebauliche und absatzwirtschaftliche Auswirkungen nicht explizit ausgeschlossen werden.

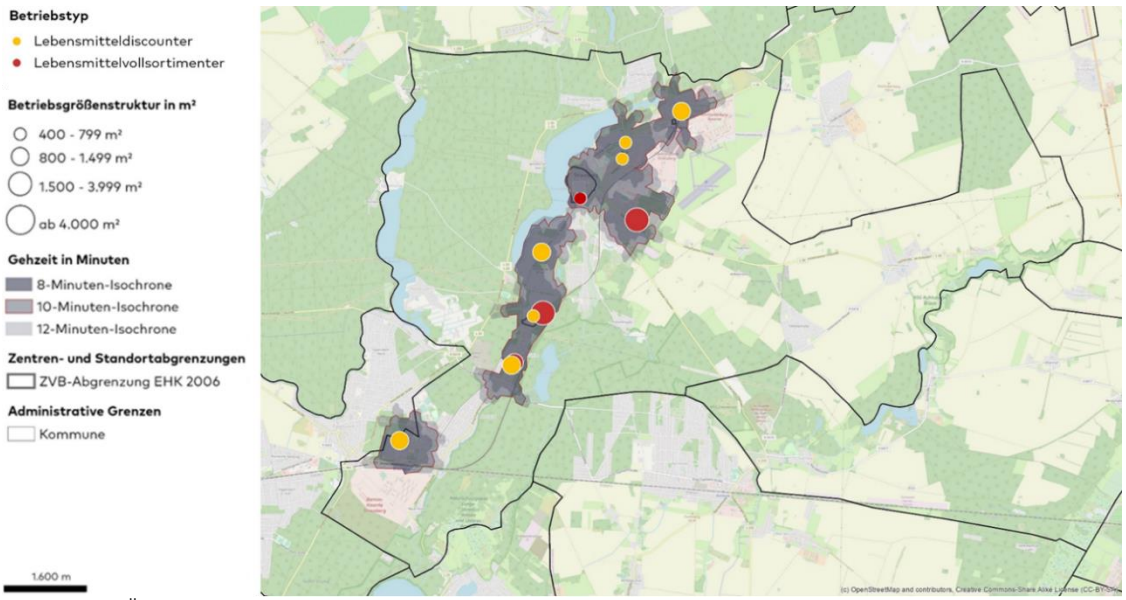


Abbildung 41: Übersicht über die Nahversorgungsstandorte in der Stadt Strausberg
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 09/2019; Einwohner: Statistische Ämter des Bundes und der Länder; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL. ZVB = zentraler Versorgungsbereich, NVS = Nahversorgungstandort, EST = Ergänzungsstandort

Diese Nahversorgungstandorte sollten im Rahmen ihres Versorgungsauftrages weiterentwickelt werden. Dafür gelten neben den nachfolgenden Kriterien für eine standortgerechte Dimensionierung auch die Steuerungsleitsätze (s. Kapitel 6.6).

Prüfschema zur standortgerechten Dimensionierung

Aufgrund der hohen Bedeutung von größeren Einzelhandelsbetrieben mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten als Kundenmagnet und für die Besucherfrequenz in den zentralen Versorgungsbereichen, sollen Einzelhandelsvorhaben mit einem **zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment** vorrangig in den zentralen Versorgungsbereichen selbst gesichert und weiterentwickelt werden.

Nachgeordnet soll das integrierte Nahversorgungsangebot außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (insbesondere an Nahversorgungsstandorten) gesichert und bedarfsgerecht weiterentwickelt werden. Zur Abschätzung einer standortgerechten Dimensionierung sind im Rah-

men zukünftiger Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben **außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche** folgende Prüfkriterien anzuwenden. Dabei gilt, dass eine entsprechende konzeptionelle Konformität der Planungen stets mit einer vorhabenbezogenen Prüfung der absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen verbunden werden sollte.

Die Prüfkriterien zur standortgerechten Dimensionierung für die Stadt Strausberg dienen zur Ersteinschätzung von Nahversorgungsvorhaben. Dabei sind die einzelnen Prüfroutinen wie folgt anzuwenden:

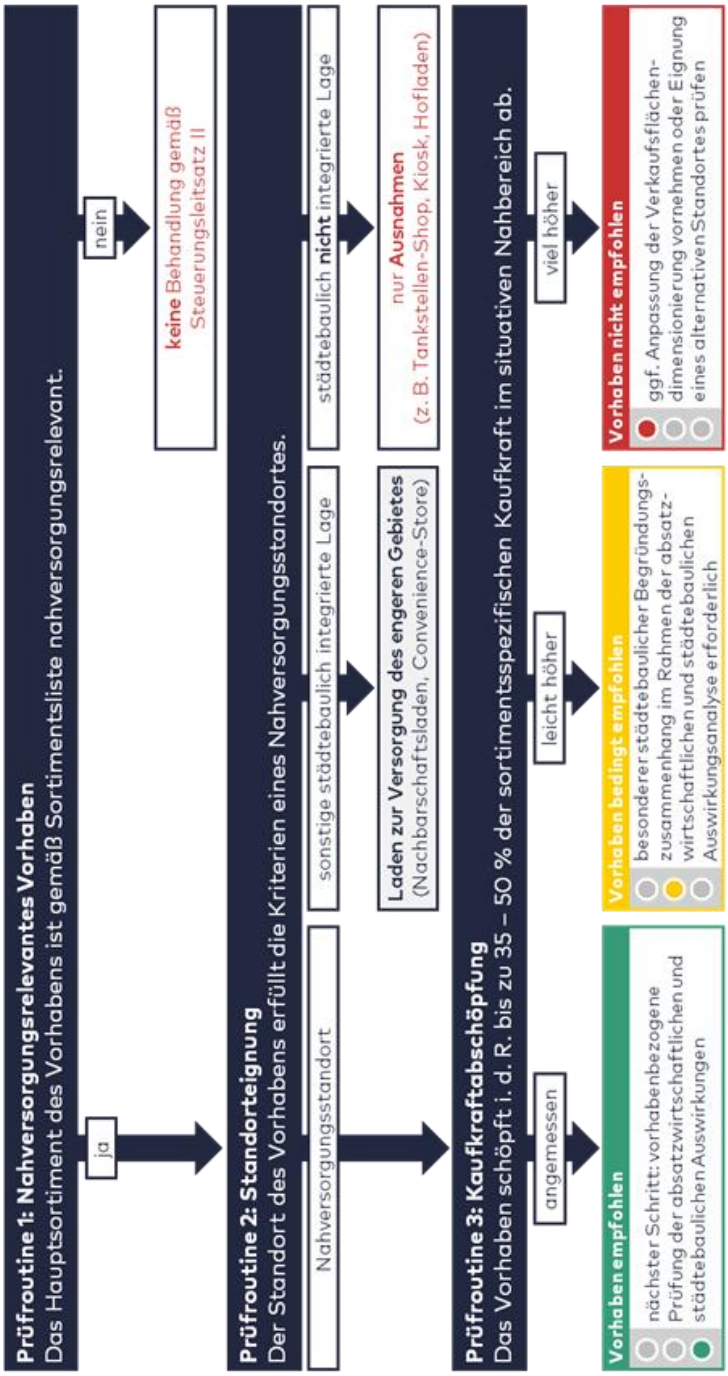


Abbildung 42: Prüfschema zur standortgerechten Dimensionierung
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Prüfroutine 1: Nahversorgungsrelevantes Vorhaben

Nahversorgungsrelevante Vorhaben sind in der Regel nur Ansiedlungen und Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben deren Hauptsortiment als zentren- und nahversorgungsrelevant einzuordnen ist. Ist der Anteil der zentrenrelevanten Sortimente höher als der Anteil zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente, ist ein entsprechendes Vorhaben als zentrenrelevantes Vorhaben zu betrachten.

Prüfroutine 2: Standorteignung

Neben der Sortimentsstruktur des Vorhabens ist der Vorhabenstandort bei der Bewertung der funktionsgerechten Dimensionierung entscheidend. Ein wesentlicher Teil des zu erwartenden Vorhabenumsatzes soll aus dem situativen Nahbereich abgeschöpft werden können. Entsprechend ist aus fachgutachterlicher Sicht zu empfehlen, dass entsprechende Vorhaben an Standorten konzentriert werden sollten, welche den zuvor dargestellten konzeptionellen Anforderungen für Nahversorgungsstandorte entsprechen (vgl. Kapitel 6.4 – Kriterien für Nahversorgungsstandorte). Dazu zählen neben der städtebaulichen Integration, der ÖPNV-Erreichbarkeit und dem Schutz zentraler Versorgungsbereiche auch die Sicherung bzw. Optimierung der Nahversorgung.

Prüfroutine 3: Kaufkraftabschöpfung

Nahversorgungsstandorte leisten einen wesentlichen Beitrag zur Sicherung und Optimierung der Nahversorgungssituation. Daher ist für Nahversorgungsstandorte in der Regel eine Kaufkraftabschöpfungsquote zwischen 35 und 50 % anzusetzen.[48]

Spannweite der Kaufkraftabschöpfung: Die jeweilige Abschöpfung der sortimentsspezifischen Kaufkraft im situativen Nahbereich soll abhängig von verschiedenen Rahmenbedingungen im Einzelfall abgeleitet werden. Relevante Rahmenbedingungen sind hierbei unter anderem die Angebotsqualität in Relation zur Nachfragesituation, die Optimierung der Standortrahmenbedingungen eines Bestandsbetriebes, räumlich unterversorgte Bereiche und siedlungsstrukturelle Gegebenheiten.

Eine Kaufkraftabschöpfungsquote von annähernd 35 % ist in der Regel (aber nicht abschließend) plausibel, wenn

- der Vorhabenstandort in höher verdichteten Siedlungslagen (zum Beispiel Geschosswohnungsbau, dichte Reihenhausbebauung) liegt,
- ein stark ausgeprägtes Wettbewerbsumfeld (das heißt mehrere Wettbewerber des gleichen Betriebstyps in räumlicher Nähe) vorherrscht,
- die quantitative und qualitative Nahversorgungssituation (zum Beispiel Verkaufsflächenausstattung, Betriebstypenmix) als stark überdurchschnittlich eingeordnet werden kann und/oder
- eine deutliche Überschneidung des fußläufigen, situativen Nahbereiches mit anderen nahversorgungsrelevanten Betrieben (zum Beispiel an einem Kopplungsstandort) vorliegt.

Eine Kaufkraftabschöpfungsquote von bis zu 50 % ist in der Regel (aber nicht abschließend) plausibel, wenn

[48] Diese Kriterien sind nicht als Kontingentierung von VKF zu verstehen sondern als Grundlage für weitergehende und sodann städtebaulich begründete Empfehlungen; insofern ist das Vorgehen kompatibel zu der aktuellen Rechtsprechung des EuGHs.

- der Vorhabenstandort in deutlich ländlich geprägten und/oder gering verdichteten Siedlungslagen (zum Beispiel abgesetzte, dörflich strukturierte Ortsteile, Einfamilienhausgebiete) liegt,
- ein eher schwach ausgeprägtes Wettbewerbsumfeld (das heißt keine oder sehr wenige Wettbewerber des gleichen Betriebstyps in räumlicher Nähe) vorherrscht,
- die quantitative und qualitative Nahversorgungssituation (zum Beispiel Verkaufsflächenausstattung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel, Betriebstypenmix) als stark unterdurchschnittlich eingeordnet werden kann und/oder
- keine oder nur eine unwesentliche Überschneidung des fußläufigen, situativen Nahbereiches mit anderen nahversorgungsrelevanten Betrieben vorliegt.

Abgrenzung des situativen Nahbereichs: Für den situativen Nahbereich wird kein fester Radius vorgegeben.[49] Der situative Nahbereich ist im Einzelfall unter Berücksichtigung der siedlungsräumlichen, wettbewerblichen und topografischen Gegebenheiten abzuleiten und soll sich an einer Gehzeit von rund 10 min orientieren. Nahegelegene Wettbewerber und zentrale Versorgungsbereiche können jedoch zu einer Reduzierung des situativen Nahbereiches führen. Darüber hinaus können fehlende Nahversorgungsangebote und qualitativ hochwertige Fußwegeverbindungen auch eine Ausweitung des situativen Nahbereiches begründen. Grundsätzlich soll sich der situative Nahbereich an siedlungsräumlichen Zusammenhängen sowie städtebaulichen und naturräumlichen Barrieren orientieren. Ein deutlich über den **wohnungsnahen Bereich** (rund 10 min Gehzeit) hinausgehender Nahbereich kann in begründeten Ausnahmefällen möglich sein, um bislang und auch zukünftig dauerhaft unterversorgte Siedlungslagen (zum Beispiel aufgrund zu geringer Mantelbevölkerung) einzuschließen, die im Einzugsbereich des Vorhabenbetriebs liegen. Solche **wohnortnahen Bereiche** umfassen in der Regel bis zu 10 min Fahrzeit mit dem Fahrrad oder annähernd 2 km Radfahrdistanz, liegen räumlich näher zum Vorhabenstandort als zum nächsten zentralen Versorgungsbereich und orientieren sich an siedlungsräumlichen Zusammenhängen, Radwegenetzen sowie städtebaulichen und naturräumlichen Barrieren. Für die wohnortnahen Bereiche ist von einer deutlich niedrigeren Kaufkraftabschöpfung (in der Regel bis zu 20 %) auszugehen.

Abschließende Gesamtbewertung

Die Gesamtbewertung ergibt sich aus der durchschnittlichen Bewertung der einzelnen Prüfroutinen. Bei einer insgesamt **positiven Einschätzung** ist das Vorhaben als grundsätzlich konform zum Einzelhandelskonzept zu bewerten. Es wird zusätzlich empfohlen, die Auswirkungen des Vorhabens im Rahmen einer einzelfallbezogenen Auswirkungsanalyse zu ermitteln, in die das Ergebnis der Prüfung zur funktionsgerechten Dimensionierung mit einfließt. Mehrere nicht eindeutige Bewertungen einzelner Prüfroutinen können zu dem Gesamtergebnis führen, dass das Vorhaben als **bedingt empfohlen** i. S. d. Einzelhandelskonzeptes einzustufen ist. Eine Ansiedlung/Erweiterung sollte in diesem Fall jedoch mit situationsabhängigen Empfehlungen (z. B. Verbesserung der fußläufigen Erreichbarkeit, leichte Reduzierung der Verkaufsfläche) verknüpft werden. Die genauen Auswirkungen des Planvorhabens sind zudem im Rahmen einer einzelfallbezogenen Verträglichkeitsanalyse zu ermitteln, in die das Ergebnis der Prüfung mit einfließt.

[49] Als erster Anhaltswert für eine Abgrenzung des Nahbereichs kann jedoch eine Luftlinienentfernung von 500 bis 700 m beziehungsweise rund 1.000 m Fußwegedistanz angenommen werden. Dies entspricht (je nach körperlicher Verfassung) in etwa einer Gehzeit von rund 10 min.

Eine **negative Bewertung** einer einzelnen Prüfroutine führt stets auch zu einer negativen Gesamteinschätzung des Vorhabens. Eine Konformität zum Einzelhandelskonzept liegt damit nicht vor und es wird empfohlen, das Vorhaben mit Bezug auf die Ziele dieses Nahversorgungskonzeptes notfalls bauleitplanerisch zu verhindern, jedenfalls aber nicht durch die Aufstellung bzw. Änderung eines Bebauungsplans zu fördern.

Grundsätzlich sind die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen eines Vorhabens auf Basis einer validen und nachvollziehbaren Methodik zu ermitteln und darzustellen. Dabei sind für die Berechnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens auch realistisch zu erwartende **maximale Flächenproduktivitäten** zu verwenden.

Neben der Ermittlung potenzieller absatzwirtschaftlicher Auswirkungen (Umsatzumverteilungen) ist in diesem Fall v. a. eine **städtebaulich begründete Analyse** und eine städtebauliche Einordnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf den Bestand und die Entwicklungsziele für die (untersuchungsrelevanten) zentralen Versorgungsbereiche sowie auf die Nahversorgungsstrukturen zu erbringen. Dabei sind auch mögliche Strukturverschiebungen in den zentralen Versorgungsbereichen von Bedeutung. Die vieldiskutierte **10 %-Schwelle** sollte bei der städtebaulichen Einordnung der Umsatzumverteilungen vor dem Hintergrund der Bestandsstrukturen kritisch gewürdigt werden.

6.5 Sortimentsliste

Zur Feinsteuerung von Einzelhandelsvorhaben ist die Definition der in Strausberg als zentrenrelevant sowie als 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 Steuerungsleitsätzen festgestellt werden, ob ein geplantes Vorhaben oder eine Standortplanung den Zielen und Empfehlungen dieses Konzeptes entspricht.

Methodische Herleitung

Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist zum einen die Einzelhandelsstruktur 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 Einzelhandelskonzeptes 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. 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 Zentren- und Nahversorgungsrelevanz teilweise zusätzlich aus der Kopplung mit anderen Sortimenten begründet.

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 von Kunden überwiegend auch ohne Pkw transportiert werden können und
- die in einem Zentrum kaum oder noch gar nicht angesiedelt sind, dort aber aufgrund der städtebaulichen Zielperspektive künftig stärker ausgebaut werden sollen.

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
- die dort zu einer flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung für die Wohnbevölkerung beitragen.

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

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

Zusätzlich basiert die Fortschreibung der Sortimentsliste auf Inhalten und Aussagen des LEP HR. Im Rahmen des LEP HR (Zieldefinition) werden die folgenden Sortimente als zentrenrelevant definiert und sind unter Berücksichtigung der zuvor genannten Beurteilungskriterien entsprechend auch in der Strausberger Liste als zentrenrelevante bzw. zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente definiert (vgl. nachfolgende Abbildung).

1.	Zentrenrelevante Sortimente
1.1	Zentrenrelevante Sortimente für die Nahversorgung
52.11/52.2[3]	Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren
52.49.9	Wasch-/Putz- und Reinigungsmittel sowie Organisationsmittel für Bürozwecke
52.3	Apotheken, medizinische, orthopädische und kosmetische Artikel (einschließlich Drogerieartikel)
52.47	Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren und Bürobedarf
1.2	Sonstige zentrenrelevante Sortimente
52.41	Textilien
52.42	Bekleidung
52.43	Schuhe und Lederwaren
52.44.2	Beleuchtungsartikel
52.44.3	Haushaltsgegenstände (ohne Garten- und Campingmöbel, Bedarfsartikel und Grillgeräte für den Garten)
52.44.4	Keramische Erzeugnisse und Glaswaren
52.44.6	Holz-, Kork-, Flecht- und Korbwaren
52.44.7	Heimtextilien
52.45	Elektrische Haushaltsgeräte, Geräte der Unterhaltungselektronik und Musikinstrumente
52.48.2	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel
52.48.5	Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck
52.48.6	Spielwaren
52.49.1	Blumen, Pflanzen und Saatgut, ausgenommen Beetpflanzen, Wurzelstöcke und Blumenerde
52.49.2	Zoologischer Bedarf und lebende Tiere
52.49.3	Augenoptiker
52.49.4	Foto- und optische Erzeugnisse (ohne Augenoptiker)
52.49.5	Computer, Computerteile, periphere Einheiten und Software
52.49.6	Telekommunikationsendgeräte und Mobiltelefone
52.49.7	Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör
52.49.8	Sport- und Campingartikel (ohne Campingmöbel), ausgenommen Sport- und Freizeitboote und Zubehör
52.49.9	Sonstiger Facheinzelhandel, ausgenommen Büromöbel, Organisationsmittel für Bürozwecke, Wasch-/ Putz- und Reinigungsmittel und Brennstoffe
52.5	Antiquitäten und Gebrauchtwaren

Abbildung 43: Liste der zentrenrelevanten Sortimente im LEP HR.

Quelle: LEP HR 2019.

Aus den rechtlichen Anforderungen, den dargestellten städtebaulichen Zielstellungen sowie der Liste der zentrenrelevanten Sortimente im LEP HR ergibt sich die folgende Liste zentrenrelevanter bzw. zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente in Strausberg als sog. „Strausberger Liste“. Im Anhang befindet sich zudem eine Zuordnung der Sortimentsliste nach dem WZ 2008[50] (vgl. Anhang).

[50] Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes, Ausgabe 2008.

Sortimentsliste für Strausberg

Im Ergebnis der rechtlichen Anforderungen, der methodischen Herleitung sowie auf Basis der aktuellen städtebaulichen Verortung der Verkaufsflächen und der dargestellten städtebaulichen Zielstellungen ergibt sich die folgende zu empfehlende Liste zentrenrelevanter sowie zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente in Strausberg.

zentrenrelevante Sortimente	nahversorgungsrelevante Sortimente*	nicht zentrenrelevante Sortimente**
Augenoptik	(Schnitt-)Blumen	Baumarktsortiment i. e. S.
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)	Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel)	Boote und Zubehör
Bettwaren/Matratzen	Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren)	Gartenbedarf (ohne Gartenmöbel)
Briefmarken und Münzen	Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	Kfz-Zubehör (inkl. Motorrad-Zubehör)
Bücher	Zeitungen/Zeitschriften	Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)
Campingartikel (ohne Campingmöbel)		Pflanzen/Samen
Elektroklein- und Elektrogroßgeräte		Teppiche (Einzelware)
Fahrräder und Zubehör		
Foto und optische Erzeugnisse und Zubehör		
Glas/Porzellan/Keramik		
Haus-/Bett-/Tischwäsche		
Hausrat/Haushaltswaren		
Heimtextilien (Gardinen, Dekostoffe, Sicht-/Sonnenschutz)		
Kinderwagen		
Künstler- und Bastelbedarf		
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle)		
Lampen/Leuchten		
Medizinische und orthopädische Geräte (inkl. Hörgeräte)		
Musikinstrumente und Musikalien		
Neue Medien/Unterhaltungselektronik (inkl. Tonträger)		
Papier/Büroartikel/Schreibwaren		
Parfümerieartikel und Kosmetika		
Schuhe/Lederwaren		
Spielwaren		
Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)		
Uhren/Schmuck		
Waffen/Jagdbedarf/Angeln		
Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände		
Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere		

Tabelle 9: Sortimentsliste für die Stadt Strausberg (Kurzfassung)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; *gleichzeitig auch zentrenrelevant; **gleichzeitig auch nicht zentren- und nahversorgungsrelevant, erläuternd, aber nicht abschließend.

Für die kommunale Feinsteuerung empfiehlt es sich, die Sortimente in die textlichen Festsetzungen (bzw. Begründungen) der entsprechenden Bauleitpläne zu übernehmen sowie in der Begründung zusätzlich dieses Einzelhandelskonzept als Grundlage der Sortimentsliste zu benennen. Zur Gewährleistung einer hinreichenden Bestimmtheit und Bestimmbarkeit erfolgt im Anhang eine Zuordnung der Kurzbezeichnungen der Sortimente zu den Nummern des Warengruppenverzeichnisses sowie dessen Sortimentsbezeichnungen.

6.6 Steuerungsleitsätze

Die Steuerungsleitsätze konkretisieren die übergeordneten Entwicklungsziele zur künftigen Einzelhandelsentwicklung für alle Arten des Einzelhandels und für alle denkbaren Standortkategorien in Strausberg und ermöglichen somit eine Steuerung der städtebaulich bestmöglichen Einzelhandelsentwicklung in der Zukunft.

Durch diese speziell für Strausberg erarbeiteten Leitsätze werden vorhabenbezogene und bauleitplanerische Zulässigkeitsfragen in der Stadt Strausberg künftig effizient zu beantworten sein, womit nicht zuletzt auch eine Verfahrensbeschleunigung erreicht werden kann.

Einordnung und Begründung der Steuerungsleitsätze

In den vorstehenden Kapiteln erfolgte eine Darstellung von übergeordneten Entwicklungszielstellungen, absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräumen, der Zentren- und Standortsteuerung des künftigen Einzelhandelskonzeptes sowie einer Spezifizierung der zentrenrelevanten Sortimente. Für die konkrete Zulässigkeitsbewertung von Vorhaben oder die Ausgestaltung von Bebauungsplänen fehlt jedoch eine Verknüpfung dieser Konzeptbausteine zu einem Bewertungsinstrument. Dieses Instrument wird durch die nachfolgenden Steuerungsleitsätze zur Verfügung gestellt.

Die Steuerungsleitsätze 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 Strausberg 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 Steuerungsleitsätze im Zusammenspiel mit der Sortimentsliste zu einer im hohen Maße rechtssicheren Ausgestaltung von Zulässigkeitsentscheidungen und Bauleitplänen bei. Sie garantieren somit Planungs- und Investitionssicherheit sowohl für bestehende Einzelhandelsbetriebe als auch für ansiedlungsinteressierte Betreiber.

Die Steuerungsleitsätze sind für Neubau- wie auch Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels konzipiert. Auf bestehende Einzelhandelsbetriebe und die über die Bauleitplanung gesicherte Standorte, welche nicht verändert werden, sind die Steuerungsleitsätze nicht anzuwenden. Der übliche genehmigungsrechtliche Bestandsschutz wird somit gewährleistet.

Steuerungsleitsätze für Strausberg

Folgende Steuerungsleitsätze werden für Strausberg empfohlen:

Leitsatz I: Einzelhandel mit zentrenrelevantem Hauptsortiment soll primär auf den ZVB Altstadtzentrum sowie nachrangig auf das Nebenzentrum und die Nahversorgungszentren konzentriert werden.

- Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment sollen zukünftig primär auf den **ZVB Altstadtzentrum Strausberg** konzentriert werden, um eine weitere Attraktivierung, Spezialisierung und Qualifizierung des Stadtzentrums zu begünstigen.
- Im **Nebenzentrum Handelscentrum:** untergeordnet zum ZVB Altstadtzentrum Strausberg, im Rahmen der Bauleitplanung ist ein Nachweis zu erbringen, dass geplante Vorhaben vorrangig der Versorgungsfunktion des Nebenzentrums dienen und daraus keine negativen Auswirkungen auf weitere zentrale Versorgungsbereiche (insb. ZVB Altstadtzentrum) oder den Nachbarkommunen resultieren.
- In den **Nahversorgungszentren**: mit der Altstadt abgestimmte Entwicklungen deutlich kleinflächiger Angebote sowie Umstrukturierungen/Nachnutzungen gemäß den Empfehlungen im Zentrenkonzept.
- In **sonstigen Lagen** sollen i. d. R. keine Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment vorgesehen werden.

Die absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume dienen im ZVB Altstadtzentrum als Leitlinie, deren Überschreiten im Einzelfall zur Attraktivierung des Einzelhandelsangebotes beitragen kann. Die Entwicklungsspielräume stellen für die Strausberger Innenstadt daher keine Entwicklungsgrenze dar, da es sich bei der Innenstadt um einen stadtentwicklungspolitisch höchst bedeutsamen Einzelhandelsstandort handelt.

Die Begrenzung der Ansiedlung bzw. des Ausbaus von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Hauptsortiment in den weiteren zentralen Versorgungsbereichen begründet sich aus dem Schutz des Stadtzentrums vor einem zu deutlichen Standortgewicht in den hierarchisch nachgeordneten zentralen Versorgungsbereichen. Es bleibt jedoch gleichzeitig ein der Bedeutung der zentralen Versorgungsbereiche angemessener Entwicklungsrahmen für diese erhalten. Im Rahmen der Bauleitplanung ist im Einzelfall der Nachweis zu erbringen, dass das geplante Vorhaben vorrangig der Versorgungsfunktion des jeweiligen zentralen Versorgungsbereichs dient und daraus keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in Strausberg oder den Nachbarkommunen resultieren.

Zusätzlich zu den genannten Regelungen können Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment auch in den sonstigen städtebaulich integrierten Lagen ausnahmsweise, in stark begrenztem Maße und deutlich untergeordnet zulässig sein, wenn keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind. Diese sind i. d. R. dann nicht anzunehmen, wenn Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment eine strukturprägende Größenordnung nicht überschreiten und überwiegend das auf die Nahversorgung bezogene Angebot um weitere Sortimente punktuell im „engeren Gebiet“ begrenzt ergänzen.

Leitsatz II: Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment soll zukünftig primär im zentralen Versorgungsbereich und zur Gewährleistung der Nahversorgung sekundär auch an Nahversorgungsstandorten vorgesehen werden.

Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment sollen zukünftig primär und ohne Verkaufsflächenbegrenzung[51] auf den **ZVB Altstadtzentrum Strausberg** (sofern das vorhandene Flächenangebot mit den Anforderungen der Einzelhandelsbetreiber übereinstimmt) und leicht untergeordnet als Ergänzung zum ZVB Altstadtzentrum Strausberg im **Nebenzentrum** und an den **Nahversorgungszentren** fokussiert werden (groß- und kleinflächig).

Zur Sicherung bzw. Optimierung der Nahversorgung können nachgeordnet auch im **Nebenzentrum** und an **Nahversorgungsstandorten** Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment vorgesehen werden, sofern negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnortnahe Grundversorgung vermieden werden und sie konzeptkonform sind.

Unabhängig davon kann **in städtebaulich integrierten Lagen** und deutlich nachgeordnet kleinflächiger Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment in Form so genannter Nachbarschaftsläden oder Convenience-Stores (bis zu 400 m²) als Ergänzung zur bestehenden Nahversorgungsstruktur zulässig sein, sofern er der Versorgung des „engeren Gebietes" dient.

In **städtebaulich nicht integrierten Lagen** sollen keine Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment vorgesehen werden. Ausnahmsweise können in Gewerbegebieten Tankstellenshops oder Kioske mit einer Gesamtverkaufsfläche bis zu 150 m² zur Versorgung der dort arbeitenden Bevölkerung zugelassen werden.

Leitsatz III: Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem und nicht nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment kann grundsätzlich im gesamten Stadtgebiet vorgesehen werden.

Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem oder nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment (Ansiedlung oder Erweiterung) können grundsätzlich im **gesamten Stadtgebiet** vorgesehen werden, wenn städtebauliche Gründe[52] dafür und raumordnerische Ziele nicht dagegen sprechen.

Dabei ist außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche die Verkaufsfläche der zentrenrelevanten und zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente[53] auf bis **zu 10 % bzw. max. 800 m² der Gesamtverkaufsfläche** je Betrieb zu begrenzen. Eine ausdifferenzierte Begrenzung der zentrenrelevanten und zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente sollte im konkreten Einzelfall unter Berücksichtigung möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen und unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben getroffen werden.

[51] sofern nicht landesplanerische und städtebauliche Gründe (etwa der Schutz von zentralen Versorgungsbereichen in Nachbarkommunen) eine (Teil-)Begrenzung erforderlich werden lassen.

[52] In diesem Zusammenhang ist im Einzelfall eine Abwägung unterschiedlicher Belange vorzunehmen (u. a. mögliche Verbesserung der mittelzentralen Versorgungsfunktion, Gefahr der Überprägung von Gewerbegebieten (bspw. durch eine Störung des Bodenpreisgefüges).

[53] Der Begriff Randsortimente ist durch die Rechtsprechung konkretisiert. Hierzu sei unter anderem auf das Urteil des OVG NRW – AZ: 7 A D 108/96.NE verwiesen. Es muss eine eindeutige Zuordnung des Randsortiments zum Hauptsortiment möglich sein.

Zudem soll stets eine deutliche **inhaltliche Zuordnung des Randsortiments** zum Hauptsortiment gegeben sein (z. B. Wohneinrichtungszubehör als Randsortiment in Möbelmärkten, Zooartikel als Randsortiment in Gartenmärkten, Berufsbekleidung als Randsortiment in Baumärkten, nicht jedoch Bekleidung generell oder Unterhaltungselektronik). Hierdurch werden Vorhaben aus Kundensicht klar definiert und es wird eine Angebotsdiversität jenseits der zentralen Versorgungsbereiche vermieden.

Leitsatz IV: Bestehenden Einzelhandelsbetrieben kann ausnahmsweise im Sinne des Bestandsschutzes eine geringfügige Verkaufsflächenerweiterung gewährt werden.

- Im Sinne des Bestandsschutzes wird somit auch der **wirtschaftliche Fortbestand** von Einzelhandelsbetrieben gewährleistet, die nicht den konzeptionellen Anforderungen entsprechen.
- Eine solche geringfügige Verkaufsflächenerweiterung bedarf einer **Einzelfallprüfung** anhand städtebaulicher/stadtentwicklungspolitischer (u. a. Einzelhandelskonzept), auswirkungsbezogener (absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen), landesplanerischer (LEP HR), rechtlicher (Urteil OVG NRW vom 08.10.2018, AZ: 10 D 56/18.NE) und betreiberseitiger Anforderungen, um geringfügige Verkaufsflächenanpassungen zu begründen.
- Eine geringfügige Verkaufsflächenerweiterung ist primär dazu gedacht, interne Betriebsabläufe zu optimieren oder Modernisierungen durchzuführen. Unter einer geringfügigen Verkaufsflächenerweiterung ist. i.d.R. eine Erhöhung der Verkaufsfläche **um bis zu 5%**[54] zu verstehen.
- Es dürfen keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder wohnortnahe Grundversorgung entstehen.

Leitsatz V: Ausnahmsweise zulässig sind Verkaufsstätten von landwirtschaftlichen Betrieben, Handwerksbetrieben sowie produzierenden und weiterverarbeitenden Betrieben.

Ausnahmsweise zulässig sind entsprechende **kleinflächige Betriebe** nach Prüfung, ob die Verkaufsfläche

- dem Hauptbetrieb **räumlich zugeordnet** ist,
- in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist und
- dem Hauptbetrieb flächenmäßig und umsatzmäßig **deutlich untergeordnet** ist sowie eine **sortimentsbezogene Zuordnung** zum Hauptbetrieb besteht. Eine Begrenzung der zentrenrelevanten und zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente sollte im konkreten Einzelfall unter Berücksichtigung möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen und unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben getroffen werden.

Ebenso sind nur Verkaufsstellen zulässig, welche im überwiegenden Maß **selbst hergestellte Waren** veräußern oder die Waren (im Falle eines Handwerksbetriebs) als **branchenübliches Zubehör** betrachtet werden können bzw. im Zusammenhang mit der erbrachten Dienstleistung stehen.

In jedem Fall ist eine solche Verkaufsstelle im Rahmen eines Genehmigungsverfahrens als „Fabrik- oder Werksverkauf“ bzw. als „Handwerksbetrieb mit Zubehör“ zu beantragen.

Entsprechende Ausnahmeregelungen für den ‚Annexhandel‘ auf Grundlage des § 31 Abs. 1 BauGB sind entsprechend sorgfältig in Hinblick auf die Anforderungen an die Bestimmtheit auszuarbeiten (vgl. OVG NRW 10 A 1343/12; OVG NRW 2 D 13/14.NE).

[54] Bei einem angenommenen Fortschreiberhythmus von 5-10 Jahren.

Für landwirtschaftliche Betriebe im Außenbereich ergeben sich die Bestimmungen über die Regelungsinhalte des § 35 BauGB.

6.7 Bauleitplanerische Empfehlungen

Im Zusammenhang mit den Steuerungsleitsätzen für Einzelhandelsvorhaben in der Stadt Strausberg werden in diesem Kapitel Empfehlungen für bauplanungsrechtliche Steuerungsstrategien definiert, die sowohl für neu zu erarbeitende Bebauungspläne als auch im Einzelfall für die Anpassung bestehender älterer Bebauungspläne herangezogen werden können.

Die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Strausberg enthält übergeordnete Ziele zur Zentren- und Einzelhandelsentwicklung, die nachfolgend, wenn das Einzelhandelskonzept als städtebauliches Entwicklungskonzept gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB von der Stadtverordnetenversammlung der Stadt Strausberg beschlossen wird, einer bauleitplanerischen Umsetzung bedarf. Nachfolgend sollen in Bezug auf die von der Stadt Strausberg angestrebte bauleitplanerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung mögliche Gefährdungspotenziale abgeschätzt und mögliche bauleitplanerische Handlungserfordernisse aufgezeigt werden.

Gefährdungspotenziale

Neben den in den vorhergegangenen Kapiteln formulierten Standortbereichen und zentralen Versorgungsbereichen und deren konzeptionellen Steuerung, existieren in Strausberg weitere Standorte, an welchen ausgewählte Einzelhandelsentwicklungen laut Steuerungsleitsätzen möglich sind. Dies betrifft bspw. großflächige Planvorhaben im nicht zentren- und nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich an nicht integrierten Standorten oder Planvorhaben im Bereich Lebensmittel, Reformwaren zur Versorgung der Bevölkerung in städtebaulich (teil-)integrierten Lagen. Grundsätzlich soll zusätzlich zu den in den Steuerungsleitsätzen formulierten räumlichen Entwicklungszielen an folgenden Standorten aufgrund eines hohen Gefährdungspotenzials ein Ausschluss von Einzelhandel erfolgen, um die räumliche Angebotsstruktur in Strausberg zu wahren:

- Von der Ansiedlung von Einzelhandel in Gewerbegebieten sowie auf entsprechenden Brachen ist grundsätzlich abzusehen, um weiterhin Flächen für Gewerbetreibende vorhalten zu können. Zudem ist eine Bündelung des Einzelhandels in zentralen Versorgungsbereichen aus Kundensicht zu favorisieren. Von dieser Regelung ausgenommen, sind Tankstellenshops oder Kioske, welche zur Versorgung der in Gewerbegebieten arbeitenden Bevölkerung zugelassen werden.
- An den nicht integrierten Standorten ist zudem der Ausschluss von weiteren Entwicklungen im Bereich zentren- und zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente im Hauptsortiment zu empfehlen. In diesem Zusammenhang sollte zur baurechtlichen Absicherung der aktuelle Verkaufsflächenbestand in Bebauungsplänen festgeschrieben werden. Neue Ansiedlungen, die über den genehmigten Verkaufsflächenbestand im zentrenrelevanten und zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich hinausgehen, sollten damit ausgeschlossen werden. Randsortimente in besagten Sortimenten sollten gemäß Steuerungsleitsatz 3 behandelt werden. Die Bebauungspläne der nicht integrierten Einzelhandelsstandorte sind entsprechend der bauplanungsrechtlichen Steuerung zu überprüfen.

Empfohlene bauleitplanerische Steuerungsstrategien

Ein wesentlicher Umsetzungsaspekt zur gesamtstädtischen Steuerung des Einzelhandels besteht darin, „erwünschte" Standorte planungsrechtlich für die entsprechenden Ansiedlungsvorhaben vorzubereiten sowie „unerwünschte" Standorte[55] bzw. Sortimente frühzeitig bauplanungsrechtlich auszuschließen.

Hieraus begründen sich u. a. folgende strategische kommunale Aufgaben:

- planungsrechtliche und sonstige Vorbereitung der Ansiedlung weiterer gewünschter Einzelhandelsvorhaben in den zentralen Versorgungsbereichen gemäß den im Einzelhandelskonzept empfohlenen Sortimentsgruppen, -größenordnungen und den im Konzept angesprochenen mikro- und makroräumlichen Standort- und Lagebewertungen
- mittel- bis langfristiger Standortumbau auf Grundlage der Steuerungsleitsätze an denjenigen Standorten, die gemäß dem Zentren- und Standortkonzept für die entsprechenden Sortimente (insbesondere zentren- sowie zentren- und nahversorgungsrelevante) dauerhaft nicht mehr in Frage kommen sollen, vorbereitet durch eine entsprechende Überarbeitung planungsrechtlicher Festsetzungen für diese Gebiete unter Berücksichtigung der Entschädigungsregelungen
- kurzfristiger Standortumbau an Standorten, die hierfür direkt in Frage kommen
- konsequenter und frühzeitig erarbeiteter planungsrechtlicher Ausschluss von Einzelhandel in Gewerbegebieten in Verbindung mit den Steuerungsleitsätzen
- Abwehr bzw. Hinwirken auf die Modifikation von einzelhandelsbezogenen Planvorhaben in Nachbarkommunen, die erkennbar die eigenen zentralen Versorgungsbereiche zu schädigen drohen und die gewünschten zusätzlichen Ansiedlungspotenziale in den zentralen Versorgungsbereichen im Rahmen der eigenen mittelzentralen Ansiedlungsspielräume gefährden und zwar auf Basis der Abwehrrechte des BauGB und der Strausberger Liste zentrenrelevanter Sortimente.

Bauleitplanerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Strausberg

Das den Kommunen zur Verfügung stehende planungsrechtliche Steuerungsinstrumentarium, insbesondere die Bauleitplanung, ist zur Umsetzung dieser Steuerungsstrategien vollumfänglich heranzuziehen.

In einem abgestuften Verfahren sollte zunächst der Flächennutzungsplan mit den funktionalen und standortbezogenen Zielaussagen des Einzelhandelskonzeptes harmonisiert werden, hierbei sollte zunächst der Fokus auf die Sonderbauflächen Handel an den Standorten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches gelegt werden, da diese die Entwicklung großflächiger Einzelhandelsvorhaben begründen können.

In einem nächsten Schritt sollte von der im § 5 Abs. 2 Nr. 2 BauGB verankerten Darstellungsmöglichkeit eines zentralen Versorgungsbereiches im Flächennutzungsplan Gebrauch gemacht werden und hierauf die Abgrenzung des Kerngebietes/ der jeweiligen Sondergebietsflächen angepasst werden.

[55] „Erwünscht" bzw. „unerwünscht" im Sinne des Zentren-, Standort- und Nahversorgungskonzepts im Zusammenhang mit den Steuerungsleitsätzen.

- Nachgelagert sollten die Festsetzungen in Bebauungsplänen überprüft werden (Baurechtsanalyse) und unbeplante Innenbereiche, in denen grundsätzlich eine Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel möglich ist, überplant werden.

Aufgrund der Komplexität und Dauer von Bauleitplanverfahren ist auch hier grundsätzlich ein Prioritäten setzendes Vorgehen zu empfehlen. Das wesentliche Ziel des Einzelhandelskonzeptes ist die Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche insb. des Innenstadtzentrums von Strausberg. Damit dieses Ziel erreicht wird, sollte daher **prioritär** der zentrenrelevante Einzelhandel außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche durch konsequente Bauleitplanung ausgeschlossen werden. Vor dem Hintergrund dieser grundsätzlichen Zielstellung des Einzelhandelskonzeptes ergibt sich ein Planungserfordernis insbesondere für[56]:

- Umstellung auf die aktuelle BauNVO für alle Bebauungspläne, welche Einzelhandel an Standorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ermöglichen.
- Gebiete nach § 34 Abs. 1 BauGB, die bereits durch großflächigen Einzelhandel vorgeprägt sind, sodass weitere Einzelhandelsgroßbetriebe (mit zentrenrelevantem Hauptsortiment) in der näheren Umgebung zulässig wären.
- zielgerichtete Steuerung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung gem. der Ziele und Grundsätze in derartigen Gebieten schwerlich möglich: Überplanung ist daher angeraten.
- Bebauungspläne, die eine zielgerichtete Einzelhandelssteuerung ermöglichen, bieten durch getroffene Festsetzungen (z. B. Festsetzung eines eventuell zukünftigen Kerngebiets) die Möglichkeit, dass sie Einzelhandel an Standorten zulassen, die im Sinne des Einzelhandelskonzeptes nicht mehr für sinnvoll erachtet werden: auch solche Bebauungspläne gilt es prioritär zu ändern.

Nachgeordnet zu dem Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ergibt sich im Sinne der Zielstellung des vorliegenden Konzepts zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche auch ein Planungserfordernis innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und zwar derart, dass die im Rahmen des Einzelhandelskonzepts abgeleiteten Empfehlungen zu den jeweiligen Versorgungsbereichen planungsrechtlich umsetzbar sind.

Unter Berücksichtigung der dargestellten Planungserfordernisse und der vorgeschlagenen Prioritätensetzung bei der bauleitplanerischen Steuerung des Einzelhandels in der Stadt Strausberg, wird das wesentliche Ziel des Einzelhandelskonzepts – die Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche – durch die Bauleitplanung unterstützt.

Allgemeine Hinweise zu den Musterfestsetzungen

Die vorgenannten strategischen Empfehlungen beinhalten eine Vielzahl möglicher planungsrechtlicher Anwendungsfragestellungen, die je nach Vorhaben und Standort weiter differieren. Insofern können und dürfen keine dauerhaft gültigen generellen Musterfestsetzungen entworfen werden. Zur Ausgestaltung rechtssicherer Bauleitpläne ist generell zu empfehlen, dass sich die Begründung zum jeweiligen Bebauungsplan deutlich auf dieses Einzelhandelskonzept in Verbindung mit dem bestätigenden Beschluss des zuständigen politischen Gremiums bezieht. Dies

[56] Bei der konsequenten Umsetzung der Zielstellungen des Einzelhandelskonzepts sind die Anforderungen des sog. Planungsschadensrecht (vgl. §§ 39 – 44 BauGB), hier insbesondere § 42 BauGB zu berücksichtigen, wonach ggf. ein Anspruch auf Entschädigung entsteht, wenn die zulässige Nutzung eines Grundstücks aufgehoben oder geändert wird und dadurch eine nicht nur unwesentliche Wertminderung des Grundstücks eintritt.

sollte nicht als pauschales Zitat erfolgen, sondern als konkrete und standortbezogene Auseinandersetzung mit:

- dem jeweils individuellen Planerfordernis,
- der aktuellen Einzelhandelsbestandsbewertung der zentralen Versorgungsbereiche (einschließlich der strukturprägenden Angebotsmerkmale wie etwa das Warenangebot, prägenden Sortimenten und Betriebsgrößen, Stärken und Schwächen einschließlich Leerstand u. s. w.),
- der Begründung, warum der Erhalt und die Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche bzw. der ergänzenden Sonderstandorte sinnvoll erscheint und in welcher Weise dies geschehen soll (hierzu hält dieses Einzelhandelskonzept vielfältige Einzelaspekte standortbezogen vor),
- der Lage des Planvorhabens innerhalb des beabsichtigten zukünftigen Zentren- und Standortkonzepts,
- den Zielen, die mit der Planung verfolgt werden und deren Bezug zu den o. g. Entwicklungszielen,
- den konkreten städtebaulichen Gründen, aus denen ein bestimmtes Einzelhandelsvorhaben am jeweiligen Standort hinsichtlich Verkaufsflächengröße und Sortimentsstruktur begrenzt werden soll bzw. aus denen Einzelhandelsvorhaben am jeweiligen Standort vollständig ausgeschlossen werden sollen.

Die Steuerungsleitsätze sollten als Abwägungsgrundsätze in die Erarbeitung des jeweiligen Bebauungsplans übernommen werden.

Weitere Begründungen für die Steuerung des Einzelhandels ergeben sich – neben den Zielen und Leitsätzen dieses Einzelhandelskonzepts - aus § 1 Abs. 6 Nr. 4 und § 2 Abs. 2 BauGB i. V. m. § 11 Abs. 3 BauNVO sowie den landes- und regionalplanerischen Vorgaben.

Die Musterfestsetzungen selbst sind als Anregungen zur Ausgestaltung im Einzelfall gedacht, die je nach Vorhaben und Standort zu modifizieren sind. Sie sind als rein auf den Einzelhandel bezogene Empfehlungen zu verstehen, die weitere stadtentwicklungspolitische Abwägungserfordernisse sowie zu berücksichtigende weitere Aspekte der zu überplanenden Gebiete noch nicht enthalten. Für atypische Standorte und Vorhaben sollten diese Musterfestsetzungen nicht zugrunde gelegt werden.

Wesentliches Instrument zur Feinsteuerung innerhalb der Bebauungspläne ist der Nutzungsausschluss gem. § 1 Abs. 5 i. V. m. Abs. 9 BauNVO, wodurch einzelne in den §§ 2 und 4 bis 9 BauNVO genannte Nutzungsarten und Unterarten aus (besonderen) städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden können. Auf die allgemeinen Anforderungen an die Feinsteuerung in Bebauungsplänen sei verwiesen. Die Definition einer aus der sozialen und ökonomischen Realität abgeleiteten Nutzungsart in Strausberg mit der Festlegung von konkreten Verkaufsflächengrößen, im Sinne eines sog. Strausberger Ladens, wurde nicht vorgenommen.

Die Strausberger Liste zentrenrelevanter sowie zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente sollte, damit sie deutlich erkennbarer Bestandteil der Planung wird, in den Festsetzungen des jeweiligen Bauleitplans aufgenommen werden.

Sofern Bebauungspläne Standorte innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche überplanen, sollte in der Begründung zum Bebauungsplan dieser entsprechende zentrale Versorgungsbereich namentlich bezeichnet und ergänzend ggf. zeichnerisch erklärt werden. Die Planzeichnung

selbst eignet sich aufgrund des begrenzten Planzeichenkatalogs nicht zur Kennzeichnung dieser besonderen Standortkategorie.

Empfohlene Musterfestsetzungen

a) Gänzlicher Einzelhandelsausschluss in einem Gewerbegebiet

„In dem Gewerbegebiet **xy** sind Einzelhandelsbetriebe unzulässig“

b) Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel in Mischgebieten

„In dem Mischgebiet **xy** sind Einzelhandelsbetriebe mit **zentrenrelevanten Hauptsortimenten (und zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten)** unzulässig. Zentrenrelevant sind (gemäß Strausberger Liste) folgende Sortimente (einfügen Benennung gemäß Sortimentsliste Strausberg).“

c) Ausnahmsweise Zulässigkeit von kleinflächigen Nahversorgungsläden in einem Mischgebiet mit Einzelhandelsausschluss bzw. Ausschluss von zentren- und zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten

„In dem Mischgebiet **xy** können Läden mit ausschließlich **zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten** bis zu einer Verkaufsfläche von 400 m² ausnahmsweise zugelassen werden. Zentren- und nahversorgungsrelevant sind folgende Sortimente (einfügen Benennung gemäß Sortimentsliste Strausberg).“

d) Einzelhandelsbetriebe vorbereitende Bebauungsplanfestsetzungen zur Art der Nutzung

„Das Baugebiet Name wird festgesetzt als **Sondergebiet Zweckbestimmung nach BauNVO**[57]. In diesem Sondergebiet ist zulässig ein Einzelhandelsbetrieb **Betriebstyp (z. B. Gartenfachmarkt, Baufachmarkt, Bekleidungsfachgeschäft, Lebensmitteldiscounter usw.)** mit einer maximalen Gesamtverkaufsfläche von **xy** m² und dem Hauptsortiment **xy** (einfügen Benennung gemäß Sortimentsliste Strausberg).“

Ggf. Festsetzung zentrenrelevanter Randsortimente gemäß Steuerungsleitsatz III:

„Für diesen Einzelhandelsbetrieb werden die maximal zulässigen zentrenrelevanten Randsortimente (gemäß Strausberger Liste) **(entweder)** auf insgesamt **xy** % der Gesamtverkaufsfläche **(oder)** maximal **xy** m² begrenzt, wobei einzelne Sortimentsgruppen wie folgt begrenzt werden:

- Sortiment oder Sortimentsgruppe **xy** (einfügen: Benennung gemäß Strausberger Sortimentsliste): maximal **xy** m² Verkaufsfläche (hier ist ein für den Einzelfall abgeleiteter Wert einzufügen),
- weitere Sortimente analog“

Sind innerhalb eines Plangebiets mehrere Einzelhandelsbetriebe geplant, deren Verkaufsflächen jeweils vorhabenbezogen begrenzt werden sollen, muss für jeden einzel-

[57] Dieser Gebietstyp sollte ein Sondergebiet gem. § 11 BauNVO sein, da nur in einem solchen Baugebietstyp Einzelhandel über Verkaufsflächenobergrenzen präzise gesteuert werden kann (vgl. Kuschnerus 2007, Rn. 231 und 249 ff.). In allen anderen Baugebieten müssen die Festsetzungen einer Betriebstypendefinition entsprechen, was allerdings bislang nur für wenige Betriebstypen höchstrichterlich bestätigt ist. Für die Festsetzungen im Sondergebiet ist das sog. Windhundprinzip zu vermeiden (vgl. hierzu BVerwG Urteil vom 03.04.2008 – AZ 4 CN 3.07).

nen Betrieb ein eigenes Sondergebiet entsprechend dem vorstehenden Festsetzungsvorschlag festgesetzt werden bzw. im Rahmen eines vorhabenbezogenen Bebauungsplans i. S. d. § 12 BauGB[58] entsprechende Festsetzungen getroffen werden.

e) Einzelhandelsbetriebe mit bestimmten (Haupt-) Sortimenten ausschließende Bebauungsplanfestsetzungen[59]

„Das Baugebiet **Name** wird festgesetzt als **Gebietstyp nach BauNVO**. In diesem Gebiet sind zulässig **Benennung der zulässigen Nutzungsarten, etwa bestimmte Gewerbebetriebe** […]. In diesem Baugebiet sind Einzelhandelsbetriebe mit zentren- sowie zentren- und nahversorgungsrelevantem (Haupt-) Sortiment entsprechend der nachstehenden Strausberger Sortimentsliste nicht zulässig. Nicht zulässig sind auch Einzelhandelsbetriebe, die mehrere der in der Strausberger Liste angeführten zentrenrelevanten sowie zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente nebeneinander als (Haupt-)Sortimente anbieten[60].“

In der Begründung ist auf die beabsichtigte Stärkung der Zentren sowie deren Erhaltung und Weiterentwicklung i. S. d. Einzelhandelskonzeptes einzugehen.

[58] Für Angebotsbebauungspläne ist die Anwendung von baugebietsbezogenen Verkaufsflächengrenzen aufgrund des sog. „Windhundrennens“ nicht geeignet (vgl. auch hierzu BVerwG Urteil vom 03.04.2008 – AZ 4 CN 3.07).

[59] Einzelhandelsbetriebe ausschließende Bebauungsplanfestsetzungen umfassen stets auch Kioske. Ihre Bedeutung ist hinsichtlich des städtebaulich-funktionalen Schutzes der zentralen Versorgungsbereiche allerdings
eher marginal. Daher dürfte es im Einzelfall in Betracht kommen, einen Kiosk im Wege der Befreiung nach § 31 Abs. 2 BauGB zuzulassen. Es empfiehlt sich, auf diese Möglichkeit im Rahmen der Begründung des Bebauungsplans einzugehen (vgl. Kuschnerus 2007: Rdn. 109 ff. und 460).

[60] In Form eines (Spezial-)Kauf- oder Warenhauses oder themenbezogene Kauf- oder Warenhäuser.

7 | Schlusswort

Die Stadt Strausberg verfügt hinsichtlich ihrer aktuellen Einzelhandelsstruktur über die notwendige Ausgangsbasis für eine Stärkung der vorhandenen Standorte, insbesondere des zentralen Versorgungsbereiches mit klar definierten Versorgungsaufgaben. Während der Erarbeitung dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wurden – begleitet und konstruktiv unterstützt durch die Verwaltung und die parallel einberufenen akteursübergreifenden Arbeitskreise – 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 formuliert und ggf. erkennbare Handlungsalternativen angesprochen. Durch den Beschluss des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes durch die Stadtverordnetenversammlung Strausberg werden die Empfehlungen für die Verwaltung zu einer insbesondere zu berücksichtigenden sonstigen städtebaulichen Planung, die also mit hohem Gewicht in die Abwägung einzustellen ist (gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 und § 9 Abs. 2a Satz 2 BauGB). Zugleich entfalten die enthaltenen Instrumente hierdurch ihre größtmögliche Wirkung für die Rechtssicherheit der Bauleitplanung und der Genehmigungspraxis. Ebenso trägt der Beschluss dazu bei, die Effizienz der Verwaltungsarbeit in Sachen Standortbeurteilungen zu gewährleisten.

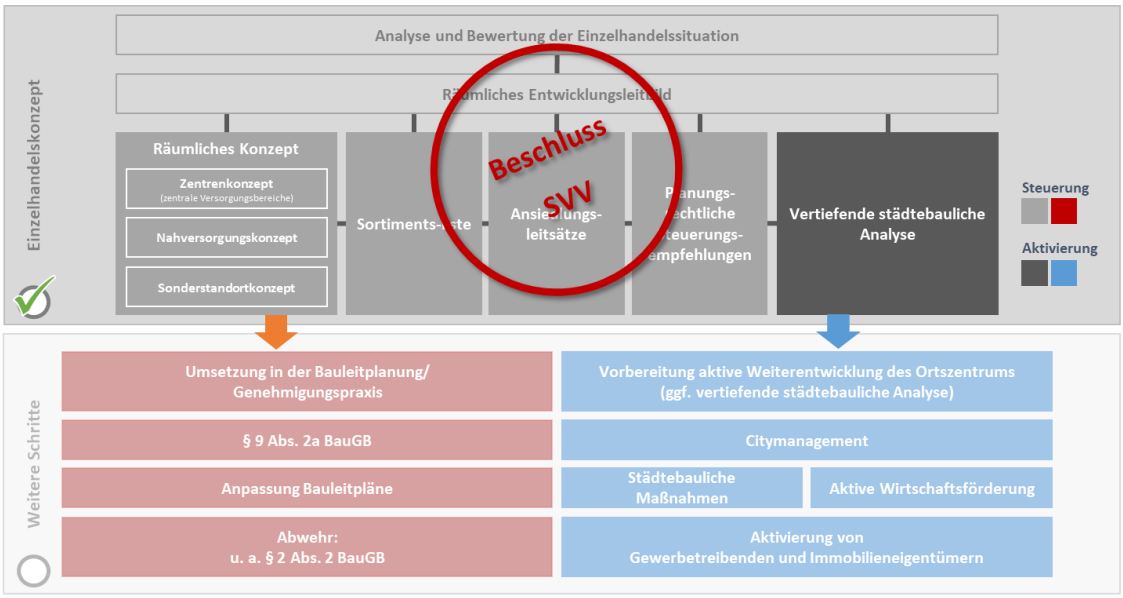


Abbildung 44: Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept als Basis für eine aktive Stadtentwicklungspolitik
Quelle: Darstellung Stadt + Handel

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 oder des Citymanagements. Das Konzept bietet zudem Anknüpfungspunkte für neue große wie auch kleinere Entwicklungsvorhaben (etwa im zentralen Versorgungsbereich), für Detailkonzepte zu einzelnen Standorten und Fragestellungen (etwa dem Branchenmix) sowie für prozess-

begleitende Maßnahmen bzw. die Einbindung der Händlerschaft und der Immobilieneigentümer in die Maßnahmen zur Standortstärkung. Insbesondere kann das Einzelhandels- und Zentrenkonzept erste Erkenntnisse für eine aktive Weiterentwicklung der Altstadt bieten, die sich stärker gegenüber Konkurrenzstandorten (insbesondere Städte in der Region und Shopping-Center) sowie dem Online-Handel positionieren sollte.

Aufgrund der hohen Dynamik im Einzelhandel besteht generell mittelfristig ein Bedarf zur Fortschreibung der einzelhandelsbezogenen Grundlagenermittlung und Zielperspektive. Als besondere Rahmenbedingung fiel in den Bearbeitungszeitraum des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Beginn der Corona-Pandemie. Die Auswirkungen der Pandemie sind aktuell (noch) nicht bezifferbar bzw. prognostizierbar. Hilfeprogramme auf EU-, Bundes- und Landesebene laufen aktuell und ein Ende von Unterstützungsmaßnahmen für Unternehmen ist noch nicht absehbar. Daher wird empfohlen, die Inhalte des Einzelhandelskonzeptes (Zentren- und Standortkonzept, Steuerungsleitsätze, Sortimentsliste, Maßnahmenempfehlungen) nach 1 bis 2 Jahren auf den Prüfstand zu stellen und fortzuschreiben. So sollten Bestandserfassungen aktualisiert, sozioökonomische und städtebauliche Rahmenbedingungen begutachtet werden, auch sind wiederholte Durchführungen von Befragungen denkbar.

Anlass für eine Konzeptfortschreibung könnte darüber hinaus auch die Entwicklung neuer größerer Wohngebiete sein und damit die Überprüfung der wohnortnahen Grundversorgung. Zudem sollte auch bei erheblichen Veränderungen der gesetzlichen Grundlagen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung geprüft werden, inwieweit eine Fortschreibung des Konzepts erfolgen sollte.

Literatur- und Quellenverzeichnis

Literatur

Stadtverwaltung Strausberg (2006): Einzelhandelskonzept zur Festlegung von Versorgungsbereichen (Stadtzentrum und Stadtteilzentren) für Nahversorger (Lebensmittel- und Getränkemärkte) in der Stadt Strausberg. Strausberg.

Handelsverband Deutschland (HDE)/IfH Retail Consultants GmbH (Hrsg.) (2017): Online Monitor 2017. Berlin.

IfH Retail Consultants GmbH (Hrsg.) (2018): Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2019. Köln.

Landesplanung der Länder Berlin und Brandenburg (2009): Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg (LEP B-B). Potsdam.

Landesplanung der Länder Berlin und Brandenburg (2019): Landesentwicklungsplan Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR). Potsdam.

Datenbanken

Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (Hrsg.): statistik-berlin-brandenburg.de; Region nach Stichtag 31.12.2017.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Erarbeitungsschritte des Einzelhandelskonzeptes 10

Abbildung 2: Verwendete empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistischen Quellen 11

Abbildung 3: Gesellschaftlicher Wandlungsprozess 15

Abbildung 4: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 17

Abbildung 5: Verkaufsflächenansprüche von Lebensmittelmärkten 18

Abbildung 6: Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz 20

Abbildung 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Strausberg und Umgebung 24

Abbildung 8: Einzelhandelsbestand in Strausberg nach Warengruppen, Lagebereichen und Verkaufsflächen 26

Abbildung 9: Sortimentsspezifische Einzelhandelszentralität in Strausberg 29

Abbildung 10: Einzelhandelsbestand Altstadtzentrum 2019 31

Abbildung 11: Fristigkeitsbereiche des Altstadtzentrums 2019 32

Abbildung 12: Nutzungen in der Altstadt in Strausberg 34

Abbildung 13: Händlerbefragung – Bewertung diverse Aspekte Altstadtzentrum; N=18 37

Abbildung 14: Händlerbefragung – „Wie beurteilen Sie die gegenwärtige wirtschaftliche Situation Ihres Betriebs?“, N=18 37

Abbildung 15: Händlerbefragung – „Wie hat sich der Umsatz Ihres Betriebes in den letzten drei Jahren entwickelt?“, N=18 38

Abbildung 16: Händlerbefragung – „Haben Sie in den letzten 3 Jahren oder in den nächsten 3 Jahren geplant eine oder mehrere der folgenden Veränderungen in Ihrem Einzelhandelsbetrieb durchzuführen?“, N=18, Mehrfachnennungen möglich 39

Abbildung 17: Passantenbefragung – Besondere Stärken der Einkaufsstadt Strausberg, N=124 40

Abbildung 18: Passantenbefragung - „Mit welchen weiteren Aktivitäten verbinden Sie den Einkauf in der Innenstadt?“, N=269, Mehrfachnennungen möglich 41

Abbildung 19: Passantenbefragung - „Wie oft kaufen Sie am Standort der Befragung ein?“ 42

Abbildung 20: Passantenbefragung - „Gibt es Artikel oder Sortimente, die Sie beim Einkauf in der Innenstadt vermissen?“, Wenn ja, welche Sortimente vermissen Sie und wo kaufen Sie diese üblicherweise ein? Antwort Ja N=176, drei offene Antwortmöglichkeiten 42

Abbildung 21: Passantenbefragung - „Wie bewerten Sie folgende Aspekte der Altstadt?“ N=359 43

Abbildung 22: Passantenbefragung - „An welchen Einkaufsorten in Strausberg haben Sie heute neben dem Standort Strausberg Vorstadt schon eingekauft oder wollen dies noch tun?? “, N=349 44

Abbildung 23: Passantenbefragung – Wohnorte der Befragten, N=359 45

Abbildung 24: Verkaufsflächenanteile im Lebensmittelhandel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt 47

Abbildung 25: Verkaufsflächenausstattung im Lebensmittelhandel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt 47

Abbildung 26: Räumliche Nahversorgungssituation in Strausberg 49

Abbildung 27: Ermittlungsmethodik des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens 54

Abbildung 28: Einwohnerprognose in Strausberg 55

Abbildung 29: Entwicklung der privaten Konsumausgaben in Deutschland 56

Abbildung 30: Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz 57

Abbildung 31: Anteil B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland 2016 und 2025 (Prognose) 57

Abbildung 32: Sortimentsspezifische Zentralität und Zielperspektive 59

Abbildung 33: Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Strausberg 63

Abbildung 34: Das hierarchisch abgestufte Zentren- und Standortsystem (modellhaft) 65

Abbildung 35: Methodik der Ableitung von zentralen Versorgungsbereichen 67

Abbildung 36: Zentrenstruktur von Strausberg 70

Abbildung 37: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Altstadtzentrum, Bestandserfassung Stadt + Handel, complan 09/2019 72

Abbildung 38: Darstellung Entwicklungsflächen Altstadtzentrum 74

Abbildung 39: Darstellung Entwicklungsflächen Altstadtzentrum 74
Abbildung 40: unterversorgte Siedlungslagen im Stadtgebiet Strausberg 93
Abbildung 41: Übersicht über die Nahversorgungsstandorte in der Stadt Strausberg 94
Abbildung 42: Prüfschema zur standortgerechten Dimensionierung 95
Abbildung 43: Liste der zentrenrelevanten Sortimente im LEP HR. 100
Abbildung 44: Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept als Basis für eine aktive Stadtentwicklungspolitik 114
Abbildung 45: Übersicht der Einzelhandelsstandorte in der Stadt Strausberg 120

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Sozioökonomische Rahmenbedingungen der Stadt Strausberg 22
Tabelle 2: Sozioökonomische Rahmenbedingungen des Landkreises Märkisch – Oderland 22
Tabelle 3: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach Warengruppen 23
Tabelle 4: Einzelhandelsbestand in Strausberg 25
Tabelle 5: Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralitätswerte in Strausberg 28
Tabelle 6: Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in Strausberg 46
Tabelle 7: Relevante Rahmenbedingungen für den absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen von Strausberg 59
Tabelle 8: Entwicklungsmöglichkeiten für die Stadt Strausberg bis 2024 60
Tabelle 9: Sortimentsliste für die Stadt Strausberg (Kurzfassung) 101
Tabelle 10: Sortimentsliste für die Stadt Strausberg (Langfassung) 125

8 | Anhang

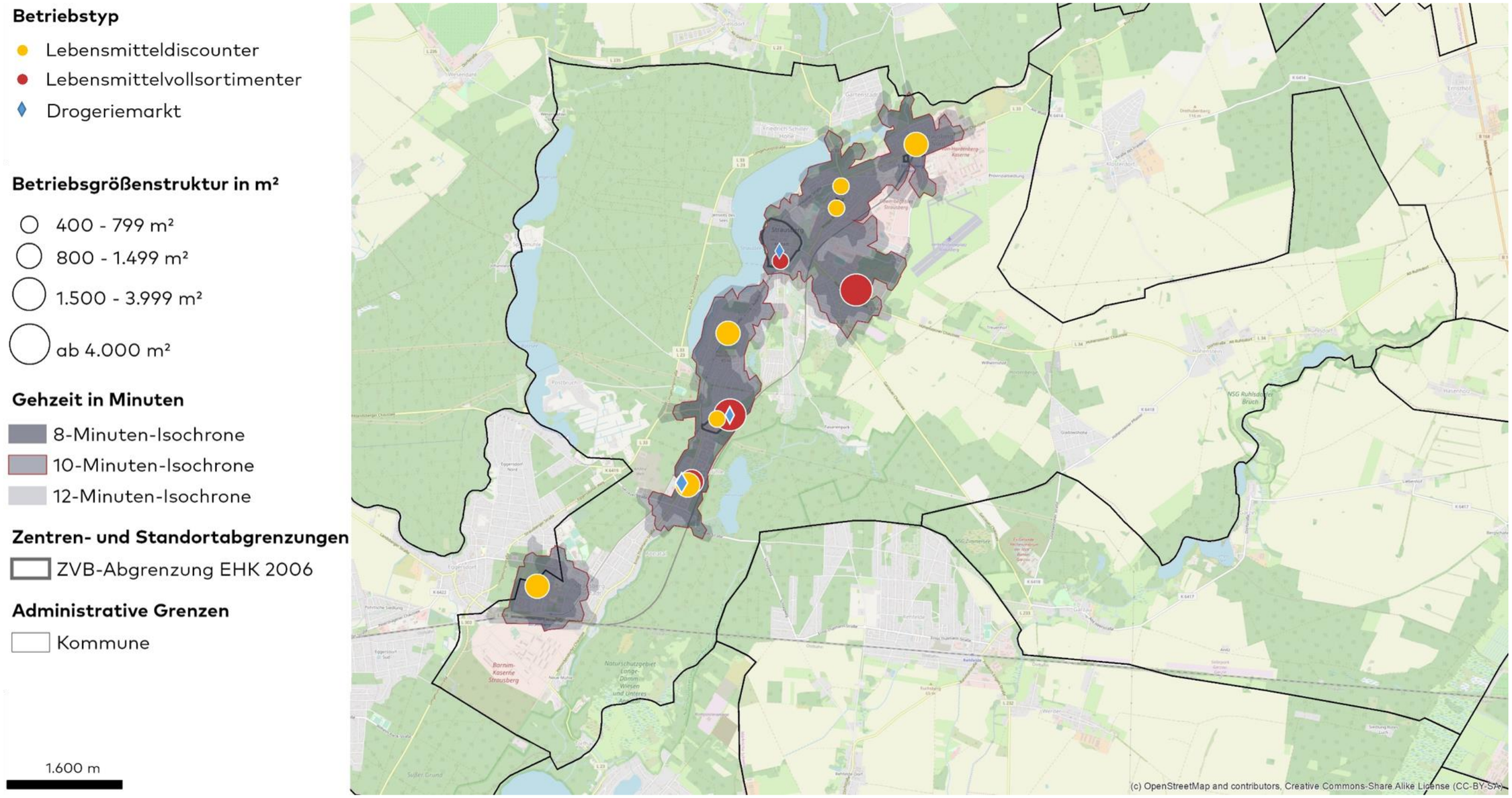


Abbildung 45: Übersicht über die Nahversorgungsstandorte in der Stadt Strausberg
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 09/2019; Einwohner: Statistische Ämter des Bundes und der Länder; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL. ZVB = zentraler Versorgungsbereich, NVS = Nahversorgungstandort, EST = Ergänzungsstandort

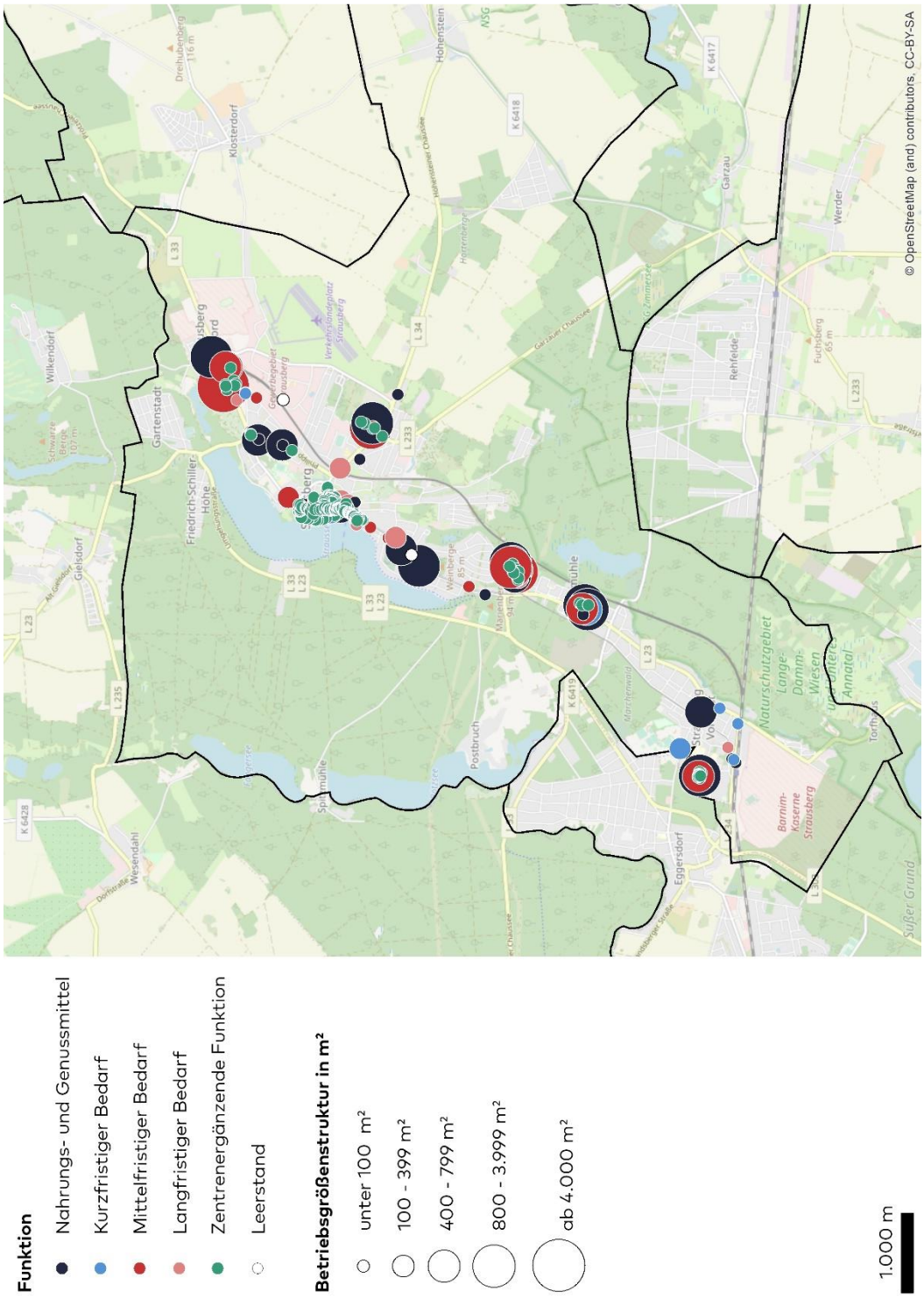


Abbildung 46: Übersicht der Einzelhandelsstandorte in der Stadt Strausberg
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 09/2019; Einwohner: Statistische Ämter des Bundes und der Länder; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Exkurs Citymanagement – Anforderungen und Aufgaben

Status quo

Der Anlass, eine Stelle für ein Citymanagement innerhalb der Verwaltung einzurichten, ergab sich im Jahr 2014. Der Gewerbeverein trat damals mit der Bitte um Unterstützung an die Stadt heran. Die nunmehr 6jährige Zusammenarbeit zwischen dem Gewerbeverein und dem Citymanagement sollte berücksichtigt werden, wenn es um die Definition von Anforderungen und Empfehlungen zum Aufgabenspektrum für das Citymanagement geht.

Das Citymanagement übernimmt aktuell im Rahmen einer Vollzeitstelle unterschiedliche Aufgaben. Der Wirkungsradius bezieht sich auf die Gesamtstadt. Zu den Kernaufgaben zählen aktuell die Organisation von Stadtfesten und Marketingaktionen, die Zusammenarbeit mit dem Gewerbeverein, hierbei die Teilnahme an Vereinstreffen und das Agieren als Schnittstelle zwischen der Verwaltung und dem Gewerbeverein sowie das Ausarbeiten von Vorschlägen zu aktuellen Themen als Entscheidungsgrundlage für die Verwaltung. Das Citymanagement ist über den Gewerbeverein hinaus Ansprechpartner für Vertreter weiterer Handelseinrichtungen bspw. für das Handelscentrum und das Südcenter sowie für eine Vielzahl an Akteuren aus den Bereichen Bildung, Soziales, Kultur, Freizeit und Tourismus und unterstützt diese bei Projekten. Über diese Kontakte ist ein großes und offenes Netzwerk entstanden.

Empfehlungen

- Erarbeiten und Umsetzen einer definierten Zielgruppenansprache (Familien, Jugendliche, Senioren) im Kontext eines ganzheitlichen Stadtmarketings sowie der Kundenbindung, hierbei Ausbau der medialen Präsenz: stetig, modern, on- und offline
- Zusammenarbeit mit entsprechenden Fachressorts der Verwaltung bei der Profilierung von Standortbereichen und dem Bespielen von Stadträumen: Markt, Lindenplatz, Höfe, Straßenbereiche
- Initiieren und Begleiten einer Plattform *Partner für Strausberg* und eines *Netzwerktreffs *Unsere Altstadt** (bspw. Einrichtung eines Chats, regelmäßige Treffen zum Kennenlernen, Austausch und Verabreden von Projekten)
- Ausarbeiten und Bündeln von Qualifizierungsmaßnahmen in den Themen u.a. Serviceangebote und -qualitäten, Branchenmix, Wahrnehmung & Marketing, Digitalisierung, „third place“ zusammen mit Partnern wie der IHK, dem HBB, externen Beratern und bekannten Partnern aus der Stadt Strausberg
- Ansprache und Informieren von Eigentümern, Verwaltungen von Wohn- und Geschäftshäusern, Gewerbetreibenden zu Themen wie u.a. Flächenmanagement und -vermarktung, Barrierefreiheit, Branchenmix, Flächenanforderungen für unterschiedliche Nutzungen, Angebotsvielfalt, Mietengestaltung, Nachfolgeregelungen, Stadtbild, Gestaltungssatzung
- Beobachtung von Sicherheit und Sauberkeit und Anregen notwendiger Maßnahmen
- Weiterqualifizierung des Citymanagements[61] selbst in den Bereichen Marketing, Städtebau, Stadt- /Geschäftsstraßenmanagement über Netzwerke wie bcsd e.V.
- Mitwirken im zeitweiligen Ausschuss *Altstadt*

[61] Der Know-how Transfer stellt eine wichtige Grundlage dar, um Sicherheit in der Projektplanung und -umsetzung zu erlangen, was wiederum voraussetzt das Wissen zu haben, dass bestimmte Dinge bereits erfolgreich erprobt wurden und Herangehensweisen als Standards entwickelt werden konnten. Dies bewirkt zudem, mit Überzeugungskraft Projektansätze zu vertreten.

Insgesamt sollte ein besonderer räumlicher Fokus der Arbeit des Citymanagements auf dem Altstadtzentrum liegen. Dabei gilt es, das historische Zentrum der Stadt zukunftsfähig und damit für Bewohner und Besucher attraktiv aufzustellen. Dabei umfassen die Maßnahmen alle Bereiche vom Einzelhandel über Soziales bis Kultur, Freizeit und Tourismus.

Grundlegend sollte, wenn über die zukünftige Aufstellung des Citymanagements nachgedacht wird, eine Definition und eindeutige Ausrichtung der Zuständigkeiten für Stadtmarketing, Citymanagement und Tourismus unter Einbeziehung des Gewerbevereins getroffen werden. Dabei geht es um stadträumliche Zuständigkeiten, inhaltliche Ausrichtungen und das Verschneiden von Akteurskreisen.

Hierbei kann eine Evaluierung der bestehenden Strukturen helfen. Ziel wäre es, sich aufbauend auf den Ergebnissen der Evaluierung, mit der Justierung von Organisations- und Kommunikationsstrukturen, Aufgaben und Finanzierungen auseinanderzusetzen sowie Kompetenzen und Verantwortlichkeiten, Machbarkeiten und Kapazitäten auf allen Ebenen zu prüfen und klar zu definieren.

Die Neuaufstellung des Gewerbevereins Strausberg Altstadt e.V. wäre ein geeigneter Anlass dazu. Die Evaluierung kann auch dabei unterstützen aus der Vielzahl an möglichen Aufgaben Kernaufgaben für das Citymanagement zu definieren und damit eine stärkere Fokussierung zu erreichen. Der Gewerbeverein (1996 gegründet) plant sich neu aufzustellen. Dies schließt personelle Veränderungen ein, einen Relaunch der eigenen Website, die Intensivierung der Zusammenarbeit mit der IHK, die Verbesserung der Zusammenarbeit mit der Stadt sowie die Mitwirkung in politischen Gremien.

Prüfoptionen zur ASZ II-Förderung[62]

- Einrichten eines Verfügungsfonds:

  Zur Stärkung des privaten Engagements und der Beteiligung lokaler Akteure an kooperativen Stadtentwicklungsprozessen kann die Stadt Strausberg im Fördergebiet Aktive Stadt- und Ortsteilzentren einen Verfügungsfonds einrichten. Der Verfügungsfonds ist als privat-öffentliches Instrument zur Anschubfinanzierung angelegt, bei dem privat eingebrachte Mittel durch öffentliche Zuschüsse der Städtebauförderung ergänzt werden. Grundsätzlich kann der Verfügungsfonds unterstützen, die Beteiligung lokaler Akteure zur Entwicklung des Altstadtzentrums zu erhöhen und dadurch die Identifikation der Bewohner, Unternehmer und Eigentümer mit der Strausberger Altstadt zu verbessern. Es geht vor allem um die Finanzierung kleinerer, aus dem lokalen Engagement heraus entwickelter Projekte oder Aktionen die innerhalb kurzer Zeit umsetzbar sind. Die Projekte werden durch die lokalen Akteure selbst ausgewählt, mitgestaltet und teils mitfinanziert. Über die Vergabe der Mittel ist auf Grundlage einer kommunalen Richtlinie zu entscheiden. Über die Projektauswahl befindet ein eingesetzter Beirat. Weiterführende Informationen finden sich auf der Website des Landesamtes für Bauen und Verkehr.
- Unterstützung des Citymanagements:

  Zur Unterstützung des Citymanagements kann eine Finanzierungsförderung einer verwaltungsexternen Personalstelle (inkl. Sachkosten) geprüft werden. Die Personalie könnte bspw.

[62] Vorbehaltlich der Anpassung der Förderrichtlinie in 2020.

beim Gewerbeverein Strausberg Altstadt e.V. angeschlossen und von einem lokalen Akteur besetzt werden.

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. WZ 2008*	Bezeichnung nach WZ 2008*
zentrenrelevante Sortimente		
Augenoptik	47.78.1	Augenoptiker
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)	47.71	Einzelhandel mit Bekleidung
Bettwaren	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Steppdecken u. a. Bettdecken, Kopfkissen u. a. Bettwaren)
Briefmarken und Münzen	aus 47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln (daraus NUR: Einzelhandel mit Sammlerbriefmarken und -münzen)
Campingartikel (ohne Campingmöbel)	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sportartikel und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Einzelhandel mit Campingartikeln)
Elektrogroßgeräte	aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektrogroßgeräten wie Wasch-, Bügel- und Geschirrspülmaschinen, Kühl- und Gefrierschränken und -truhen)
Elektrokleingeräte	aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektrokleingeräten einschließlich Näh- und Strickmaschinen)
Fahrräder und Zubehör	47.64.1	Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör
Glas/Porzellan/Keramik	47.59.2	Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren
Haus-/Bett-/Tischwäsche	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Haus- und Tischwäsche, z. B. Hand-, Bade- und Geschirrtücher, Tischdecken, Stoffservietten, Bettwäsche)
Hausrat/Haushaltswaren	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Hausrat aus Holz, Metall und Kunststoff, z. B. Besteck und Tafelgeräte, Koch- und Bratgeschirr, nicht elektrische Haushaltsgeräte sowie mit Haushaltsartikeln und Einrichtungsgegenständen anderweitig nicht genannt)
Heimtextilien (Gardinen, Dekostoffe, Sicht-/Sonnenschutz)	aus 47.53 aus 47.51	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Vorhängen und Gardinen) Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Haus- und Tischwäsche, z. B. Hand-, Bade- und Geschirrtücher, Tischdecken, Stoffservietten, Bettwäsche und Einzelhandel mit Dekorations- und Möbelstoffen, dekorativen Decken und Kissen, Stuhl- und Sesselauflagen o. ä.)
Kinderwagen	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Kinderwagen)
Künstler- und Bastelbedarf	aus 47.62.2	Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln (daraus NUR: Einzelhandel mit Künstler- und Bastelbedarf)
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle)	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Kurzwaren, z. B. Nähnadeln, handelsfertig aufgemachte Näh-, Stopf- und Handarbeitsgarn, Knöpfe, Reißverschlüsse sowie Einzelhandel mit Ausgangsmaterial für Handarbeiten zur Herstellung von Teppichen und Stickereien)
Lampen/Leuchten	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Lampen und Leuchten)
Musikinstrumente und Musikalien	47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	47.41 47.42 47.43 47.63 47.78.2	Einzelhandel mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software Einzelhandel mit Telekommunikationsgeräten Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern Einzelhandel mit Foto- und optischen Erzeugnissen
Blumen/Pflanzen (Indoor)	aus 47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Beetpflanzen, Wurzelstöcke und Blumenerde)
Schuhe/Lederwaren	47.72	Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren
Spielwaren	47.65	Einzelhandel mit Spielwaren
Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NICHT: Einzelhandel mit Campingartikeln und Anglerbedarf)
Uhren/Schmuck	47.77	Einzelhandel mit Uhren und Schmuck

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. WZ 2008*	Bezeichnung nach WZ 2008*
Waffen/Jagdbedarf/Angeln	aus 47.78.9	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Waffen und Munition)
	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Einzelhandel mit Anglerbedarf)
Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände	aus 47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Sammlerbriefmarken und -münzen)
	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Holz-, Kork-, Korb- und Flechtwaren)
	aus 47.62.2	Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln (daraus NUR: Einzelhandel mit Postern)
Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere	aus 47.76.2	Einzelhandel mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren
zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente		
Bücher	47.61	Einzelhandel mit Büchern
	47.79.2	Antiquariate
Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel)	aus 47.75	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln
	aus 47.78.9	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Wasch- und Putzmittel)
Medizinische und orthopädische Geräte (inkl. Hörgeräte)	47.74	Einzelhandel mit medizinischen und orthopädischen Artikeln
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren)	aus 47.2	Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)
Papier/Büroartikel/Schreibwaren	aus 47.62.2	Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Postern sowie Künstler- und Bastelbedarf)
Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	47.73	Apotheken
Zeitungen/Zeitschriften	47.62.1	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen
nicht zentrenrelevante und nicht zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente**		
Baumarktsortiment i. e. S.***	aus 47.52.1	Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt (daraus NICHT: Einzelhandel mit Gartengeräten/-bedarf aus Holz und Kunststoff, Metallkurzwaren und Kleineisenwaren für den Garten, Rasenmähern, Spielgeräten für den Garten sowie Werkzeugen für den Garten)
	47.52.3	Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf
	aus 47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Tapeten und Fußbodenbelägen)
	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Sicherheitssystemen wie Verriegelungseinrichtungen und Tresore)
	aus 47.78.9	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Kohle und Holz)
Boote und Zubehör	Aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikel (daraus NUR: Einzelhandel mit Booten)
Gartenartikel (ohne Gartenmöbel)	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Koch- und Bratgeschirr für den Garten, Bedarfsartikel für den Garten)
	aus 47.52.1	Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Gartengeräten/-bedarf aus Holz und Kunststoff, Metallkurzwaren und Kleineisenwaren für den Garten, Rasenmähern, Spielgeräten für den Garten sowie Werkzeugen für den Garten)
	aus 47.67.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NUR: Einzelhandel mit Beetpflanzen, Wurzelstöcke und Blumenerde)
Kfz-Zubehör	45.32	Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör
Matratzen	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Matratzen)
Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)	47.59.1	Einzelhandel mit Wohnmöbeln
	47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen
	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (draus NUR: Einzelhandel mit Garten- und Campingmöbeln)
Motorräder und Zubehör (inkl. Mofas)	aus 45.40	Handel mit Krafträdern, Kraftradteilen und -zubehör (daraus NUR: Einzelhandel mit Kraftradteilen und -zubehör)
Teppiche (ohne Teppichböden)	aus 47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Teppichen, Brücken und Läufern)

Tabelle 10: Sortimentsliste für die Stadt Strausberg (Langfassung)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; * WZ 2008 = Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes, Ausgabe 2008; ** 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 Zentrenkonzeptes der Stadt

Strausberg als nicht kritisch gesehen werden und ist somit erläuternd, jedoch nicht abschließend; *** umfasst: Baustoffe, Bauelemente, Eisenwaren/Werkzeuge, Sanitär- und Installationsbedarf, Farben/Lacke/ Tapeten, Elektroinstallationsmaterial, Bodenbeläge/Parket/Fliesen.

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. 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-to-Consumer (B2C)

Business-to-Consumer bezeichnet im Zusammenhang mit Einzelhandel den Verkauf von Waren eines Unternehmens an Privatpersonen (kein Großhandel oder anderes Unternehmen).

Click & Collect

Der Begriff Click & Collect bezeichnet einen Einkaufsvorgang, bei welchem das Produkt online bestellt und in einem Betrieb des stationären Einzelhandels abgeholt werden kann.

Convenience-Store/Nachbarschaftsladen

Der Convenience-Store (Nachbarschaftsladen) ist gemäß Katalog E des Institutes für Handelsforschung „ein kleinflächiger Einzelhandelsbetrieb (Einzelhandel im institutionellen Sinne), der ein begrenztes Sortiment an Lebensmitteln sowie gängigen Haushaltswaren zu einem eher hohen Preisniveau anbietet. Teilweise können eine Tankstelle und Dienstleistungsangebote (z. B. Schnellrestaurant, Reinigung) angeschlossen sein. […] In der Bundesrepublik Deutschland sind Nachbarschaftsläden kleinflächige Lebensmittel- oder Gemischtwarengeschäfte mit wohnungsnahem, frequenzintensivem Standort.“

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.

Fachgeschäft

Spezialisierter und branchengebundener Einzelhandelsbetrieb, der sich durch eine große Sortimentstiefe und unterschiedliches Preis- und Qualitätsniveau auszeichnet. Die Verkaufsfläche liegt meistens bei weniger als 400 m². Neben der Verkaufsflächengröße ist für die Abgrenzung zu Fachmärkten vor allem der Service (z. B. Kundendienst und Beratung/ Bedienung) entscheidend.

Fachmarkt

Betriebstyp der Non-Food-Sparte, der 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 ebenerdigem Betrieb mit niedrigem bis mittlerem Preisniveau. Verkaufsfläche in der Regel > 400 m².

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

Fast-Fashion

Unter Fast-Fashion ist ein Geschäftsmodell im Textileinzelhandel zu verstehen, bei dem die angebotene Kollektion laufend geändert wird (alle 1 bis 2 Monate). Die Zeit zwischen Design Erstellung und Verkauf durch den Handel wird somit drastisch reduziert. Durch das ständig sich ändernde Angebot soll der Kunde animiert werden, möglichst häufig eine Filiale aufzusuchen.

In Wohnsiedlungsbereiche integrierte Lage / städtebaulich integrierte Lage

Als in Wohnsiedlungsbereiche 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.

Kaufkraft

Die Geldmenge, die privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraums zur Verfügung steht. Errechnet wird sie aus den Nettoeinnahmen zuzüglich der Entnahme aus Ersparnissen und aufgenommener Kredite, 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 Fremdregionen einem Marktgebiet zufließen.

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 in der Regel zwischen 700 – 1.400 m², in Einzelfällen auch darüber. Der Umsatzanteil durch Non-Food-Artikel liegt zwischen 10 – 13 %.

Multikontextualität

Unter Multikontextualität wird in diesem Konzept die Verknüpfung des Einkaufens mit verschiedenen Anforderungen der Kunden verstanden. Diente es früher der reinen Versorgung mit Gütern, so ist Einkaufen heutzutage an verschiedene Erwartungen gebunden. Der Einkauf soll idealerweise zusätzlich Unterhaltung, Entspannung, Kultur und gastronomische Angebote bieten.

Multi- und Cross-Channel Marketingstrategien

Multi-Channel bezeichnet einen mehrgleisigen Vertriebsweg des Handels. Bei diesem Ansatz existieren die verwendeten Vertriebskanäle nebeneinander, ohne jedoch miteinander verknüpft zu sein (bspw. Online Shop und stationäres Geschäft).

Handelsbetriebe mit Cross-Channel Strategie verfügen ebenfalls über mehrere Vertriebskanäle, diese sind jedoch miteinander verknüpft. Der Kunde kann somit bspw. ein Produkt online vorbestellen und in einer Filiale abholen, oder bspw. in einem Online-Shop die Warenverfügbarkeit vor Ort überprüfen oder aber den Artikel direkt online bestellen.

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.

Nicht integrierte Lage (niL)/ autokundenorientierter Standort

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

SB-Warenhaus

Einzelhandelsbetrieb (großflächig) mit mindestens 5.000 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.

Supermarkt

Verkauf des Lebensmittelvollsortiments inkl. Frischfleisch sowie Verkauf von Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs. Meist Selbstbedienung. Die Verkaufsflächen liegen zwischen 400 - 2.500 m², das Sortiment umfasst überwiegend Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren. Weitere Sortimente werden nur auf einem geringen Verkaufsflächenanteil angeboten.

Trading-Down-Prozess

„Trading down“ bezeichnet 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.

Trading-Up-Prozess

„Trading up“ bezeichnet die Verbesserung des Leistungsangebotes eines Unternehmens, wie z.B. die Sortimentsausdehnung mit höherwertigen Produkten. Damit verbunden sind die Ausdehnung des Angebots, die Verbesserung der Ladengestaltung und die Verstärkung 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.

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. Großformatiger Betriebstypus (rd. 2.500 - 5.000 m² Verkaufsfläche), 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, Pfandrückgaberäume 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 (Innenstadt, 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.