

Einzelhandelskonzept für die Landeshauptstadt Potsdam



Februar 2014

Fassung nach Beschluss durch die
Stadtverordnetenversammlung
vom 07.05.2014 (DS 14/SVV/1050)



Landeshauptstadt
Potsdam

Einzelhandelskonzept für die Landeshauptstadt Potsdam



Dr. Donato Acocella
Stadt- und Regionalentwicklung

Bearbeiter:

Dr. rer.pol. D. Acocella
Dr. rer.pol. U.C. Fürst
Dipl.-Geograph P. Helbig
Dipl.-Ing. A. Schnacke-Fürst

Dr. Acocella – Stadt- und Regionalentwicklung

Teichstraße 14 ▪ 79539 Lörrach ▪ T 07621 91550-0 ▪ F 07621 91550-29
Arndtstraße 10 ▪ 44135 Dortmund ▪ T 0231 534555-0 ▪ F 0231 534555-29
Peter-Vischer-Straße 17 ▪ 90403 Nürnberg ▪ T 0911 817676-42 ▪ F 0911 817676-43
info@dr-acocella.de ▪ www.dr-acocella.de

Lörrach/ Nürnberg/ Dortmund, Februar 2014

Ansprechpartner Landeshauptstadt Potsdam

Bereich Stadtentwicklung-Verkehrsentwicklung

Erik Wolfram Sebastian Gutschow
Tel. 0331 289-2512 Tel. 0331 289-2509
E-Mail: stadtentwicklung@rathaus.potsdam.de

Bereich Wirtschaftsförderung

Jutta Moll
Tel. 0331 289-2825
E-Mail: jutta.moll@rathaus.potsdam.de

www.potsdam.de/stadtentwicklung



BESCHLUSS
der 62. öffentlichen Sitzung der Stadtverordnetenversammlung der
Landeshauptstadt Potsdam am 07.05.2014

Einzelhandelskonzept für die Landeshauptstadt Potsdam
Vorlage: 14/SVV/0150

1. Das fortgeschriebene „Einzelhandelskonzept für die Landeshauptstadt Potsdam“ (gemäß Anlage 1) ist als Konzept der Einzelhandelsentwicklung der Landeshauptstadt Potsdam anzuwenden.
2. Der Oberbürgermeister wird beauftragt, das Einzelhandelskonzept umzusetzen, insbesondere im Rahmen der Bauleitplanung und des besonderen Städtebaurechts. Dazu sind die Ziele und Leitlinien zu beachten und die zentralen Versorgungsbereiche mit den verfügbaren planungsrechtlichen Mitteln in ihrer Entwicklung zu schützen, Entwicklungs- und Sanierungsziele ggf. anzupassen.

Abstimmungsergebnis:
mit Stimmenmehrheit **angenommen**,
bei einigen Gegenstimmen
und einigen Stimmenthaltungen.

Gemäß § 22 Brandenburgische Kommunalverfassung (BbgKVerf) waren keine Mitglieder der Stadtverordnetenversammlung von der Beratung und Abstimmung ausgeschlossen. Die Übereinstimmung des Beschlusses mit dem Wortlaut in der Niederschrift wird amtlich beglaubigt.

Dem Beschluss werden beigelegt: Begründung (1 Seite), das Einzelhandelskonzept (209 Seiten) und Stellungnahmen des Arbeitskreises Einzelhandel (12 Seiten). .

Potsdam, den 12. Mai 2014

Ziegenbein
Leiterin des Büros

Stempel

INHALTSVERZEICHNIS:

1. AUSGANGSLAGE	1
2. RAHMENBEDINGUNGEN DER EINZELHANDESENTWICKLUNG - PLANUNGSRECHTLICHE VORGABEN	2
2.1 ALLGEMEINE TRENDS DER EINZELHANDESENTWICKLUNG	2
2.1.1 Handelsendogene und -exogene Faktoren der Einzelhandelsentwicklung ..	3
2.1.2 Städtebauliche Wirkungen der Einzelhandelsentwicklung	6
2.2 EINZELHANDELSKONZEPT ALS RÄUMLICHES STEUERUNGSMITTEL FÜR DEN EINZELHANDEL.....	7
2.2.1 Landesplanerische Ziele zur Steuerung des Einzelhandels	8
2.2.2 Planungsrechtlicher Rahmen des Einzelhandelskonzeptes	9
2.2.2.1 Zentraler Versorgungsbereich	9
2.2.2.2 Sortimentsliste	10
2.2.2.3 Steuerungsmöglichkeiten der kommunalen Planungsebene	11
2.2.2.4 Konsequenzen für das Genehmigungsverfahren	16
3. GESAMTSTÄDTISCHE EINZELHANDELSITUATION	18
3.1 METHODIK UND DATENGRUNDLAGEN	18
3.1.1 Prozessbegleitung durch Arbeitsgruppe	18
3.1.2 Einzelhandelsangebot und -nachfrage.....	18
3.1.3 Feststellung des Einzugsgebietes des Potsdamer Einzelhandels.....	20
3.1.4 Abgrenzung der Zentren.....	20
3.2 EINZELHANDELSANGEBOT IN DER LANDESHAUPTSTADT POTSDAM.....	22
3.2.1 Gesamtstädtisches Einzelhandelsangebot	22
3.2.2 Einzelhandelsangebot nach Sozialräumen.....	28
3.2.2.1 Einzelhandelssituation im Sozialraum I Nördliche Ortsteile, Sacrow	29
3.2.2.2 Einzelhandelssituation im Sozialraum II Potsdam Nord.....	31
3.2.2.3 Einzelhandelssituation im Sozialraum III Potsdam West, Innenstadt, Nördliche Vorstädte	32
3.2.2.4 Einzelhandelssituation im Sozialraum IV Babelsberg, Zentrum Ost	34
3.2.2.5 Einzelhandelssituation im Sozialraum V Stern, Drewitz, Kirchsteigfeld	36
3.2.2.6 Einzelhandelssituation im Sozialraum VI Schlaatz, Waldstadt I und II, Potsdam Süd	38
3.2.3 Einzugsgebiet.....	40
3.2.4 Nahversorgungssituation.....	43
4. ZIELKATALOG DES EINZELHANDELSKONZEPTES DER LANDESHAUPTSTADT POTSDAM	52
5. PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENSPIELRAUMES IN DER LANDESHAUPTSTADT POTSDAM	58
5.1 PROGNOSE DER BEVÖLKERUNGSENTWICKLUNG	58
5.2 PERSPEKTIVEN FÜR DEN EINZELHANDEL	60
5.3 NACHFRAGE: ANNAHMEN ZUR ENTWICKLUNG UND KAUFKRAFTPOTENZIAL	60
5.4 ANNAHMEN ZUR ENTWICKLUNG DER ANGEBOTSSSEITE	61

5.5	PROGNOSE: ZUSÄTZLICHES VERKAUFSFLÄCHENPOTENZIAL IN POTSDAM	64
5.6	DIFFERENZIERUNG DES VERKAUFSFLÄCHENPOTENZIALES NACH ZENTRENRELEVANZ	67
6.	<u>MAßNAHMENKONZEPT ZUR STÄRKUNG DES EINZELHANDELS IN DER LANDESHAUPTSTADT POTSDAM</u>	74
6.1	SORTIMENTSLISTE	75
6.1.1	Kriterien.....	75
6.1.2	Räumliche Verteilung der Sortimente in Potsdam.....	76
6.1.3	Potsdamer Sortimentsliste.....	79
6.2	ZENTRENHIERARCHIE	81
6.3	GRUNDSÄTZE ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSENTWICKLUNG.....	86
6.3.1	Umgang mit zentrenrelevantem Einzelhandel	88
6.3.2	Umgang mit nicht-zentrenrelevantem Einzelhandel	92
6.3.3	Entwicklungsoptionen für Gewerbegebiete	95
6.3.4	Maßnahmen zur Nahversorgung	96
6.3.5	Zusammenfassung - Leitlinien der künftigen Einzelhandelsentwicklung der Landeshauptstadt Potsdam	100
6.4	ZENTREN UND SONDERSTANDORTE	102
6.4.1	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	103
6.4.2	Potsdamer Mitte	108
6.4.3	Stadtteilzentrum Babelsberg.....	111
6.4.4	Stadtteilzentrum Waldstadt	114
6.4.5	Nahversorgungszentrum Bornstedt - Potsdamer Straße	118
6.4.6	Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Bornstedter Feld - Pappelallee.....	121
6.4.7	Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Bornstedter Feld - Nedlitzer Straße	124
6.4.8	Nahversorgungszentrum Drewitz	127
6.4.9	Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Fahrland.....	129
6.4.10	Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Golm/ Eiche	132
6.4.11	Nahversorgungszentrum Groß Glienicke	134
6.4.12	Nahversorgungszentrum Kirchsteigfeld	137
6.4.13	Nahversorgungszentrum Markt-Center.....	140
6.4.14	Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Schlaatz	143
6.4.15	Nahversorgungszentrum Stern.....	146
6.4.16	Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Zentrum Ost.....	149
6.4.17	Nahversorgungszentrum Zeppelinstraße	151
6.4.18	Sonderstandort Bahnhofspassagen.....	153
6.4.19	Sonderstandort Stern-Center	156
6.5	BEWERTUNG VON PLANVORHABEN UND BEREITS REALISIERTEN PLANUNGEN.....	158
6.5.1	Standort Fahrland Bebauungsplan Marquardter Chaussee.....	159
6.5.2	Standort Kaserne Krampnitz.....	159
6.5.3	Standort Neu Fahrland Insel.....	160
6.5.4	Standort Friedrichspark	161
6.5.5	Standort Hebbelstraße/ Gutenbergstraße.....	162
6.5.6	Standort Berliner Straße/ Holzmarktstraße.....	163

6.5.7	Standort Friedrich-Engels-Straße/ Neue Halle	165
6.5.8	Standort Steinstraße/ Großbeerenstraße	166
6.5.9	Standort Kirchsteigfeld/ Ricarda-Huch-Straße	167
6.5.10	Standort Speicherstadt Nord	168
6.5.11	Standort Kulturbodendeponie/ GESA.....	168
6.5.12	Standort Marlene-Dietrich-Allee/ Medienstadt Nord	169
6.5.13	Standort Waldstadt/ Zum Teufelssee	170
6.6	VORGEHENSWEISE ZUR UMSETZUNG.....	171
6.6.1	Öffentliche Information	171
6.6.2	Festlegen einer Sortimentsliste	173
6.6.3	Festlegen von Gebieten, in denen alle Sortimente bzw. nur nicht- zentrenrelevante Sortimente zulässig sein sollen - auch großflächig ..	173
6.6.4	Handlungsleitfaden zur bauleitplanerischen Umsetzung der Zielvorstellungen.....	175
6.7	ZUSAMMENFASSENDE BEWERTUNG	177
ANHANG		179
GLOSSAR		196

ABBILDUNGSVERZEICHNIS:

Abb. 1:	Betriebsgrößenklassen in Potsdam.....	23
Abb. 2:	Gesamtstädtische Bindungsquoten.....	25
Abb. 3:	Einzelhandelsangebot nach Standorttypen in Potsdam	28
Abb. 4:	Einzelhandelsangebot nach Standorttypen Sozialraum I Nördliche Ortsteile, Sacrow	30
Abb. 5:	Einzelhandelsangebot nach Standorttypen Sozialraum II Potsdam Nord.....	32
Abb. 6:	Einzelhandelsangebot nach Standorttypen im Sozialraum III Potsdam West, Innenstadt, Nördliche Vorstädte	34
Abb. 7:	Einzelhandelsangebot nach Standorttypen Sozialraum IV Babelsberg, Zentrum Ost	35
Abb. 8:	Einzelhandelsangebot nach Standorttypen Sozialraum V Stern, Drewitz, Kirchsteigfeld	37
Abb. 9:	Einzelhandelsangebot nach Standorttypen im Sozialraum VI Schlaatz, Waldstadt I und II, Potsdam Süd	39
Abb. 10:	Lebensmittelbetriebe nach Betriebstypen und Standort(typ)en	48
Abb. 11:	Einwohnerentwicklung in der Landeshauptstadt Potsdam im Zeitraum von 1992 bis 2012 (tatsächliche Entwicklung) und bis zum Jahr 2025 (Prognosewert).....	59
Abb. 12:	Verkaufsflächenentwicklungskorridor 2013 - 2025 (in qm)	65
Abb. 13:	Verkaufsflächenentwicklungskorridor nahversorgungsrelevante Sortimente in qm.....	68
Abb. 14:	Verkaufsflächenentwicklungskorridor sonstige zentrenrelevante Sortimente in qm.....	69
Abb. 15:	Verkaufsflächenentwicklungskorridor nicht-zentrenrelevante Sortimente in qm.....	71
Abb. 16:	Verkaufsflächenverteilung zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen	77
Abb. 17:	Verkaufsflächenverteilung nicht-zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen	78

KARTENVERZEICHNIS:

Karte 1: Räumliche Gliederung der Landeshauptstadt Potsdam - Sozialräume	29
Karte 2: Einzugsgebiet des Potsdamer Einzelhandels	43
Karte 3: Bindungsquoten Nahrungs-/ Genussmittel nach Sozialräumen	44
Karte 4: Bindungsquoten Nahrungs-/ Genussmittel nach Sozialräumen - integrierte Standorte	45
Karte 5: Bindungsquoten Nahrungs-/ Genussmittel nach Stadtteilen	46
Karte 6: Lebensmittelbetriebe in Potsdam mit Nahversorgungsradien (500-Meter-Radien)	49
Karte 7: Nahversorgungsanteile in Potsdam auf Ebene der Sozialräume	50
Karte 8: Nahversorgungsanteile in Potsdam auf Ebene der Stadtteile	51
Karte 9: Zentrenhierarchie 2013	84
Karte 10: Zentrenhierarchie 2008	86
Karte 11: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	104
Karte 12: Stadtteilzentrum Babelsberg	111
Karte 13: Stadtteilzentrum Waldstadt	114
Karte 14: Nahversorgungszentrum Bornstedt - Potsdamer Straße	118
Karte 15: Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf Bornstedter Feld - Pappelallee	121
Karte 16: Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Bornstedter Feld - Nedlitzer Straße	124
Karte 17: Nahversorgungszentrum Drewitz	127
Karte 18: Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Fahrland	129
Karte 19: Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Golm/ Eiche	133
Karte 20: Nahversorgungszentrum Groß Glienicke	135
Karte 21: Nahversorgungszentrum Kirchsteigfeld	137
Karte 22: Nahversorgungszentrum Markt-Center	140
Karte 23: Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Schlaatz	143
Karte 24: Nahversorgungszentrum Stern	146
Karte 25: Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Zentrum Ost	149
Karte 26: Nahversorgungszentrum Zeppelinstraße	151
Karte 27: Sonderstandort Bahnhofspassage	153
Karte 28: Sonderstandort Stern-Center	156
Karte 29: Standort Fahrland Bebauungsplan Marquardter Chaussee	159
Karte 30: Standort Kaserne Krampnitz	160
Karte 31: Standort Hebbelstraße/ Gutenbergstraße	163
Karte 32: Standort Berliner Straße/ Holzmarktstraße - Situation vor Verlagerung .	164
Karte 33: Standort Berliner Straße/ Holzmarktstraße - Situation nach Verlagerung	165
Karte 34: Standort Friedrich-Engels-Straße/ Neue Halle	166
Karte 35: Standort Steinstraße/ Großbeerenstraße	167
Karte 36: Standort Kirchsteigfeld/ Ricarda-Huch-Straße	168
Karte 37: Standort Waldstadt/ Zum Teufelssee	171

TABELLENVERZEICHNIS:

Tab. 1:	Vergleich Einzelhandelsangebot Potsdam 2013 zu 2007 (GMA) und 1993 (HGZ)	22
Tab. 2:	Betriebe nach Größenklassen in Potsdam 2013: Anzahl und Verkaufsfläche .	23
Tab. 3:	Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftpotenziale und Bindungsquote nach Sortimenten - Gesamtstadt	24
Tab. 4:	Betriebszahlen, Verkaufsflächen, Umsätze und Bindungsquoten nach Sozialräumen	27
Tab. 5:	Kundenherkunft des Potsdamer Einzelhandels	41
Tab. 6:	Anzahl und Verkaufsflächen der Lebensmittelbetriebe in Potsdam nach Betriebstypen.....	47
Tab. 7:	Annahmen zu Nachfrageentwicklung und Kaufkraftpotenzial im Überblick (ohne Lebensmittelhandwerk und Apotheken).....	61
Tab. 8:	Nach Erhebung realisierte bzw. in der Umsetzung bzw. konkrete Planvorhaben - Verkaufsflächen wesentlicher Sortimente	67
Tab. 9:	Verkaufsflächenprognose: Verkaufsflächenpotenzial nach Sortimenten bis 2015, 2020 bzw. 2025 in qm - Entwicklungsprognose	72
Tab. 10:	Verkaufsflächenprognose: Verkaufsflächenpotenzial nach Sortimenten bis 2015, 2020 bzw. 2025 in qm - Wettbewerbsprognose	73
Tab. 11:	Potsdamer Sortimentsliste	80
Tab. 12:	Klassifikation der zentralen Versorgungsbereiche in der Landeshauptstadt Potsdam - Stand/ Ausbaustufe (v.a. bei Nahversorgungszentren mit Entwicklungsbedarf).....	82
Tab. 13:	Standortkatalog nach den Grundsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung.....	87
Tab. 14:	Nahversorgungs- und sonstige zentrenrelevante Sortimente: Je 50 qm Verkaufsfläche rechnerische versorgte Einwohner (gerundete Werte)	89
Tab. 15:	Standortanforderungen Lebensmittelbetriebe nach Betriebstypen	97
Tab. 16:	Einzelhandelsangebot zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	104
Tab. 17:	Einzelhandelsangebot Stadtteilzentrum Babelsberg	112
Tab. 18:	Einzelhandelsangebot Stadtteilzentrum Waldstadt	115
Tab. 19:	Einzelhandelsangebot Nahversorgungszentrum Bornstedt - Potsdamer Straße	119
Tab. 20:	Einzelhandelsangebot Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Bornstedter Feld- Pappelallee	122
Tab. 21:	Einzelhandelsangebot Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Bornstedter Feld - Nedlitzer Straße.....	125
Tab. 22:	Einzelhandelsangebot Nahversorgungszentrum Drewitz	128
Tab. 23:	Einzelhandelsangebot Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Fahrland	130
Tab. 24:	Einzelhandelsangebot Nahversorgungszentrum Groß Glienicke	135
Tab. 25:	Einzelhandelsangebot Nahversorgungszentrum Kirchsteigfeld	138
Tab. 26:	Einzelhandelsangebot Nahversorgungszentrum Markt-Center	141
Tab. 27:	Einzelhandelsangebot Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Schlaatz	144
Tab. 28:	Einzelhandelsangebot nahversorgungszentrum Stern	147
Tab. 29:	Einzelhandelsangebot Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Zentrum Ost	150

Tab. 30:	Einzelhandelsangebot Nahversorgungszentrum Zeppelinstraße	152
Tab. 31:	Einzelhandelsangebot Sonderstandort Bahnhofspassagen	154
Tab. 32:	Einzelhandelsangebot Sonderstandort Stern-Center	157
Tab. A - 1:	Einzelhandelsangebot in Potsdam nach Standort(typen): Verkaufsflächen in qm.....	179
Tab. A - 2:	Einzelhandelsangebot in Potsdam nach Standort(typen): Umsätze in Mio. €.....	180
Tab. A - 3:	Betriebe nach Größenklassen im Sozialraum I Nördliche Ortsteile, Sacrow: Anzahl und Verkaufsfläche	181
Tab. A - 4:	Einzelhandelsangebot Sozialraum I Nördliche Ortsteile, Sacrow	182
Tab. A - 5:	Betriebe nach Größenklassen im Sozialraum II Potsdam Nord: Anzahl und Verkaufsfläche	183
Tab. A - 6:	Einzelhandelsangebot Sozialraum II Potsdam Nord.....	184
Tab. A - 7:	Betriebe nach Größenklassen im Sozialraum III Potsdam West, Innenstadt, Nördliche Vorstädte: Anzahl und Verkaufsfläche	185
Tab. A - 8:	Einzelhandelsangebot Sozialraum III Potsdam West, Innenstadt, Nördliche Vorstädte.....	186
Tab. A - 9:	Betriebe nach Größenklassen im Sozialraum IV Babelsberg, Zentrum Ost: Anzahl und Verkaufsfläche	187
Tab. A - 10:	Einzelhandelsangebot Sozialraum IV Babelsberg, Zentrum Ost.....	188
Tab. A - 11:	Betriebe nach Größenklassen im Sozialraum V Stern, Drewitz, Kirchsteigfeld: Anzahl und Verkaufsfläche	189
Tab. A - 12:	Einzelhandelsangebot Sozialraum V Stern, Drewitz, Kirchsteigfeld	190
Tab. A - 13:	Betriebe nach Größenklassen im Sozialraum VI Schlaatz, Waldstadt I und II, Potsdam Süd.....	191
Tab. A - 14:	Einzelhandelsangebot Sozialraum VI Schlaatz, Waldstadt I und II, Potsdam Süd.....	192
Tab. A - 15:	Verkaufsflächenprognose: Bindungsquote 2013 sowie Zielbindungsquote Entwicklungsprognose nach Sortimenten 2015, 2020 bzw. 2025.....	193
Tab. A - 16:	Verteilung der Sortimente nach Standorttypen - zentrenrelevante Sortimente nach Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg.....	194
Tab. A - 17:	Verteilung der Sortimente nach Standorttypen- nicht-zentrenrelevante Sortimente nach Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg.....	195

1. AUSGANGSLAGE

Die Landeshauptstadt Potsdam (rd. 159.000 Einwohner¹) ist städtebaulich und funktional durch ihre Geschichte, ihre aktuelle Funktion und ihre räumliche Lage in der Region geprägt. Dabei soll der Einzelhandel in Potsdam und seinen Stadtteilen sowohl eine städtebauliche und versorgungsbezogene Aufgabe erfüllen als auch die Funktion als Landeshauptstadt und Oberzentrum unterstützen.

Die Landeshauptstadt Potsdam verfolgt bereits seit vielen Jahren die räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung auf der Grundlage eines Einzelhandelskonzeptes. Angesichts der vielfältigen Veränderungen im Einzelhandelsbereich ist eine regelmäßige Fortschreibung eines solchen Einzelhandelskonzeptes erforderlich. Das aktuelle Einzelhandelskonzept der Landeshauptstadt Potsdam stammt aus dem Jahr 2008.

Abgesehen von den in diesem Zeitraum eingetretenen inhaltlichen Veränderungen hat es im Hinblick auf die rechtlichen Rahmenbedingungen bzw. Erfordernisse für ein planungsrechtlich tragfähiges Einzelhandelskonzept gesetzliche Neuerungen und z.T. höchstrichterliche Urteile gegeben. Dies betrifft z.B. die verschiedenen Urteile zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, die erst seit 2009 vom Bundesverwaltungsgericht (BVerwG) ergangen sind.

Um die Stadtentwicklung Potsdams - insbesondere die Entwicklung der Innenstadt und der sonstigen Zentren - positiv zu begleiten, Ansiedlungs- bzw. Umnutzungsanfragen im Grundsatz schnell bewerten und die wohnortnahe Nahversorgung langfristig sicherstellen zu können, beauftragte die Landeshauptstadt Potsdam das Büro Dr. Acocella mit der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes.

¹ Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg.

2. RAHMENBEDINGUNGEN DER EINZELHANDESENTWICKLUNG - PLANUNGSRECHTLICHE VORGABEN

Einleitend werden vergangene und in der Tendenz absehbare Trends der Einzelhandelsentwicklung unter planerischen und betriebswirtschaftlichen Aspekten näher beleuchtet. Diese Analyse der allgemeinen Einzelhandelsentwicklung ist bedeutsam, da an ihr die Folgen einer Genehmigung von Einzelhandel am "falschen Standort" ablesbar sind. Übertragen auf Potsdam bedeutet dies, dass es einen Teil der Handelsentwicklung gibt, der nicht durch planerische Konzepte steuerbar ist und sein soll, z.B. die Betriebstypenentwicklung. Der steuerbare Bereich der Einzelhandelsentwicklung betrifft die Größenentwicklung und Standortbereitstellung. Eine Minimierung der negativen Folgen der Einzelhandelsentwicklung ist möglich, wenn diese nur an den städtebaulich richtigen Standorten stattfindet.

Für diese - städtebaulich begründete - räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung gibt es rechtlich zentrale Voraussetzungen, die im Anschluss daran erörtert werden.

2.1 ALLGEMEINE TRENDS DER EINZELHANDESENTWICKLUNG

Die gesellschaftliche Aufgabe des Einzelhandels liegt in der Versorgung der Bevölkerung mit Gütern. In jeder Stadt bzw. Gemeinde (unabhängig von ihrer zentralörtlichen Funktion) betrifft dies zunächst die Deckung der Grundversorgung, insbesondere mit Lebensmitteln. Ein Oberzentrum - als Standort mit großstädtischer Prägung - übernimmt neben der Grundversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfes auch die Versorgung mit Gütern des spezialisierten, höheren Bedarfes.

Neben der o.g. eigentlichen Aufgabe des Einzelhandels erzeugt dieser an integrierten Standorten städtische Bedingungen wie Dichte, Frequenz und Mischung. Der Einzelhandel hat eine "stadtbildende Funktion": Städtisches Leben, urbane Attraktivität und Multifunktionalität sind ohne Einzelhandel nur schwer vorstellbar. Im Zuge des Strukturwandels, und hier insbesondere der Suburbanisierung der Einzelhandelsstandorte, wurde den Zentren jedoch viel von der stadtbildenden Kraft des Einzelhandels entzogen.

Auf Grund der teilweisen Lösung des Einzelhandels von klassischen Standortfaktoren wie "Einwohnerdichte im Naheinzugsbereich" oder "hohe Passantendichte" - auch als Folge der Genehmigungspolitik der Baugenehmigungsbehörden - kam es vielerorts zu einer (Teil-)Entwertung traditioneller Einkaufsstandorte und der auf diese Standorte gerichteten infrastrukturellen Einrichtungen. Durch die Ansiedlungspolitik der Kommunen in den Außen- bzw. gewerblich geprägten Bereichen der Städte entwickelten sich neue, zum Teil erhebliche Nutzungskonflikte (gewerbliche Nutzung, industrielle Nutzung, Sportstätten, Einzelhandelsnutzung) und ökologische Probleme (Verkehrsaufkommen, Landschaftsverbrauch, Flächenversiegelung).

Um die stadtbildprägende Kraft des Einzelhandels aufrechtzuerhalten - und darüber hinaus die Nahversorgung der gesamten Bevölkerung (auch der weniger mobilen) zu sichern -, bedarf es deshalb der gezielten Lenkung der Einzelhandelsentwicklung.

2.1.1 Handelsendogene und -exogene Faktoren der Einzelhandelsentwicklung

Die Entwicklung des Einzelhandels wird sowohl durch die Anbieter (handelsendogene Faktoren) als auch durch die Nachfrager bzw. Konsumenten (handelsexogene Faktoren) bestimmt. Bei der Betrachtung der Wechselbeziehungen von handelsendogenen und handelsexogenen Faktoren ist jedoch festzustellen, dass der Einzelhandel nicht vorrangig auf die Bedürfnisse der Nachfrage reagiert, sondern dass die verschiedenen Entwicklungen im Einzelhandel primär durch diesen selbst verursacht/ bestimmt werden.

Handelsendogene Faktoren

- **Betriebstypenentwicklung:** Die Betriebstypenentwicklung als Folge des stetigen Bestrebens der Handelskonzerne Kostenstrukturen zu optimieren, ist in hohem Maße mit einem Anstieg der durchschnittlichen Verkaufsfläche und einer kontinuierlichen Abnahme kleiner(er) inhabergeführter Fachgeschäfte verbunden. Problematisch ist dies vor allem, weil ein Großteil der neueren Betriebstypen häufig außerhalb gewachsener städtischer Strukturen angesiedelt wird und somit zur Auflösung der vorhandenen städtischen Funktionen und der Nutzungsvielfalt beiträgt. Der aus betriebswirtschaftlichen Effizienzgründen erfolgte Anstieg der Verkaufsfläche je Betrieb erschwert häufig die Integration der neuen Betriebstypen

pen in die gewachsenen Strukturen der Zentren, wodurch die Multifunktionalität des Handels abhandenkommen kann.

- **Standortdynamik:** Die Betriebstypendynamik führt(e) - teilweise gemeinsam mit den Trends auf Seiten der Konsumenten - auch zu geänderten Standortanforderungen hinsichtlich Verkehrsanbindung, Grundstücks-/ Mietpreis etc. Die Funktionsmischung großer Einzelhandelsstandorte an der Peripherie trägt zu ihrer Standortattraktivität und zu einer erhöhten Konkurrenzsituation mit den Innenstädten und größeren Stadtteilzentren bei, wodurch für diese Entwicklungshemmnisse entstehen (können).
- **Sortimentspolitik:** Daneben verändern sich auch die einzelnen Betriebstypen selbst, z.B. im Hinblick auf ihr Warensortiment. Die klassische Branchenaufteilung bricht dadurch langsam auf, so dass mittlerweile nicht nur Warenhäuser als Mehrbranchenanbieter angesehen werden können. Baumärkte oder Lebensmittelbetriebe führen auf sog. Aktionsflächen Sortimente, die von der für diese (ursprünglichen) Betriebsarten üblichen Sortimentsstrukturierung erheblich abweichen. Diese Sortimente stehen oftmals in Konkurrenz zu den entsprechenden Angeboten der Innenstädte und sonstigen Zentren.
- **Neue Betriebsformen:** Neue, meist groß dimensionierte Betriebstypen wie Factory Outlet Center (FOC) und Urban Entertainment Center (UEC) stellen auf Grund ihrer auf innerstädtische Leitsortimente ausgerichteten Angebotsstruktur eine weitere Konkurrenz für höherstufige Zentren dar. Allerdings ist zu berücksichtigen, dass diese Betriebstypen angesichts der jeweils erforderlichen Einzugsbereiche nur begrenzte Entwicklungspotenziale aufweisen.

Weiterhin steigt der Umsatzanteil des Online-Handels insbesondere in einigen zentrenrelevanten/ -prägenden Sortimenten (z.B. Bücher, Medien) kontinuierlich an, während der klassische Versandhandel stetig an Bedeutung verliert. Insgesamt belief sich der einzelhandelsrelevante Umsatz von E-Commerce und Versandhandel im Jahr 2012 auf rd. 39,3 Mrd. €². Dies entspricht einem Anteil am Gesamteinzelhandel von rd. 9,2%; im Jahr 2011 lag dieser Anteilswert noch bei rd. 8,2% und im Jahr 2010 bei rd. 7,8%. Differenziert betrachtet entfielen 2012 rd. 27,6 Mrd. € (rd. 70%) auf den Online-Handel und rd. 11,7 Mrd. € (rd. 30%) auf den klassischen Versandhandel. Sortimentsbereichsbezogen entfiel im Jahr 2012 der größte einzelhandelsrelevante Umsatz von Online-Handel und Versandhandel insgesamt mit

² Quelle. <http://www.bvh.info/zahlen-und-fakten>.

rd. 10,8 Mrd. € auf Bekleidung, wobei der Umsatz gegenüber dem Vorjahr um rd. 11% zunahm. Auf den Rängen zwei und drei folgten Unterhaltungselektronik/ Elektronikartikel mit rd. 4,1 Mrd. € und Bücher mit rd. 2,59 Mrd. €, was gegenüber dem Jahr 2011 Umsatzzuwächsen von rd. 25% bzw. rd. 10% entsprach. Zukünftig ist eine nach Sortimenten/ Sortimentsbereichen unterschiedliche Entwicklung zu erwarten, wobei - zumindest relativ betrachtet - deutlich steigende Umsatzanteile in innenstadtprägenden Sortimenten (s.o.), in nahversorgungsrelevanten Sortimenten (z.B. Drogeriewaren, Kosmetik und Parfüm sowie Lebensmittel/ Delikatessen/ Wein) sowie auch in überwiegend nicht innenstadt-/ zentrenrelevanten Sortimenten (z.B. Möbel und Dekorationsartikel sowie Heimwerkerbedarf/ Garten/ Blumen) zu verzeichnen sind.

Handelsexogene Faktoren

- **Einkommen:** Die veränderten Kostenbelastungen bei privaten Haushalten (z.B. Energie- und Mobilitätskosten) führen zu einem Rückgang des Anteils der einzelhandelsbezogenen Konsumausgaben am Einkommen. Zudem findet zunehmend eine Kopplung von Freizeitaktivitäten, Gastronomiebesuchen und Einkauf (Trend zum Erlebniseinkauf) statt. Dies stellt für Innenstädte und höherstufige Zentren, die sich meist durch eine hohe Multifunktionalität auszeichnen, eine Chance dar. Gleichzeitig wird hiermit die hohe Bedeutung einer Aufrechterhaltung dieser Funktionsmischung unterstrichen.
- **Mobilität:** Hohe Mobilität und Mobilitätsbereitschaft führen dazu, dass zumindest von einem Teil der Bevölkerung auch zur Grundversorgung häufig nicht wohnungs-/ wohnortnahe Einzelhandelsstandorte aufgesucht werden. Dies führt gleichzeitig zu einer Schwächung der Einzelhandelsstandorte an zentralen Standorten bis hin zum Wegfall der Nahversorgung im eigentlichen Sinne.
- **Konsumgewohnheiten:** Die Veränderung der Konsumgewohnheiten führt in Verbindung mit einer Veränderung der Lebensstile zu einer Neubewertung der verschiedenen Einzelhandelsstandorte. Bei Lebensmitteleinkäufen dominiert in großen Teilen der Gesellschaft das One-Stop-Shopping, bei dem in größeren zeitlichen Abständen große Warenmengen eingekauft werden. Dagegen werden höherstufige Zentren, vor allem Innenstädte, häufig gezielt für den Einkauf spezieller Sortimente wie Bekleidung oder Schuhe aufgesucht. Ob dieses Einkaufsver-

halten angesichts der deutlich steigenden Mobilitätskosten und des demographischen Wandels (s.u.) langfristig anhalten wird, darf bezweifelt werden.

- **Soziodemografische Entwicklung:** Die Einwohnerzahl in Deutschland wird auf Grund der konstant niedrigen Geburtenrate trotz anhaltender Zuwanderungen aus dem Ausland langfristig abnehmen. Hinzu kommt, dass der Anteil der älteren Menschen und die Anzahl der Single-Haushalte kontinuierlich zunehmen, während die durchschnittliche Haushaltsgröße rückläufig ist. Diese Entwicklungen haben für den Einzelhandel und speziell für die Zentren große Bedeutung, z.B. hinsichtlich der Erreichbarkeit von Grund-/ Nahversorgungseinrichtungen oder auch das Angebot an gesundheitserhaltenden/ -fördernden Artikeln.

2.1.2 Städtebauliche Wirkungen der Einzelhandelsentwicklung

- Die Suburbanisierung der Handelsstandorte gefährdet die Rentabilität zentrenbezogener Entwicklungskonzepte sowie von **Investitionen** der öffentlichen Hand und der privaten Wirtschaft. Die fehlende wirtschaftliche Perspektive führt zum Rückzug weiterer Einzelhandelsunternehmen aus den Innenstädten und sonstigen Zentren.
- Die aus betriebswirtschaftlichen Effizienzgründen für erforderlich erachtete Mindestverkaufsfläche steigt in nahezu allen Einzelhandelsbranchen an und erschwert in Kombination mit der vorherrschenden eingeschossigen Bauweise die **Integration** der Betriebe in die gewachsenen Strukturen der Innenstädte und sonstigen Zentren. Die Multifunktionalität der Innenstädte und sonstigen höherstufigen Zentren sowie die kleinteiligen Strukturen in den zentralen Lagen insgesamt drohen abhanden zu kommen.
- Die **wohnungsnahe Grundversorgung** ist nicht mehr garantiert. Als Folge der (durch die Genehmigungspolitik zugelassenen) Suburbanisierung ziehen sich der Handel und auch andere Infrastruktureinrichtungen (z.B. Poststellen, Bankfilialen) aus den Wohngebieten zurück. Die durch den Konzentrationsprozess ausgelöste Erhöhung der durchschnittlichen Betriebsgröße hat letztlich größere Einzugsbereiche zur Folge. Der dadurch ausgelöste Verdrängungswettbewerb reduziert das Angebot zunehmend auf standort- und betriebstypenbezogen optimierte Betriebe: Eine fußläufige bzw. wohnortnahe Nahversorgung durch relativ kleinflächige Lebensmittelbetriebe in Wohnlagen ist wegen der Ausdünnung des Versorgungsnetzes häufig nicht mehr gewährleistet. Diese Entwicklung verläuft dabei entgegen

dem für die Nahversorgung wichtigen Ziel einer "Stadt der kurzen Wege". Betroffen ist letztlich vor allem der mobilitätseingeschränkte Teil der Bevölkerung. Mit dem wachsenden Anteil älterer Menschen steigt so die Zahl potenziell unterversorgter Haushalte.

- Die **städtische Verkehrssituation** gerät in ein Spannungsfeld. Das Flächenwachstum im Handel reduziert die Möglichkeiten, die städtischen Funktionen Wohnen und Versorgung zu mischen und damit das Individualverkehrsaufkommen zu reduzieren. Die Größe des Einzugsgebiets suburbaner Einzelhandelsstandorte führt zu einem zusätzlichen Anstieg des Individualverkehrs.
- Der Flächenverbrauch der modernen Betriebstypen für großflächige, eingeschossige Verkaufsräume und komfortable Pkw-Stellplatzanlagen sowie die Fokussierung dieser Betriebstypen auf motorisierte Konsumenten aus einem möglichst großen Einzugsgebiet führen zu zusätzlichen **Umweltbelastungen**.

Die aufgezeigten Probleme beeinträchtigen den in den Zentren ansässigen Einzelhandel häufiger. Erforderlich sind daher insbesondere in höherstufigen Zentren eine (bauliche) Aufwertung des Ambientes und eine vielfältige Funktionsmischung, um einen zentralen "Erlebnisraum" zu schaffen bzw. auszubauen.

2.2 EINZELHANDELSKONZEPT ALS RÄUMLICHES STEUERUNGSMITTEL FÜR DEN EINZELHANDEL

Das vorliegende Einzelhandelskonzept dient in erster Linie dazu, die Landeshauptstadt Potsdam in die Lage zu versetzen, die räumliche Einzelhandelssteuerung weiterhin entsprechend der stadtentwicklungsplanerischen Zielsetzungen zu betreiben.

Im Rahmen von kommunalen Einzelhandelskonzepten wird immer wieder die Frage gestellt, ob eine planerische räumliche Lenkung des Einzelhandels überhaupt rechtlich tragfähig möglich ist³. Im Grundsatz ist diese Frage geklärt, denn das unregelte Marktgeschehen verursacht - wie im vorangegangenen Kapitel 2.1 skizziert - negative Wirkungen auf raumordnerische und städtebauliche Zielsetzungen, die der Markt selbst nicht korrigiert bzw. korrigieren kann. Marktwirtschaftliche Einwände werden zwar immer wieder artikuliert, sind jedoch durch verschiedene Urteile ver-

³ Vgl. BVerwG: Beschluss vom 10.11.2004 Az. 4 BN 33/04.

worfen worden⁴. Die Tatsache, dass Einzelhandelsansiedlungen unangemessen sein können, ergibt sich auf Grund des immer noch aktuellen städtebaulichen Leitbildes der "Europäischen Stadt" und vor allem aus dem Recht - und der Pflicht - jeder Stadt/ Gemeinde, die städtebauliche Ordnung und Entwicklung zu sichern⁵.

2.2.1 Landesplanerische Ziele zur Steuerung des Einzelhandels

Jedes kommunale Einzelhandelskonzept unterliegt landesplanerischen Festlegungen und Vorgaben. Im Folgenden sind daher die wesentlichen versorgungs- und einzelhandelsspezifischen Regelungen aus der Landesplanung Berlin-Brandenburg aufgeführt.

Im Landesentwicklungsplan für die Länder Berlin und Brandenburg 2007 (LEPro 2007) wird festgelegt, dass der innerstädtische Einzelhandel gestärkt werden soll und eine verbrauchernahe Versorgung mit Angeboten zur Deckung des kurzfristigen, täglichen Bedarfes sichergestellt werden soll. Dadurch soll das Verkehrsaufkommen begrenzt und eingeschränkt mobilen Bevölkerungsgruppen eine entsprechende Versorgung ermöglicht werden⁶. Darüber hinaus legt der Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg fest, dass die Errichtung oder Erweiterung von Betrieben die Funktionsfähigkeit der Versorgungsbereiche in den zentralen Orten nicht gefährden soll⁷.

Einzelhandelsgroßprojekte sollen i.d.R. nur in Zentralen Orten angesiedelt werden. Eine Ausnahmeregelung besteht hinsichtlich der Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten außerhalb Zentraler Orte, sofern das Vorhaben ganz überwiegend der Nahversorgung dient und der Standort in einem städtischen Kernbereich oder in einem wohngebietsbezogenen Versorgungsbereich liegt⁸.

⁴ Vgl. z.B. OVG NRW: Urteil vom 22.06.1998 Az. 7a D 108/96.NE.

⁵ Vgl. z.B. OVG Rheinland-Pfalz: Urteil vom 21.06.2001 Az. 1 C 11806/00.OVG; BayVGH: Urteil vom 25.04.2002 Az. 2 CS 02.121. Die Pflicht für die Kommunen könnte sich letztlich aus dem § 1 (3) BauGB ergeben.

⁶ Vgl. Gemeinsame Landesplanungsabteilung Berlin-Brandenburg: Landesentwicklungsplan 2007, § 5 (4) Siedlungsentwicklung, sowie Begründung zu § 5 (3 und 4).

⁷ Vgl. Gemeinsame Landesplanungsabteilung Berlin-Brandenburg: Landesentwicklungsplan 2009, Plansatz 4.8 (G) sowie Begründung zu Plansatz 4.8 (G).

⁸ Vgl. Gemeinsame Landesplanungsabteilung Berlin-Brandenburg: Landesentwicklungsplan 2009, Plansatz 4.7 (Z).

Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevanten Sortimenten sollen grundsätzlich an städtebaulich integrierten Standorten wie Innenstädten, Stadtteil- oder Ortszentren oder zentralen Wohngebietslagen errichtet werden, um die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung zu gewährleisten und vorhandene Infrastruktur und Erreichbarkeitsvorteile insbesondere auch in der fußläufigen Erreichbarkeit und der ÖPNV-Anbindung zu nutzen. Die Bindung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen an städtische Kernbereiche innerhalb des Gemeindegebiets der Zentralen Orte zielt darauf ab, die Potenziale des Einzelhandels für die Ausprägung lebendiger und vielfältig funktionaler Identifikationspunkte für Städte und Gemeinden zu nutzen.⁹.

2.2.2 Planungsrechtlicher Rahmen des Einzelhandelskonzepts

Die rechtlichen Vorgaben für den Einsatz eines Einzelhandelskonzepts betreffen u.a.

- die erforderliche Definition der zentralen Versorgungsbereiche, abgeleitet auf Basis einer Ist-Analyse und
- die Anforderungen an die Ableitung einer Sortimentsliste.

2.2.2.1 Zentraler Versorgungsbereich

Die rechtlich zentrale Voraussetzung für eine räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung, die der Sicherung und Weiterentwicklung des Einzelhandels an zentralen Standorten dienen soll, ist die Abgrenzung sogenannter zentraler Versorgungsbereiche. Nur wenn klar ist, welche Bereiche einer Stadt oder Gemeinde als zentrale Versorgungsbereiche anzusehen sind, kann geprüft werden, ob diese geschützt werden sollen. Erst wenn diese räumliche Abgrenzung vorgenommen ist, ist der Nachweis zu erbringen, dass eine Sicherung und Weiterentwicklung des Einzelhandels in den zentralen Versorgungsbereichen insgesamt erreichbar ist. Und nur auf diese Weise kann auch der planungsrechtliche Bezug zum Ausschluss von Einzelhandel an anderen Standorten hergestellt werden.

Nach dem Grundsatzurteil des Bundesverwaltungsgerichts (BVerwG) in dieser Angelegenheit, sind zentrale Versorgungsbereiche *räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine Ver-*

⁹ Vgl. Gemeinsame Landesplanungsabteilung Berlin-Brandenburg: Landesentwicklungsplan 2009, Begründung zu Plansatz 4.8 (G).

*sorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt*¹⁰. Für den Einsatz eines Zentren- und Einzelhandelskonzepts ist dabei von Bedeutung, dass auch eine planerische Abgrenzung vorgenommen werden kann, die nicht mit der Abgrenzung der Ist-Situation übereinstimmen muss¹¹. In einem weiteren Urteil ergänzte das Bundesverwaltungsgericht, dass *auch solchen Einkaufsbereichen eine Funktion als zentraler Versorgungsbereich zukommen kann, die ein im Wesentlichen fußläufig erreichbares Einzugsgebiet haben und der Nahversorgung dienen*¹². Damit wurde klargestellt, dass auch Stadt- und Ortsteilzentren die Anforderungen an einen zentralen Versorgungsbereich erfüllen (können). Zu beachten ist in diesem Zusammenhang jedoch ein Urteil des VGH Baden-Württemberg aus dem Jahre 2011, wonach ein zentraler Versorgungsbereich *"einen gewissen, über seine eigenen Grenzen hinaus reichenden Einzugsbereich mit städtebaulichem Gewicht hat und damit über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wirkt"*¹³.

Mit der EAGBau 2004 und der Baurechtsnovelle 2007 wurden die Begriffe und Bestimmungen zum zentralen Versorgungsbereich konkretisiert. Sie stellen bei der Bauleitplanung zu berücksichtigende Belange dar. So wurde in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB die "Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche" festgeschrieben. Hiernach können sich Gemeinden im Rahmen des gemeindenachbarlichen Abstimmungsgebotes gemäß § 2 Abs. 2 BauGB nun ausdrücklich auf Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche berufen. Des Weiteren sind nach § 34 Abs. 3 BauGB bei Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche auch außerhalb der näheren Umgebung zu beachten.

2.2.2.2 Sortimentsliste

Da nicht jeder Einzelhandel in einem zentralen Versorgungsbereich angesiedelt werden muss/ soll und umgekehrt bestimmte Einzelhandelsangebote in Gewerbegebieten oder in überwiegend gewerblich genutzten Gebieten ausgeschlossen werden

¹⁰ BVerwG, Urteil vom 11.10.2007, Az. 4 C 7/07.

¹¹ "Zentrale Versorgungsbereiche [...] können sich sowohl aus planerischen Festlegungen als auch aus den tatsächlichen Verhältnissen ergeben" (BVerwG, Urteil vom 11.10.07, Az. 4 C 7/07).

¹² BVerwG, Urteil vom 17.12.2009, Az. 4 C 1.08.

¹³ VGH Baden-Württemberg, Urteil vom 09.06.2011, Az. 3 S 682/09.

sollen, ist ein stadtentwicklungspolitischer und städtebaurechtlicher Rahmen für eine positive Einzelhandelsentwicklung im gesamten Stadtgebiet zu schaffen.

Entsprechend ist für die Landeshauptstadt Potsdam abzuleiten, welche Sortimente zentrenrelevant sind. Die Einordnung der Sortimente nach zentren- bzw. nicht-zentrenrelevant ist im Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg bzw. durch den entsprechenden Anhang geregelt (vgl. auch Kap. 6.1). Für die räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung ist zu beachten, dass die Übertragung einer allgemeinen Sortimentsliste rechtlich nicht ohne weiteres zulässig ist¹⁴. Dies entspricht der Maßgabe und den Erkenntnissen, nach denen das Büro Dr. Acocella seit seinem Bestehen (1993) arbeitet¹⁵:

*"Diese Differenzierung zwischen innenstadt- bzw. innerorts bedeutsamen oder nicht bedeutsamen Branchen kann verständlicherweise nur konkret und nur im Einzelfall bestimmt werden ..."*¹⁶.

Als Grundlage ist dafür die Einzelhandelsstruktur zu analysieren.

2.2.2.3 Steuerungsmöglichkeiten der kommunalen Planungsebene

Die Steuerungsmöglichkeiten der kommunalen Planungsebene sind insbesondere durch das BauGB und die BauNVO - also bundeseinheitlich - geregelt.

Durch die Aufstellung eines **Flächennutzungsplanes (FNP)** werden erste räumliche Darstellungen für die Zulässigkeit von Einzelhandelseinrichtungen auf der kommunalen Ebene getroffen¹⁷, die in Bebauungsplänen (§ 9 BauGB) zu konkretisieren sind. Bei der Darstellung von zentralen Versorgungsbereichen im FNP ist zu beachten, dass diese sich nur an dem Maßstab des FNP orientieren kann, also den planungsrechtlich erforderlichen Konkretisierungsgrad bzgl. der Parzellenschärfe nur bedingt erfüllen kann¹⁸. Zu Bedenken ist zudem, dass eine eintretender Veränderung

¹⁴ Vgl. dazu VGH Mannheim: Urteil vom 02.05.2005, Az. 8 S 1848/04, Rn 17 sowie unter Verweis hierauf Urteil vom 30.01.2006, Az. 3 S 1259/05, Rn 42.

¹⁵ Acocella, 2004, a.a.O.

¹⁶ Birk (1988), a.a.O., S. 288; bestätigt z.B. durch VGH Baden-Württemberg: Urteil vom 30.01.2006, Az. 3 S 1259/05.

¹⁷ Vgl. Baugesetzbuch (BauGB 2013), § 5 Abs. 2 Satz 1.

¹⁸ BVerwG, Urteil vom 11.10.2007, Az. 4 C 7/07.

der Abgrenzung oder des Status eines (zentralen) Versorgungsbereiches u.U. auch gleichzeitig eine FNP-Anpassung nach sich ziehen kann.

Mit einer Darstellung eines zentralen Versorgungsbereiches im FNP kann ggf. schon eine planerische Absicht kommuniziert werden, die es ermöglicht, dass diese Bereiche auch bei Wirkungsprüfungen von B-Plänen bzw. von Vorhaben zu beachten sind.

Für die Flächen der Gebietskategorien Wohnbauflächen (W) und gewerbliche Bauflächen (G) sind nur solche Bebauungspläne aus dem FNP zu entwickeln, in denen Einzelhandelsbetriebe zulässig sind, die keines Sondergebietes (SO) bedürfen. Die konkrete planerische Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben in Baugebieten ergibt sich jedoch erst durch die Festsetzungen in Bebauungsplänen nach §§ 2 bis 9 BauNVO.

Die Aufstellung eines **vorhabenbezogenen Bebauungsplanes** (§ 12 BauGB) kann in Einzelfällen eine steuernde Wirkung, insbesondere im Hinblick auf die Ausgestaltung eines geplanten Einzelhandelsvorhabens, entfalten. Eine grundsätzliche, räumliche Steuerung des Einzelhandels ist jedoch auf dieser Basis nicht möglich, da der vorhabenbezogene Bebauungsplan eher reaktiv auf die potenzielle räumliche und inhaltliche Einzelhandelsentwicklung eingesetzt wird.

Mit **Veränderungssperren** nach § 14 BauGB und/ oder **Zurückstellung von Baugebieten** nach § 15 BauGB kann lediglich zeitlich begrenzt verhindert werden, dass planerisch ungewollte Entwicklungen eintreten. Des Weiteren können diese Instrumente genutzt werden, um bauleitplanerische Verfahren entsprechend den städtebaulichen Zielen abzuschließen¹⁹. Mit Hilfe dieser Instrumente wird eine gegebene Situation im Ist-Zustand vorläufig gesichert, was letztlich jedoch eine Verhinderungswirkung - zumindest in Bezug auf ungewollte Entwicklungen im Plangebiet - entfaltet.

Im § 34 Absätze 1, 2 und 3 BauGB werden die Bedingungen für die Zulässigkeit von Nutzungen "innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile", für die kein Bebauungsplan nach § 30 Abs. 1 BauGB vorliegt, aufgeführt.

¹⁹ Vgl. OVG NRW, 1998, a.a.O., ebd.

Die **Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben in § 34-Gebieten** richtet sich eben nicht nach den jeweils gültigen städtebaulichen Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung in einer Stadt/ Gemeinde, sondern danach, ob sich das Einzelhandelsvorhaben *"nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt"* sowie ob *"die Erschließung gesichert ist"* und bezieht bei der Beurteilung der negativen Wirkungen lediglich die "zentralen Versorgungsbereiche" ein, deren Schädigung vermieden werden soll. Im Übrigen ist die Zulässigkeit eines Einzelhandelsvorhabens gegeben, wenn das Plangebiet einem der Baugebiete nach §§ 2 bis 9 BauNVO entspricht und das Vorhaben innerhalb dieser Gebiete zulässig wäre.

Daher ist der § 34 BauGB kaum geeignet, eine im Sinne der jeweils gültigen städtebaulichen Zielvorstellungen wirksame, räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung zu gewährleisten.

Nur mit Hilfe der **Bauleitplanung** (§§ 2 bis 9 BauNVO) kann eine reaktive in eine aktive Planung übergeleitet werden, woraus sich eine systematische, räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung ergeben kann.

Im BauGB 2007 ist als zusätzliches planungsrechtliches Steuerungsinstrument § 9 Abs. 2a BauGB eingeführt worden. Danach ist es möglich, für im Zusammenhang bebaute Ortsteile in einem Bebauungsplan ohne Ausweisung von Baugebieten i.S. der Baunutzungsverordnung die Zulässigkeit nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB beschränkende Festsetzungen namentlich zum Einzelhandel zu treffen, um zentrale Versorgungsbereiche zu erhalten und zu entwickeln. Es werden hierdurch planerische Gestaltungsmöglichkeiten geschaffen, die über die Zulässigkeitsregel des § 34 Abs. 3 BauGB (s.o.) hinausgehen. Der Bebauungsplan kann dabei für die nach § 34 BauGB zu beurteilenden Gebiete insgesamt oder für Teile davon aufgestellt werden. Der Zweck muss auf die *"Erhaltung oder Sicherung zentraler Versorgungsbereiche,*

auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden" gerichtet sein²⁰.

In der öffentlichen Diskussion zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels stehen vor allem Einzelhandelsbetriebe nach § 11 Abs. 3 BauNVO (**großflächige Einzelhandelsbetriebe**) im Vordergrund; sehr viel Aufmerksamkeit und gerichtliche Auseinandersetzungen erzeugen insbesondere Fachmarktzentren und Factory Outlet Center. Dass diese großflächigen Einzelhandelsbetriebe reaktiv, also auf Grund eines konkreten Vorhabens nach Standort, Größe und Sortimenten gesteuert werden können, ist unstrittig²¹. Eine Stadt kann im Hinblick auf eine künftige Entwicklung vorab²² die räumliche Verortung der großflächigen Einzelhandelsbetriebe in ihrem Gebiet durch die Ausweisung von Sonderbauflächen für Einzelhandel im FNP nach § 5 BauGB vornehmen.

Darüber hinaus können aber auch Läden, nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe (Fachgeschäfte) und nicht großflächige Fachmärkte, die nicht nach § 11 Abs. 3 BauNVO zu beurteilen sind, städtebaulichen Zielsetzungen entgegen stehen, wenn sie in großer Zahl und mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb der Innenstadt und der sonstigen Zentren und/ oder außerhalb städtebaulich gewünschter Standorte in Baugebieten²³ entstehen, in denen diese allgemein oder ausnahmsweise zulässig sind²⁴. Dies kann dazu führen, dass sich im Verlauf der Zeit **Einzelhandelskonzentrationen mit nicht großflächigen Einzelhandelsbetrieben** in Gewerbe- und Industriegebieten nach §§ 8 bzw. 9 BauNVO entwickeln. Solche Einzelhandelsstandorte waren zunächst auf Grund ihres Umfangs für die Entwicklung der Zentren unproblematisch und/ oder haben auf Grund der verfügbaren Gewerbegebietsflächen auch nicht zur Flächenverknappung geführt. Ähnliche Entwicklungen in Mischgebiete-

²⁰ Vgl. Söfker, W.: Steuerungsinstrumente der Innenentwicklung für den Handel durch das EAG Bau und das BauGB 2007, Kurzfassung des Vortrags im 547/6. Kurs des Instituts für Städtebau Berlin "Städtebau und Handel", Berlin 2007

²¹ Kopf, H.: Rechtsfragen bei der Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten - Unter besonderer Berücksichtigung von Factory Outlet Centern, Berlin, 2002.

²² BVerwG: Beschluss vom 08.09.1999, Az. 4 BN 14.99.

²³ Die Baunutzungsverordnung definiert in den §§ 2 bis 9 abschließend Baugebietstypen. Eine planende Gemeinde kann darüber hinaus keine neuen Baugebietstypen "erfinden". Vgl. dazu BVerwG: Beschluss vom 27.07.1998, Az. 4 BN 31.98.

²⁴ Birk (1988), a.a.O., S. 284.

ten nach § 6 BauNVO können ebenfalls städtebaulich unerwünschte Folgewirkungen haben.

Zur Vermeidung dieser unerwünschten Entwicklungen hat der Ordnungsgeber die Möglichkeit einer **Feingliederung durch § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO** geschaffen:

*"Im Bebauungsplan kann festgesetzt werden, dass bestimmte Arten von Nutzungen, die nach den §§ 2,4 bis 9 und 13 [BauNVO] allgemein zulässig sind, nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können, sofern die allgemeine Zweckbestimmung des Baugebiets gewahrt bleibt"*²⁵.

*"Wenn besondere städtebauliche Gründe dies rechtfertigen, kann im Bebauungsplan bei Anwendung der Abs. 5 bis 8 festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der in den Baugebieten allgemein oder ausnahmsweise zulässigen baulichen oder sonstigen Anlagen zulässig oder nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können"*²⁶.

In GE- (§ 8 BauNVO), GI- (§ 9 BauNVO) und auch in MI-Gebieten (§ 6 BauNVO) kann der Einzelhandel insgesamt bzw. eine bestimmte Art von Einzelhandel, z.B. zentrenrelevante Sortimente, aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden²⁷; eine darüber hinausgehende differenzierte, sortimentsbezogene Verkaufsflächenfestlegung ist auf dieser Basis nicht möglich²⁸. Eine städtebauliche Begründung ist z.B. die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche²⁹ oder die Sicherung von Gewerbegebietsflächen für Handwerk und produzierendes Gewerbe³⁰.

²⁵ BauNVO § 1 Abs. 5 i.d.F. vom 23.01.1990.

²⁶ BauNVO § 1 Abs. 9 i.d.F. vom 23.01.1990.

²⁷ Vgl. dazu z.B. BVerwG, Beschluss vom 27.07.1998, Az 4 BN 31/98 BVerwG, Beschluss vom 10.11.2004, Az 4 BN 33/04 Rn 6.

²⁸ Vgl. Vogels, P. et al.: Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Stadtforschung aktuell, Bd. 69, Basel/ Boston/ Berlin, 1998, S. 289ff.

²⁹ Vgl. z.B. Müller, M. Rechtliche Voraussetzungen für die Ansiedlung großflächiger Handelsbetriebe, in: Bundesarbeitsgemeinschaft für Mittel- und Großbetriebe: Standortfragen des Handels, Köln, 1992, S. 123. An diesem planungsrechtlichen Begründungserfordernis hat sich seither nichts geändert.

³⁰ Vgl. z.B. Söfker, W., in: Ernst/ Zinkahn/ Bielenberg: Kommentar zum BauGB, Lose Blattsammlung, Stand: Nov. 1992, Rn. 103, 105a.

2.2.2.4 Konsequenzen für das Genehmigungsverfahren

Anhand der vorstehenden planungsrechtlichen Regelungsmöglichkeiten wird deutlich, dass die räumliche Steuerung des Einzelhandels auf kommunaler Ebene insbesondere davon abhängig ist, inwieweit die Stadt (Verwaltung und Politik) ihren weiten Gestaltungsspielraum in der Frage nutzt, ob und in welchem Rahmen sie planerisch tätig wird³¹.

Als Planungsgrundsatz kommt dabei dem § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB insbesondere Bedeutung für eine Bauleitplanung zu, durch welche vorhandene oder zu entwickelnde Versorgungsbereiche dadurch geschützt werden sollen, dass außerhalb solcher zentraler Versorgungsbereiche Vorhaben, die diese beeinträchtigen könnten, nicht oder nur eingeschränkt verwirklicht werden können.

Nach § 9 Abs. 2a BauGB ist ein **städtebauliches Entwicklungskonzept** i.S. des § 1 Abs. 6 Nr. 11, welches Aussagen über die vorhandenen und zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der einer Stadt oder eines Stadtteils enthält, insbesondere zu berücksichtigen, da ein solches Konzept eine die Aufstellung des Bebauungsplans unterstützende Funktion hat; es sind nachvollziehbare Aussagen über den/ die zentralen Versorgungsbereich(e) und seine/ ihre Schutzbedürftigkeit enthalten³².

Im Hinblick auf eine Umsetzung des Konzepts bedeutet dies, dass bei Planvorhaben bzw. Ansiedlungs-/ Erweiterungsvorhaben nicht danach zu fragen ist, was derzeit planungsrechtlich möglich ist, sondern zuerst die Frage nach der städtebaulichen Zielsetzung zu beantworten ist. Aus der gegebenen planungsrechtlichen Situation am konkreten Standort und der städtebaulichen Zielsetzung leiten sich die erforderlichen/ möglichen planungsrechtlichen Schritte ab. Dies kann im Einzelnen bedeuten, dass bei einem erwünschten Ansiedlungsvorhaben die rechtlichen Voraussetzungen zur Ansiedlung geschaffen werden müssen, oder bei einem unerwünschten Vorhaben die bisherige Zulässigkeit aufgehoben werden muss. Dies kann ohne kon-

³¹ Vgl. z.B. OVG NRW: Urteil vom 22.06.1998 Az. 7a D 108/96.NE mit Hinweisen auf frühere Urteile des BVerwG.

³² Vgl. Söfker, W., 2007, a.a.O.

kreten Anlass, z.B. einen Bauantrag oder auf Grund eines solchen konkreten Planvorhabens, erfolgen³³.

Zur Sicherung der städtebaulichen Zielsetzungen können bei Vorliegen eines Aufstellungsbeschlusses und einer hinreichend konkretisierten Zielformulierung³⁴, die mit diesem Konzept gegeben sein dürfte, die Sicherungsinstrumente wie z.B. Veränderungssperren nach § 14 BauGB und/ oder Zurückstellung von Baugesuchen nach § 15 BauGB zwar zeitlich begrenzt, aber doch wirksam verhindert werden, dass planerisch ungewollte Entwicklungen eintreten.

Maßgeblich für eine Erstbewertung eines Planvorhabens sind der Planstandort und die Zentren- bzw. Nahversorgungsrelevanz des Hauptsortiments.

Bezogen auf den Standort und seine einzelhandelsbezogenen Entwicklungsmöglichkeiten werden in diesem Konzept die entsprechenden Aussagen getroffen. Hinsichtlich der Sortimente wird eine ortsspezifische Liste vorgeschlagen, die die Gegebenheiten in Potsdam und die stadtentwicklungsplanerisch sinnvollen Zielvorstellungen zur Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche berücksichtigt.

Abschließend ist festzuhalten, dass dieses Konzept es ermöglicht, systematisch die Genehmigung von Einzelhandelsvorhaben entsprechend der städtebaulichen Zielsetzungen für die jeweiligen Planstandorte zu bewerten. Es stellt dar, an welchen Standorten grundsätzlich Einzelhandel zulässig sein soll bzw. wo welche planungsrechtlichen Beschränkungen angestrebt werden sollen.

Im Außenverhältnis dient dieses Konzept auch dazu, die zentrenbezogenen Zielsetzungen der Landeshauptstadt Potsdam im Rahmen von Beteiligungsverfahren z.B. nach § 2 (2) BauGB substantiell und umfänglich darzustellen, so dass damit möglichen Planungen außerhalb von Potsdam, die zentrenschädlich sein könnten, entsprechend umfangreich und umfassend begegnet werden kann. Voraussetzung ist allerdings, dass sich die Landeshauptstadt Potsdam selbst an ihr eigenes Einzelhandelskonzept hält und keine Ansiedlungsentscheidungen trifft, die dazu geeignet sind, die eigenen Zielsetzungen zu konterkarieren.

³³ Vgl. dazu z.B. BVerwG, Beschluss vom 08.09.1999, Az. 4 BN 14/99 und OVG NRW, Urteil vom 11.03.2004, Az. 7a D 103/03.NE.

³⁴ Vgl. dazu z.B. OVG NRW, Urteil vom 11.03.2004, Az. 7a D 103/03.NE.

3. GESAMTSTÄDTISCHE EINZELHANDELSITUATION

Den ersten notwendigen Baustein der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Landeshauptstadt Potsdam bildet die Analyse der Ist-Situation. Die Ist-Analyse differenziert sich im Wesentlichen in die Darstellung des gesamtstädtischen und teilräumlichen Einzelhandelsangebotes, des Einzugsgebietes und der Nahversorgungssituation von bzw. in Potsdam.

3.1 METHODIK UND DATENGRUNDLAGEN

3.1.1 Prozessbegleitung durch Arbeitsgruppe

Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Landeshauptstadt Potsdam wurde in die Erarbeitung prozessbegleitend eine Arbeitsgruppe eingebunden. Dieser setzte sich aus dem Gutachterbüro, Vertretern der Stadtverwaltung, der Stadtverordnetenversammlung, der Industrie- und Handelskammer, des Handelsverbandes, der Interessenvertretungen der AG Innenstadt und Babelsberg und der Center und Handelsunternehmen zusammen. Zudem wurde eine interne Arbeitsgruppe mit Vertretern des Stadtplanungsamts und der Wirtschaftsförderung der Landeshauptstadt Potsdam eingerichtet.

In diesen Arbeitsgruppen wurden projektbegleitend in mehreren Sitzungen u.a. die inhaltliche Vorgehensweise, die Ergebnisse der Ist-Situation, die Abgrenzung der Zentren, die Zentrenhierarchie, die Verkaufsflächenprognose sowie das Maßnahmenkonzept diskutiert und zur weiteren Bearbeitung bestimmt.

3.1.2 Einzelhandelsangebot und -nachfrage

Für das vorliegende Konzept wurde das **Einzelhandelsangebot** in der Landeshauptstadt Potsdam im Zeitraum von Mai bis Juni 2013 von wissenschaftlichen Mitarbeitern des Büros Dr. Acocella erfasst. Berücksichtigt wurde dabei nicht nur der Einzelhandel i.e.S., sondern auch das Lebensmittelhandwerk (Bäcker, Metzger). Ferner wurden Tankstellenshops ebenfalls erhoben, soweit diese überwiegend Sortimente wie der Einzelhandel im engeren Sinne - vor allem Nahrungs-/ Genussmittel - führ-

ten³⁵. Die Erhebung wurde flächendeckend im gesamten Stadtgebiet durchgeführt: Jede einzelne Straße wurde hierfür begangen bzw. durchfahren³⁶.

Die Erhebung der Verkaufsflächen in den einzelnen Geschäften erfolgte sortimentsgenau: Die Betriebe wurden nicht entsprechend dem angebotenen Hauptsortiment insgesamt einer Branche zugerechnet (Schwerpunktprinzip), sondern jedes Sortiment wurde einzeln mit der zugehörigen Verkaufsfläche erfasst (z.B. in Supermärkten auch Drogeriewaren). Hierdurch ergibt sich ein realistisches Abbild der derzeitigen Situation im Einzelhandel, bei dem Ergänzungssortimente, denen im Einzelfall nur eine untergeordnete Rolle zukommt, die in der Summe jedoch von Bedeutung sein können, nicht unterschätzt werden. Darüber hinaus ist die Ableitung einer ortsspezifischen Sortimentsliste nur auf Grundlage einer derart differenzierten Erfassung des Bestandes möglich.

Der **Einzelhandelsumsatz** wurde auf der Grundlage vorliegender Daten zur sortiments-, betreiber- und betriebstypenbezogenen Leistungsfähigkeit von Einzelhandelsbetrieben sowie auf Basis der Erfahrungen des Gutachterbüros Dr. Acocella ermittelt³⁷.

Das in der Landeshauptstadt Potsdam bestehende **Nachfragepotenzial** im Einzelhandel errechnet sich aus der Einwohnerzahl der Landeshauptstadt Potsdam³⁸ und der Kaufkraft je Einwohner, einem bundesdeutschen Durchschnittswert. Die stadtspezifische Kaufkraft wird durch die entsprechende Kennziffer³⁹ berücksichtigt.

Die Relation des erzielten Umsatzes zur in der Landeshauptstadt Potsdam verfügbaren Kaufkraft ergibt lokale **Bindungsquoten** (z.T. auch als "Zentralitäten" bezeichnet).

³⁵ Nicht erfasst wurde hingegen der Handel mit Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffen.

³⁶ Obwohl die Erhebung nach bestem Wissen und Gewissen erfolgte, ist es möglich, dass einzelne Einzelhandelsbetriebe dabei nicht aufgefunden werden konnten. Allerdings ist davon auszugehen, dass auf Grund des großen Einzelhandelsangebotes das Gesamtergebnis hiervon nicht wesentlich beeinflusst würde.

³⁷ Insbesondere Institut für Handelsforschung (IfH), Köln: Betriebsvergleich des Einzelhandels 2012 und frühere Jahrgänge; www.handelsdaten.de (EHI Retail Institute, Köln) sowie EHI: Handel aktuell 2009/ 2010 und frühere Jahrgänge.

³⁸ Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg

³⁹ Quelle: IFH, Köln: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2013.

net): Eine Quote von mehr als 100% bedeutet, dass per Saldo (Zuflüsse, vermindert durch die Abflüsse aus Potsdam) Kaufkraft nach Potsdam zufließt, eine Quote von weniger als 100% entsprechend, dass per Saldo Kaufkraft aus der Landeshauptstadt Potsdam abfließt.

3.1.3 Feststellung des Einzugsgebietes des Potsdamer Einzelhandels

Das Einzugsgebiet des Einzelhandels von Potsdam wurde mittels einer Kundenherkunftserfassung ermittelt. Dabei wurden den Einzelhandelsbetrieben Listen zugesendet, die von diesen - sofern beteiligungswillig - im Kassensbereich o.ä. von Mitte September bis Anfang Oktober 2013 ausgelegt wurden. In diese Listen konnte sich jeder Kunde mit seinem Wohnort eintragen. Aus den Angaben zum Geschäftsnamen und zur Adresse konnten durch Abgleich mit der Datenbank der Einzelhandelserhebung zudem Rückschlüsse über Lage und Standorttyp sowie Größe und Hauptsortiment des Betriebs gewonnen werden. Die Kunden je Kommune - in Potsdam auch differenziert nach gruppierten Stadtteilen, in Berlin tlw. differenziert nach Stadtbezirken - wurden in Relation zur Einwohnerzahl gesetzt, sodass ein Einzugsgebiet des Potsdamer Einzelhandels abgeleitet werden konnte.

3.1.4 Abgrenzung der Zentren

Die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche bildet die rechtlich zentrale Voraussetzung für die räumliche Lenkung des Einzelhandels, sofern diese der Sicherung und Weiterentwicklung des Einzelhandels an zentralen Standorten dienen soll (zur Definition zentraler Versorgungsbereiche vgl. Kap. 2.2.2.1). Sie ist eine zentrale Voraussetzung für die Ansiedlungsmöglichkeiten großflächiger Einzelhandelsbetriebe und zur Sicherung der Entwicklung allgemein.

Die Abgrenzung muss mittels definierter Kriterien erfolgen. Für die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche (im Folgenden auch "Zentren") der Landeshauptstadt Potsdam wurden folgende Kriterien herangezogen:

- integrierte Lage (von Wohnbebauung umgeben/ siehe auch Glossar),
- über den unmittelbaren Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion,
- Dichte des Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatzes,
- städtebauliche Qualitäten (z.B. Architektur, Straßenraumgestaltung),
- verkehrliche Barrieren (Straßen, Bahnlinien),

- natürliche Barrieren (z.B. Gewässer),
- bauliche Barrieren (z.B. Wohngebäude, Bürokomplexe),
- städtebauliche Brüche (z.B. Straßenraumgestaltung, Baustruktur)

Eine wesentliche Grundlage zur Abgrenzung der Zentren wurde durch die flächendeckende Erhebung des Einzelhandels in Potsdam und der Erhebung der publikumsorientierten Dienstleistungs- und öffentlichen Einrichtungen in den (potenziellen) zentralen Versorgungsbereichen (Zentren) geschaffen. Die Abgrenzung selbst erfolgte im Rahmen von Begehungen zur Erfassung der städtebaulichen Merkmale.

Einzelhandelsagglomerationen und Ortskerne wurden **nicht** als Zentren definiert,

- sofern es sich um einen historisch und/ oder kulturell geprägten Bereich ohne Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz handelte,
- bei einer Einzelhandelsagglomeration in integrierter und nicht-integrierter Lage keine städtebauliche und architektonische Qualitäten festgestellt wurden oder
- Betriebe vereinzelt und ohne städtebaulich-funktionalen Zusammenhang und/ oder ohne Nahversorgungsfunktion vorgefunden wurden.

Erfahrungsgemäß gibt es in der Praxis immer wieder Diskussionen hinsichtlich der Begriffe **integrierte und nicht-integrierte Lage**. Weder in der Fachliteratur noch in der Rechtssprechung gibt es eine eindeutige Definition dieser Begriffe. Unstrittig dabei ist, dass ein von Wohnbebauung umgebener Standort ein integrierter Standort ist. Bei einem Standort in Randlage zu einem Wohngebiet spielt die Frage der objektiven fußläufigen Erreichbarkeit, der tatsächlichen Nutzung der Wegeverbindung durch Fußgänger und Radfahrer und die Ausrichtung der Eingänge eines Centers bzw. Betriebes eine zusätzliche Rolle. Ein Standort, der über eine gute Fuß- und Radwegeverbindung zum unmittelbar angrenzenden Wohngebiet verfügt und von den Umfeldbewohnern auch zu Fuß bzw. mit dem Fahrrad als "Nahversorgungsstandort" genutzt wird, kann trotz seiner Randlage als integriert eingestuft werden.

3.2 EINZELHANDELSANGEBOT IN DER LANDESHAUPTSTADT POTSDAM

3.2.1 Gesamtstädtisches Einzelhandelsangebot

Im Rahmen der Einzelhandelserhebung konnten in Potsdam insgesamt 1.011 Einzelhandelsbetriebe (inklusive Apotheken, Lebensmittelhandwerk und Tankstellen) festgestellt werden. Auf einer Verkaufsfläche von rd. 272.375 qm erzielen diese einen Umsatz von rd. 994,2 Mio. €.

Im Vergleich zum Einzelhandelsangebot aus dem Jahr 2007 ist ein leichter Rückgang der Betriebszahl bei einem deutlichen Anstieg der Verkaufsfläche zu verzeichnen. Dieser Anstieg kann im Wesentlichen auf die zwischenzeitliche Eröffnung eines Möbelhauses in Nachbarschaft des Stern-Centers zurückgeführt werden, weiterhin wurde u.a. ein Fahrradfachmarkt im Stadtteil Babelsberg eröffnet. Damit ist - dem bundesweiten Trend folgend - die Verkaufsfläche je Betrieb angestiegen. Im Gegensatz zum Bundestrend zeigt sich 2013 gegenüber 2007 ein Anstieg der Flächenproduktivität, gegenüber 1993 liegt allerdings ein deutlicher Rückgang der Flächenleistung vor. Die Betriebszahl hat sich im Zeitraum 1993 bis 2013 mehr als verdoppelt, der Umsatz annähernd verdreifacht und die Verkaufsfläche mehr als vervierfacht. Hinsichtlich dieser Entwicklung ist jedoch auch die i.d.R. noch geringe Einzelhandelsausstattung in den Städten und Gemeinden der fünf östlichen Bundesländern im Jahr 1993 zu berücksichtigen.

Tab. 1: Vergleich Einzelhandelsangebot Potsdam 2013 zu 2007 (GMA) und 1993 (HGZ)

	2013	GMA 2007	Änderung	HGZ 1993 ¹⁾	Änderung
Betriebe	1.011	1.060	- 5%	451	+ 124%
VKF (qm) ²⁾	272.375	217.300	+ 25%	60.000	+ 354%
Umsatz (Mio. €)	994,2	692,0	+ 44%	353,4	+ 181%
Flächenproduktivität (€)	3.650	3.185	+15%	5.890	- 38%

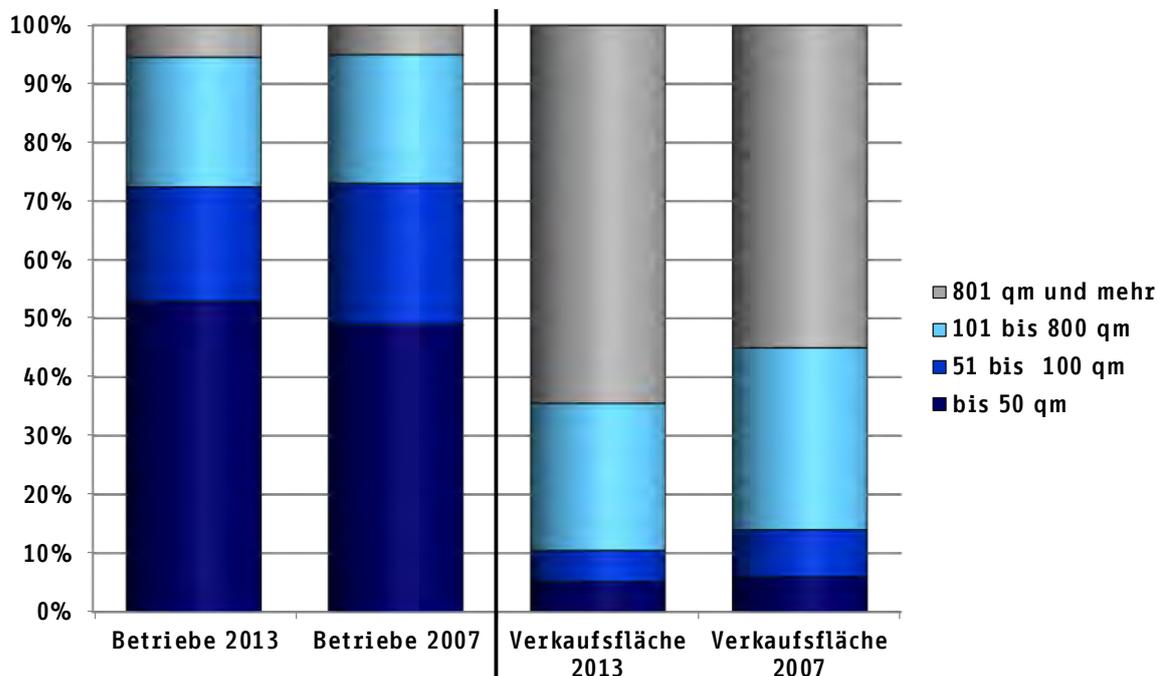
¹⁾: ohne Lebensmittelhandwerk und Tankstellenshops

²⁾: Werte auf 25 qm gerundet

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; www.handelsdaten.de; IfH, Köln; EHI; Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Potsdam; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Der Betriebsgrößenklassenvergleich zeigt, dass der Verkaufsflächenanteil der großflächigen Betriebe, d.h. der Betriebe mit mehr als 800 qm Verkaufsfläche, gegenüber 2007 deutlich angestiegen ist. Bedingt ist dies im Wesentlichen durch das o.g. Möbelhaus.

Abb. 1: Betriebsgrößenklassen in Potsdam



Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Berechnungen

Tab. 2 zeigt, dass mehr als 70% der Einzelhandelsbetriebe eine Verkaufsfläche von bis zu 100 qm aufweisen. Demgegenüber liegt der Anteil der großflächigen Betriebe gemessen an der Betriebszahl bei rd. 6%, während ihr Verkaufsflächenanteil rd. 65% erreicht.

Tab. 2: Betriebe nach Größenklassen in Potsdam 2013: Anzahl und Verkaufsfläche

VKF in qm	Anzahl	Anteil	Verkaufsfläche in qm ¹⁾	Anteil
=< 50 qm	535	53%	13.925	5%
51 bis =< 100 qm	197	19%	14.525	5%
101 bis =< 200 qm	114	11%	15.775	6%
201 bis =< 400 qm	47	5%	14.300	5%
401 bis =< 800 qm	63	6%	38.250	14%
801 bis =< 2.000 qm	36	4%	40.400	15%
> 2.000 qm	19	2%	135.200	50%
Summe	1.011	100%	272.375	100%

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Berechnungen

In Tab. 3 sind das Einzelhandelsangebot, d.h. Verkaufsflächen und Umsätze, gemeinsam mit dem Nachfragepotenzial, d.h. der in Potsdam zu verzeichnenden Kaufkraft,

sowie die Bindungsquoten (Umsatz-Kaufkraft-Relation) nach Sortimenten differenziert dargestellt.

Tab. 3: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftpotenziale und Bindungsquote nach Sortimenten - Gesamtstadt

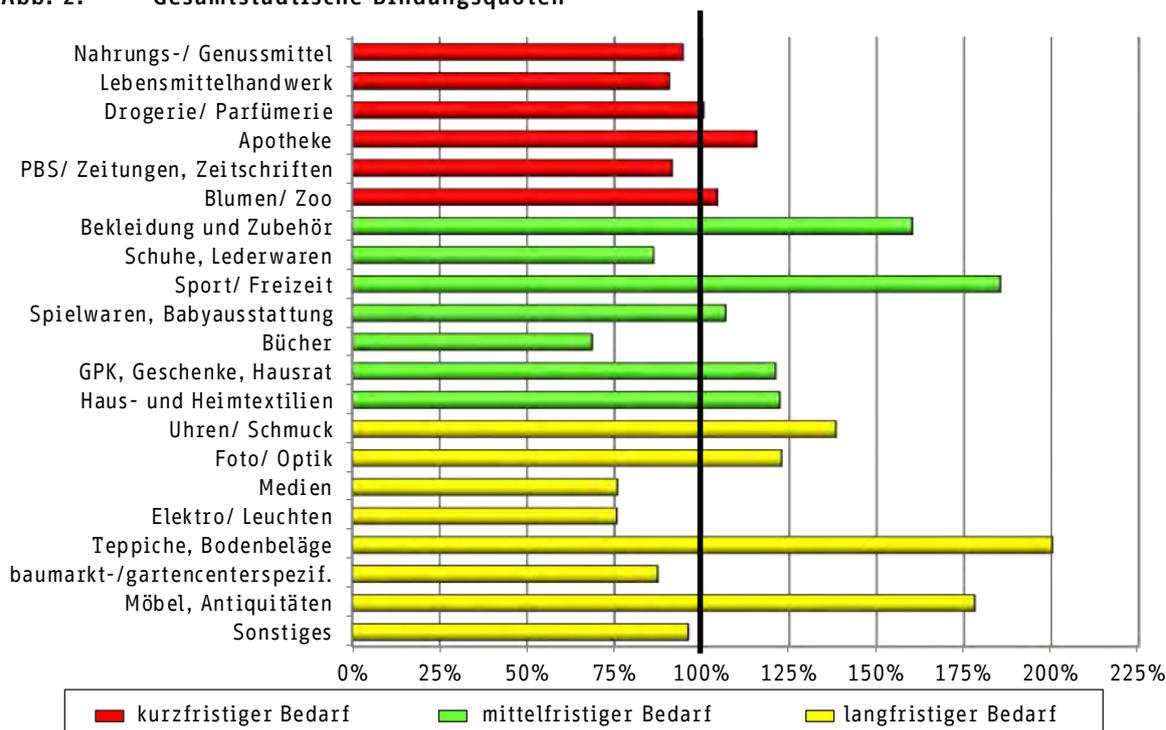
Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	57.250	278,7	294,6	95%
Lebensmittelhandwerk	2.400	40,1	44,2	91%
Drogerie/ Parfümerie	8.925	39,2	39,0	100%
Apotheke	2.575	94,4	81,6	116%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	2.700	12,4	13,5	92%
Blumen/ Zoo	7.625	17,2	16,5	104%
kurzfristiger Bedarf	81.475	481,9	489,4	98%
Bekleidung und Zubehör	36.800	132,1	82,4	160%
Schuhe, Lederwaren	5.850	18,1	21,0	86%
Sport/ Freizeit	9.775	28,4	15,3	185%
Spielwaren, Babyausstattung	6.375	19,2	18,0	107%
Bücher	2.575	11,1	16,2	69%
GPK, Geschenke, Hausrat	7.575	12,3	10,2	121%
Haus- und Heimtextilien	7.200	14,3	11,7	122%
mittelfristiger Bedarf	76.150	235,5	174,8	135%
Uhren/Schmuck	1.350	13,5	9,7	138%
Foto/ Optik	2.175	17,4	14,2	123%
Medien	4.475	40,8	53,8	76%
Elektro/ Leuchten	4.950	17,9	23,6	76%
Teppiche, Bodenbeläge	7.675	11,2	5,6	200%
baumarkt-/ gartenspezifische Sortimente	34.875	53,8	61,5	87%
Möbel, Antiquitäten	52.500	83,7	47,0	178%
Sonstiges	6.725	38,5	40,0	96%
langfristiger Bedarf	114.775	276,7	255,6	108%
Gesamt	272.375	994,2	919,7	108%

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

¹⁾: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen
Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; www.handelsdaten.de; IfH, Köln; EHI; IFH (2013); Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Potsdam; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Bei einer Gesamtbindungsquote von rd. 108% weist die Landeshauptstadt Potsdam per Saldo einen leichten Kaufkraftzufluss auf: Bezogen auf die Sortimente ergibt sich hinsichtlich der Bindungsquoten ein differenziertes Bild (vgl. auch Abb. 2).

Abb. 2: Gesamtstädtische Bindungsquoten



PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren; GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik; baumarkt-/ gartencenterspezif. = baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente
 Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; www.handelsdaten.de; IfH, Köln; EHI; IFH (2013); Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Potsdam; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Im **kurzfristigen Bedarfsbereich** (rot dargestellt) sollte jede Stadt sortimentsbezogen eine möglichst vollständige Versorgung ihrer eigenen Bevölkerung gewährleisten. Dies bedeutet, dass die sortimentsweisen Bindungsquoten in diesem Bereich bei etwa 100% liegen sollten.

In Potsdam sind in allen Sortimenten des kurzfristigen Bedarfsbereiches Bindungsquoten von mehr als 90% zu verzeichnen, im Sortiment Apotheke wird - bedingt durch das oberzentrale medizinisch-ärztliche Angebot - eine Bindungsquote von 116% erzielt. Demnach wird in den Sortimenten des kurzfristigen Bedarfsbereiches - zumindest annähernd - eine rechnerische Vollversorgung erreicht. Dies gilt auch für das für die Grund-/ Nahversorgung besonders wesentliche Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel.

Die Sortimente des **mittelfristigen Bedarfsbereiches** (grün dargestellt) erreichen überwiegend Bindungsquoten von deutlich mehr als 100%. Dies bedeutet per Saldo (z.T. deutliche) Kaufkraftzuflüsse von außerhalb; die Landeshauptstadt Potsdam

nimmt diesbezüglich ihre oberzentrale Versorgungsfunktion wahr. Die höchsten Bindungsquoten sind in den üblicherweise innenstadtprägenden Sortimenten Bekleidung und Zubehör sowie Sport/ Freizeit zu verzeichnen. Eine relativ geringe Bindungsquote liegt im Sortiment Bücher vor, was insbesondere durch die hohe Relevanz des Internethandels in diesem Sortiment zu begründen ist. Darüber hinaus liegt per Saldo ein Kaufkraftabfluss im Sortiment Schuhe, Lederwaren vor.

Auch bei den Sortimenten des **langfristigen Bedarfsbereiches** (gelb dargestellt) sind z.T. Bindungsquoten von deutlich über 100% zu verzeichnen - die Landeshauptstadt Potsdam übernimmt auch hier Versorgungsfunktion, die deutlich über das Stadtgebiet hinausgeht. Dies betrifft vor allem die Sortimente Teppiche, Bodenbeläge und Möbel, Antiquitäten. Dagegen sind in den Sortimenten Medien und Elektro/ Leuchten per Saldo vergleichsweise deutliche Kaufkraftabflüsse zu konstatieren⁴⁰.

Hinsichtlich des o.g. Einzelhandelsangebotes ist zu konstatieren, dass nach der Erhebung im Zeitraum von Mai bis Juni 2013 bereits mehrere Neuansiedlungen auch größerer Einzelhandelsbetriebe stattgefunden haben. Dies sind im Wesentlichen

- ein Bekleidungskaufhaus in der Innenstadt von Potsdam,
- die Ansiedlung mehrerer Einzelhandelsbetriebe mit Sortimentsschwerpunkt Bekleidung, Schuhe, Geschenkartikel oder Parfümerie und eines Elektrofachmarktes sowie die Erweiterung eines Spielwarenfachmarktes in den Bahnhofspassagen
- und je ein Supermarkt in Golm bzw. am Schlaatz.

Bei Betrachtung der sechs Potsdamer **Sozialräume** zeigen sich erhebliche Unterschiede hinsichtlich der Einzelhandelssituation. Mit der Potsdamer Innenstadt weist der Sozialraum III Potsdam West, Innenstadt, Nördliche Vorstädte die mit Abstand höchste Anzahl an Einzelhandelsbetrieben auf. Der höchste Verkaufsflächenanteil und die höchste Bindungsquote sind im Sozialraum V Stern, Drewitz, Kirchsteigfeld, in dem sich u.a. das Stern-Center und das bereits erwähnte benachbarte große Möbelhaus befinden, zu verzeichnen.

⁴⁰ In welchem Maße auf Grund der Kaufkraftabflüsse in den Sortimenten Medien und Elektro/ Leuchten - und auch in den Sortimenten Bücher und Schuhe, Lederwaren ein Entwicklungsspielraum für zusätzliche Verkaufsflächen besteht, wird in Kap. 5 (Verkaufsflächenprognose) dargelegt.

Tab. 4: Betriebszahlen, Verkaufsflächen, Umsätze und Bindungsquoten nach Sozialräumen

Sozialraum	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in qm ¹⁾	Umsatz in Mio. €	Bindungsquote
I Nördliche Ortsteile, Sacrow	25	20.225	55,7	84%
II Potsdam Nord	61	12.275	60,4	47%
III Potsdam West, Innenstadt, nördliche Vorstädte	503	63.475	276,2	128%
IV Babelsberg, Zentrum Ost	173	44.550	133,2	82%
V Stern, Drewitz, Kirchsteigfeld	150	98.575	332,1	202%
VI Schlaatz, Waldstadt I und II, Potsdam Süd	99	33.250	136,6	74%
Gesamt	1.011	272.375	994,2	108%

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

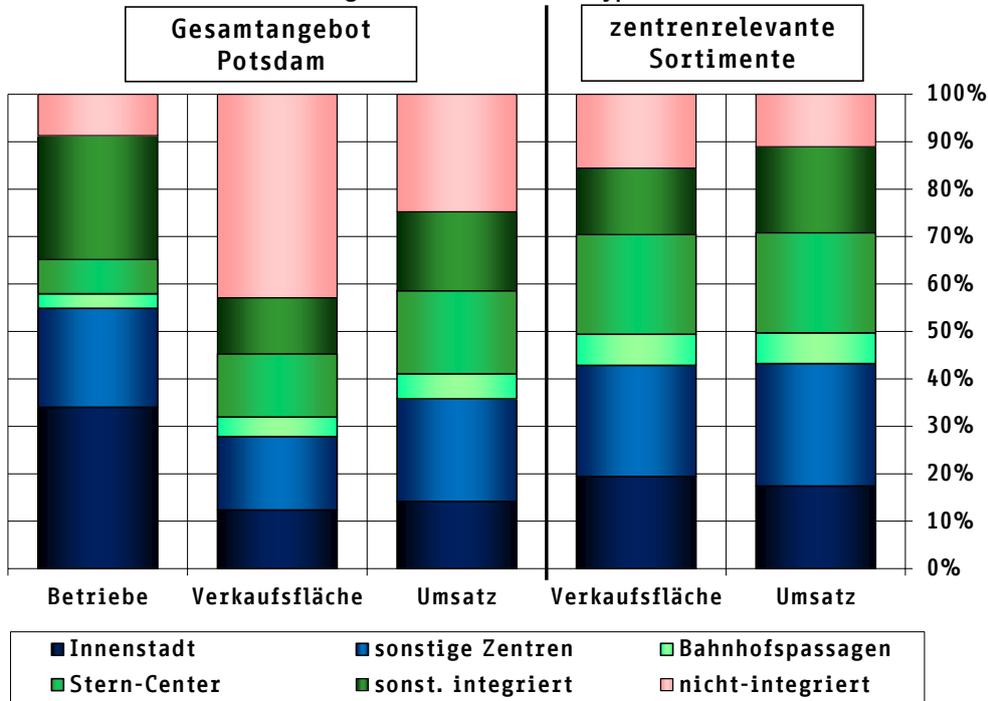
Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; www.handelsdaten.de, IfH, Köln; EHI; IFH (2013); Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Potsdam; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Die **räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes nach Standorttypen** in der Landeshauptstadt Potsdam (vgl. Abb. 3) zeigt Folgendes:

- Der größte Teil des Angebotes ist an integrierten Standorten - Innenstadt, sonstige Zentren, sonstige integrierte Standorte, Bahnhofspassage, Stern-Center - angesiedelt.
- Die Verteilung zeigt jedoch auch, dass in der Innenstadt und den sonstigen Zentren insgesamt weniger als ein Drittel der Gesamtverkaufsfläche angesiedelt ist. Der Verkaufsflächenanteil der Innenstadt allein beträgt lediglich 12% an der Gesamtverkaufsfläche, bedingt durch denkmalgeschützte und kleinteilige Baustruktur und demzufolge ein begrenztes Flächenpotenzial für weitere, insbesondere größere Handelseinrichtungen.
- Demgegenüber kommt auf Grund zahlreicher großer Betriebe den nicht-integrierten Standorten verkaufsflächenbezogen eine große Bedeutung zu.
- Bezogen auf die zentrenrelevanten Sortimente (entsprechend der Sortimentsliste des Einzelhandelskonzeptes der Landeshauptstadt Potsdam aus dem Jahr 2008) ist jedoch die konsequente Steuerungs politik der Landeshauptstadt Potsdam angesichts der geringen Verkaufsflächen- und Umsatzanteile an nicht-integrierten Standorten ablesbar. An nicht-integrierten Standorten befinden sich demzufolge insbesondere nicht zentrenrelevante Sortimente.
- Gleichzeitig wird deutlich, dass der Umsatzanteil der zentrenrelevanten Sortimente am Standort Stern-Center über dem der Potsdamer Innenstadt liegt, zumal

das Stern-Center – auch auf Grund der Rahmenbedingungen in der Innenstadt, s.o.
 - eine hohe Versorgungsfunktion wahrnimmt.

Abb. 3: Einzelhandelsangebot nach Standorttypen in Potsdam

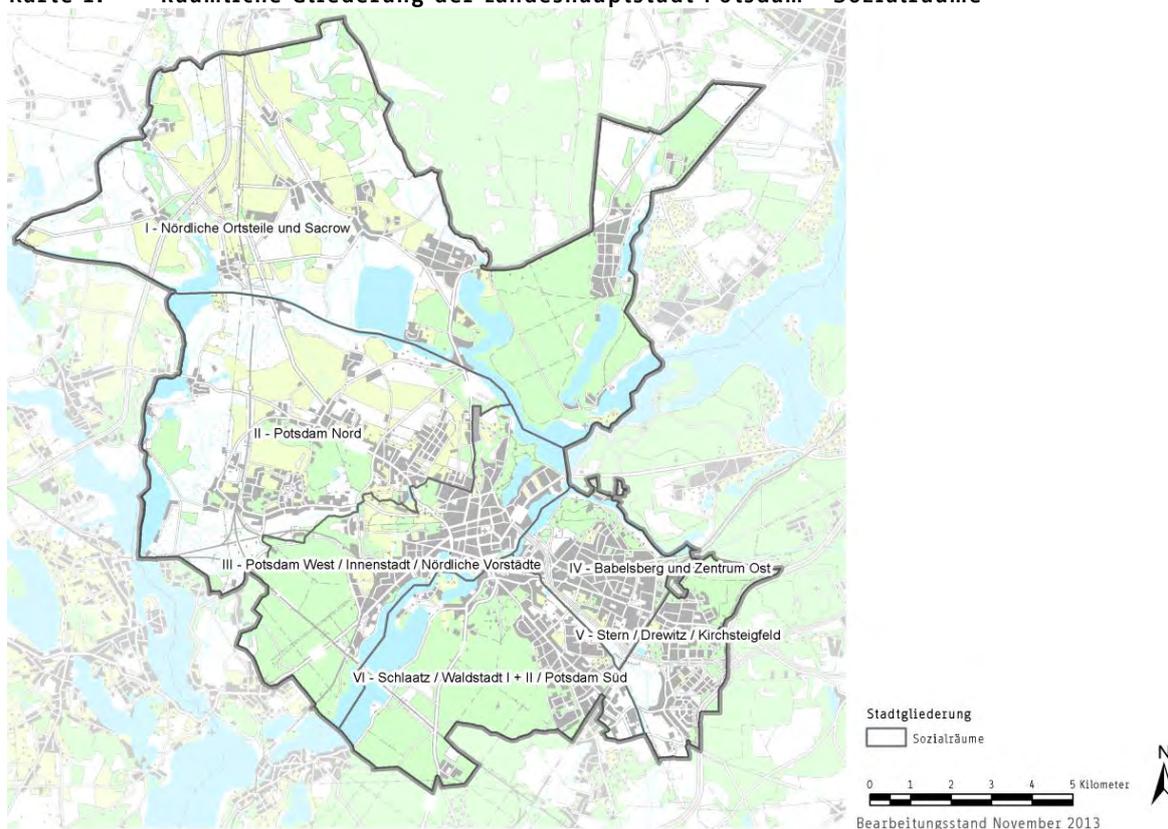


Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; www.handelsdaten.de; IfH, Köln; EHI; Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Potsdam; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

3.2.2 Einzelhandelsangebot nach Sozialräumen

Nachfolgend ist das Einzelhandelsangebot differenziert nach den sechs Potsdamer Sozialräumen ausgewertet. Im Anhang sind detaillierte Daten zu den jeweiligen Sozialräumen in Tabellen dargestellt.

Karte 1: Räumliche Gliederung der Landeshauptstadt Potsdam - Sozialräume



Quelle: eigene Darstellung auf Kartengrundlage Landeshauptstadt Potsdam

3.2.2.1 Einzelhandelssituation im Sozialraum I Nördliche Ortsteile, Sacrow

Im Sozialraum I Nördliche Ortsteile, Sacrow leben rd. 11.475 Einwohner⁴¹. Dies stellt die geringste Einwohnerzahl der Sozialräume von Potsdam dar und entspricht nur rd. 7% der Einwohner von Potsdam insgesamt.

Das Einzelhandelsangebot im Sozialraum I umfasst lediglich 25 Betriebe (rd. 2% der in Potsdam insgesamt angesiedelten Betriebe). Davon sind drei Betriebe, ein Baumarkt in Marquardt, ein Blumencenter in Groß Glienicke und ein Möbelgeschäft in Neu Fahrland, großflächig (vgl. Anhang, Tab. A - 3). Die Gesamtverkaufsfläche beträgt rd. 20.225 qm (rd. 7% der gesamtstädtischen Verkaufsfläche), wobei rd. 84% auf die drei großflächigen Betriebe entfallen.

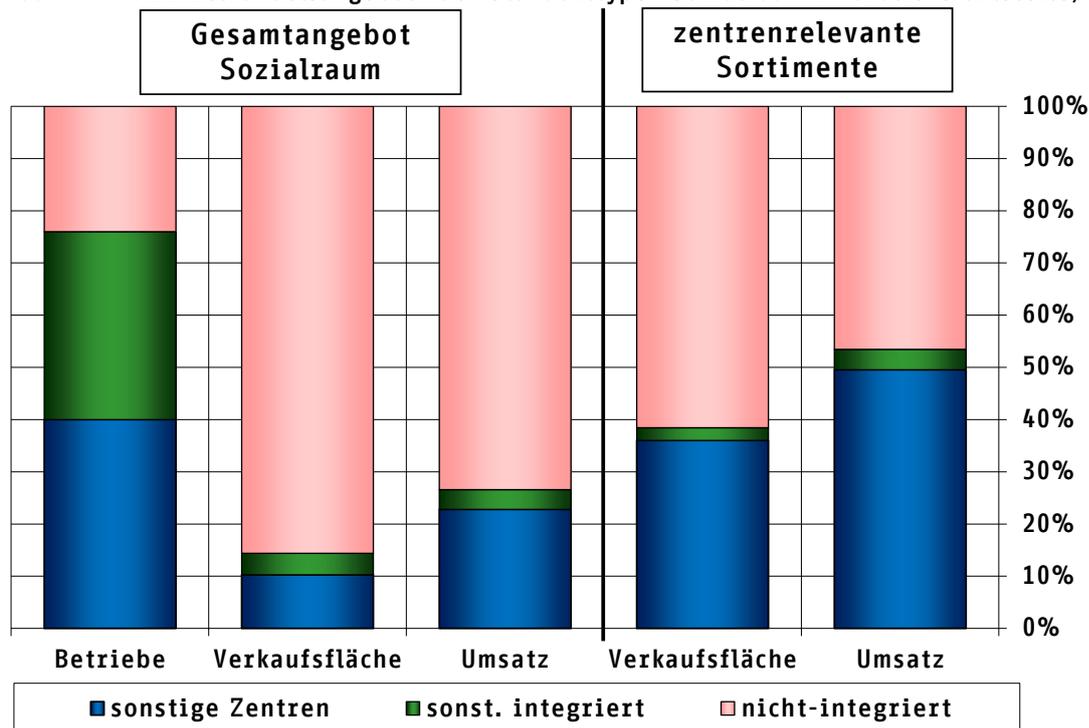
Von der im Sozialraum insgesamt angesiedelten Verkaufsfläche entfällt auf Grund des o.g., im Stadtteil Marquardt im Friedrichspark angesiedelten Baumarktes mit knapp 78% der größte Anteil auf die Sortimente des langfristigen Bedarfes (vgl.

⁴¹ Quelle: Landeshauptstadt Potsdam, Bereich Bürgerservice, Stand 31.12.2012.

Anhang, Tab. A - 4). Die Gesamtbindungsquote im Sozialraum I Nördliche Ortsteile, Sacrow beträgt 84%. Die hohe Gesamtbindungsquote und die teilweise sehr hohen Werte von mehr als 200% sind i.d.R. durch den o.g. Baumarkt und die gleichzeitig relativ geringe Einwohnerzahl bedingt. In den meisten nahversorgungs- und sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten sind hingegen per Saldo deutliche Kaufkraftabflüsse festzustellen.

Differenziert nach Standorttypen befindet sich das Einzelhandelsangebot des Sozialraumes I verkaufsflächen- und umsatzbezogen überwiegend an nicht-integrierten Standorten - letztlich bedingt durch die drei o.g. großflächigen Einzelhandelsbetriebe. Bei Betrachtung der zentrenrelevanten Sortimente entfällt gut ein Drittel der Verkaufsfläche und - auf Grund überdurchschnittlicher Flächenleistungen - etwa die Hälfte des Umsatzes auf die beiden Zentren Groß Glienicke und Fahrland.

Abb. 4: Einzelhandelsangebot nach Standorttypen Sozialraum I Nördliche Ortsteile, Sacrow



Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; www.handelsdaten.de; IfH, Köln; EHI; Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Potsdam; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Fazit

Das Einzelhandelsangebot des Sozialraumes I ist, abgesehen von den drei o.g. großflächigen Betrieben an nicht-integrierten Standorten, vergleichsweise gering. Dies

ist im Wesentlichen auf die kleinteiligen Siedlungsstrukturen mit entsprechend niedrigen Einwohnerzahlen zurückzuführen.

3.2.2.2 Einzelhandelssituation im Sozialraum II Potsdam Nord

Im Sozialraum II Potsdam Nord leben rd. 22.150 Einwohner⁴². Dies entspricht nur rd. 14% der Einwohner von Potsdam insgesamt; damit weist der Sozialraum II Potsdam Nord die zweitniedrigste Einwohnerzahl unter den Sozialräumen von Potsdam auf.

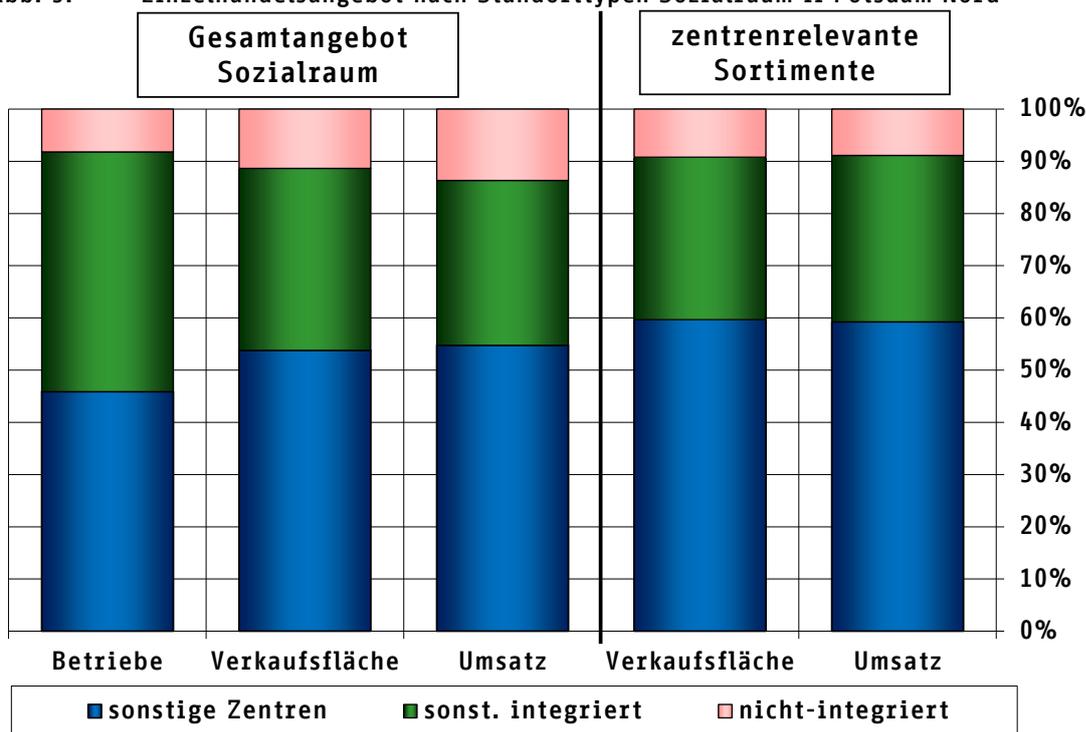
Das Einzelhandelsangebot im Sozialraum II umfasst 61 Betriebe (rd. 6% der in Potsdam insgesamt angesiedelten Betriebe). Davon sind vier Betriebe, zwei Lebensmittel-discounter, ein Supermarkt sowie ein Secondhand-Möbel-Kaufhaus, großflächig (vgl. Anhang, Tab. A - 5). Die Gesamtverkaufsfläche beträgt nur rd. 12.275 qm (rd. 5% der gesamtstädtischen Verkaufsfläche), und ist die geringste der Sozialräume von Potsdam.

Die Gesamtbindungsquote liegt bei rd. 47%. Sortimentbezogen ist in nahezu allen Sortimenten per Saldo ein Kaufkraftabfluss zu verzeichnen (vgl. Anhang, Tab. A - 6). Eine vergleichsweise hohe Bindungsquote wird mit rd. 88% im für die Nahversorgung besonders wesentlichen Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel erzielt, in dem auch die mit deutlichem Abstand höchste Verkaufsfläche zu verzeichnen ist. Dies ist im Wesentlichen auf das entsprechende Angebot von insgesamt neun Lebensmittelbetrieben mit einem umfassenden Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel - sieben Discounter und zwei Supermärkte - zurückzuführen.

Das Einzelhandelsangebot des Sozialraumes II befindet sich überwiegend innerhalb der vier Zentren Bornstedt - Potsdamer Straße, Bornstedter Feld - Pappelallee, Bornstedter Feld - Nedlitzer Straße und Golm/ Eiche. An nicht-integrierten Standorten ist demgegenüber - sowohl insgesamt als auch allein auf die zentrenrelevanten Sortimente bezogen - nur ein geringes Angebot zu verzeichnen.

⁴² Quelle: Landeshauptstadt Potsdam, Bereich Bürgerservice, Stand 31.12.2012.

Abb. 5: Einzelhandelsangebot nach Standorttypen Sozialraum II Potsdam Nord



Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; www.handelsdaten.de; IfH, Köln; EHI; Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Potsdam; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Fazit

Das Einzelhandelsangebot des Sozialraumes II wird in hohem Maße durch die vier o.g. Nahversorgungszentren geprägt und beschränkt sich im Wesentlichen auf Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereiches. In den für die Nahversorgung besonders wesentlichen Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel und Drogerie/ Parfümerie werden vergleichsweise hohe Bindungsquoten erzielt, wenngleich dennoch per Saldo ein Kaufkraftabfluss zu verzeichnen ist.

3.2.2.3 Einzelhandelssituation im Sozialraum III Potsdam West, Innenstadt, Nördliche Vorstädte

Im Sozialraum III Potsdam West, Innenstadt, Nördliche Vorstädte leben rd. 37.225 Einwohner⁴³. Dies entspricht rd. 23% der Einwohner von Potsdam insgesamt; damit weist der Sozialraum III die höchste Einwohnerzahl unter den Sozialräumen von Potsdam auf.

⁴³ Quelle: Landeshauptstadt Potsdam, Bereich Bürgerservice, Stand 31.12.2012.

Das Einzelhandelsangebot im Sozialraum III umfasst - bedingt durch das in diesem Sozialraum gelegene Zentrum Innenstadt - 503 Betriebe; dies entspricht rd. der Hälfte der in Potsdam insgesamt angesiedelten Betriebe). Mehr als 80% der im Sozialraum angesiedelten Betriebe weisen eine Verkaufsfläche von bis zu 100 qm auf; ihr Anteil an der Gesamtverkaufsfläche des Sozialraumes beträgt rd. 25% (vgl. Anhang, Tab. A - 7). Die zwölf großflächigen, im Sozialraum ansässigen Betriebe - u.a. ein großer Supermarkt, drei Supermärkte, zwei Discounter, ein Warenhaus, ein Möbelmarkt sowie je ein großflächiges Bekleidungs- und Sportgeschäft - vereinen rd. 44% der Gesamtverkaufsfläche auf sich.

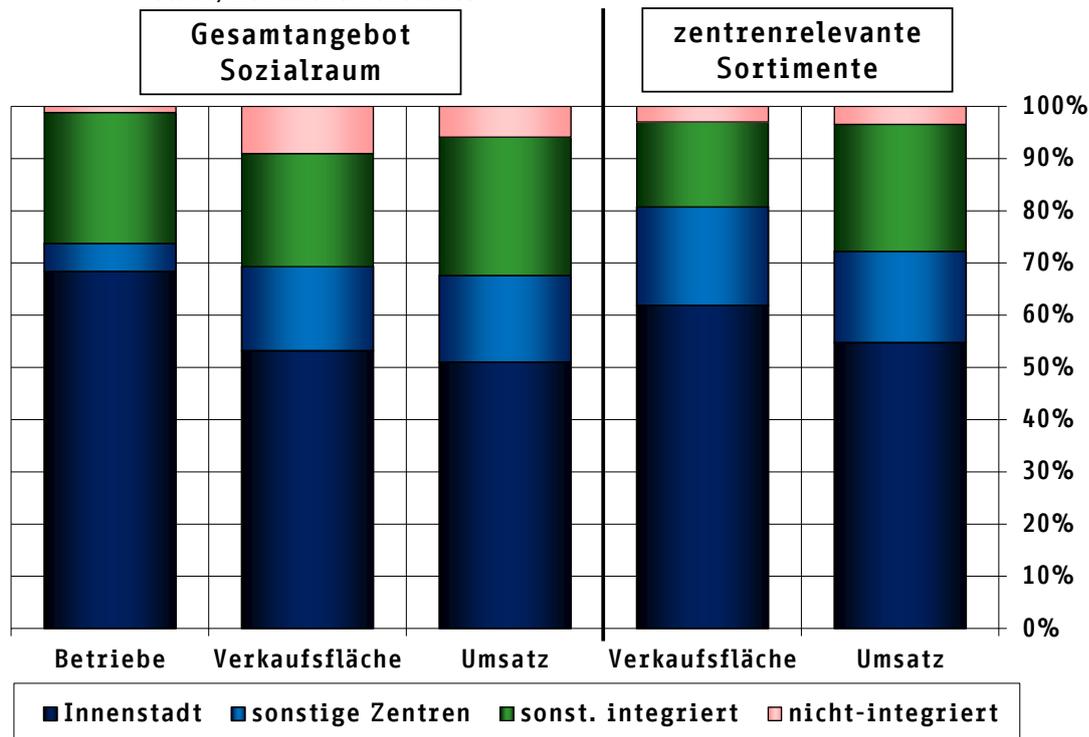
Auf Grund der somit relativ kleinteiligen Betriebsstruktur liegt der Verkaufsflächenanteil des Sozialraumes III bei nur rd. 23% der gesamtstädtischen Verkaufsfläche.

Von den insgesamt rd. 63.475 qm Verkaufsfläche entfallen rd. 44% auf den mittelfristigen Bedarfsbereich (vgl. Anhang, Tab. A - 8). Dabei weist das innerstädtische Leitsortiment Bekleidung und Zubehör sortimentsbezogen die höchste Verkaufsfläche auf, gefolgt von dem für die Nahversorgung in besonderem Maße wesentlichen Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel.

Die Gesamtbindungsquote des Sozialraumes III beträgt rd. 128%. Dabei sind in den meisten Sortimenten per Saldo - teils erhebliche - Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen, was vor allem in den entsprechenden zentrenrelevanten Sortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches im Wesentlichen auf das Angebot der Innenstadt zurückzuführen ist.

Mehr als 50% der Verkaufsfläche und des Umsatzes des im Sozialraum III ansässigen Einzelhandels befinden sich in der Innenstadt. Des Weiteren tragen vor allem die beiden sonstigen Zentren Markt-Center und Zeppelinstraße sowie die Gesamtheit der sonstigen integrierten Standorte zum Einzelhandelsangebot bei, während an nicht-integrierten Standorten insbesondere bezogen auf zentrenrelevante Sortimente nur ein sehr geringes Angebot zu verzeichnen ist.

Abb. 6: Einzelhandelsangebot nach Standorttypen im Sozialraum III Potsdam West, Innenstadt, Nördliche Vorstädte



Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; www.handelsdaten.de; IfH, Köln; EHI; Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Potsdam; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Fazit

Im Sozialraum III besteht insbesondere in den zentrenrelevanten Sortimenten ein sehr großes Einzelhandelsangebot. Dies ist im Wesentlichen auf die Innenstadt zurückzuführen, in der gut jeder dritte in Potsdam ansässige Einzelhandelsbetrieb angesiedelt ist und das eine überörtliche/ regionale Ausstrahlung besitzt.

3.2.2.4 Einzelhandelssituation im Sozialraum IV Babelsberg, Zentrum Ost

Im Sozialraum IV Babelsberg, Zentrum Ost leben rd. 27.975 Einwohner⁴⁴. Dies entspricht rd. 18% der Einwohner von Potsdam insgesamt.

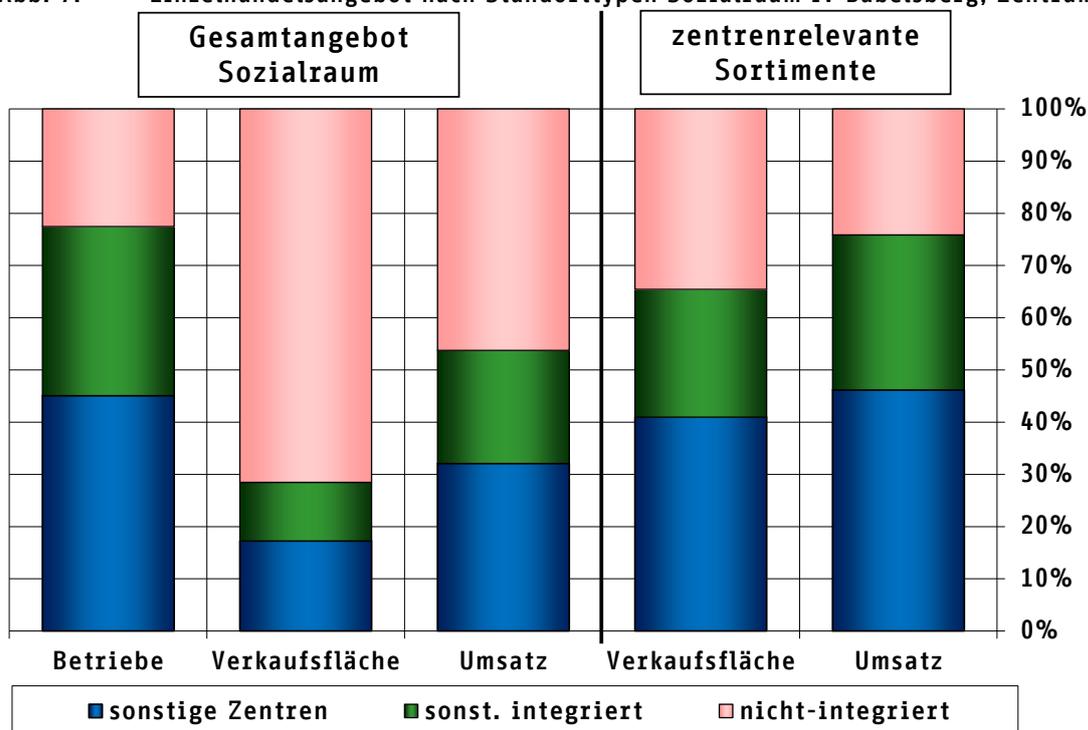
Das Einzelhandelsangebot im Sozialraum IV umfasst 173 Betriebe (rd. 17% der in Potsdam insgesamt angesiedelten Betriebe). Davon sind sieben Betriebe, u.a. ein Supermarkt, zwei Baumärkte und ein Fahrradfachmarkt, großflächig (vgl. Anhang, Tab. A - 9). Die Gesamtverkaufsfläche beträgt rd. 44.550 qm (rd. 16% der gesamtstädtischen Verkaufsfläche).

⁴⁴ Quelle: Landeshauptstadt Potsdam, Bereich Bürgerservice, Stand 31.12.2012.

Der mit Abstand größte Teil der Verkaufsfläche entfällt sortimentsbezogen - bedingt im Wesentlichen durch die beiden o.g. Baumärkte - auf die baumarkt-/ gartencenterspezifischen Sortimente (vgl. Anhang, Tab. A - 10). Eine vergleichsweise hohe Verkaufsfläche entfällt zudem auf das Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel, was vor allem auf neun Lebensmittelbetriebe mit umfassendem Angebot in diesem Sortiment - vier Supermärkte und fünf Discounter - zurückzuführen ist.

Die Gesamtbindungsquote beträgt rd. 82%. Dabei sind in den meisten zentrenrelevanten Sortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches per Saldo Kaufkraftabflüsse festzustellen. Ein sehr deutlicher Kaufkraftzufluss liegt im Sortiment Sport/ Freizeit vor, der in hohem Maße auf den o.g. großflächigen Fahrradfachmarkt zurückzuführen ist. Per Saldo hohe Kaufkraftzuflüsse liegen weiterhin bei den baumarkt-/ gartencenterspezifischen Sortimenten - auf Grund der bereits erwähnten zwei Baumärkte - sowie im Sortiment Teppiche, Bodenbeläge - einem typischen weiteren Baumarktsortiment - vor.

Abb. 7: Einzelhandelsangebot nach Standorttypen Sozialraum IV Babelsberg, Zentrum Ost



Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; www.handelsdaten.de; IfH, Köln; EHI; Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Potsdam; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Insbesondere auf Grund der beiden Baumärkte und des großflächigen Fahrradfachmarktes, die an nicht-integrierten Standorten angesiedelt sind, liegt der Verkaufsflächenanteil nicht-integrierter Lagen bei etwas mehr als 70%. Bei Betrachtung allein der zentrenrelevanten Sortimente verzeichnen die Zentren Babelsberg und Zentrum Ost jedoch die größten Verkaufsflächen- und Umsatzanteile.

Fazit

Das Einzelhandelsangebot des Sozialraumes IV wird in hohem Maße durch die im Gewerbegebiet Babelsberg angesiedelten Betriebe geprägt, in dem wiederum die beiden o.g. Baumärkte den Angebotsschwerpunkt bilden. Darüber hinaus insbesondere das Zentrum Babelsberg für die Bevölkerung des Sozialraumes von Bedeutung, das - abgesehen vom zentralen Versorgungsbereich Innenstadt - die mit Abstand höchste Betriebszahl der Zentren von Potsdam aufweist und zudem in einzelnen sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten (insbesondere Bekleidung und Zubehör) über ein größeres Angebot verfügt.

3.2.2.5 Einzelhandelssituation im Sozialraum V Stern, Drewitz, Kirchsteigfeld

Im Sozialraum V Stern, Drewitz, Kirchsteigfeld leben rd. 28.450 Einwohner⁴⁵. Dies entspricht rd. 18% der Einwohner von Potsdam insgesamt.

Das Einzelhandelsangebot im Sozialraum V umfasst 150 Betriebe (rd. 15% der in Potsdam insgesamt angesiedelten Betriebe). Davon weisen 14%, entsprechend 21 Betriebe, eine Verkaufsfläche von mehr als 800 qm auf (vgl. Anhang, Tab. A - 11). Die größten Betriebe sind ein Möbelhaus, ein SB-Warenhaus, drei Bekleidungsmärkte und ein Elektronikfachmarkt, die sich innerhalb des Stern-Centers befinden oder - im Fall des Möbelhauses - in Nachbarschaft zu diesem liegen. Die Gesamtverkaufsfläche der im Sozialraum V angesiedelten Einzelhandelsbetriebe beträgt insgesamt rd. 98.575 qm. Damit entfallen rd. 36% der gesamtstädtischen Verkaufsfläche allein auf diesen Sozialraum, im Wesentlichen bedingt durch das Stern-Center und das benachbarte Möbelhaus.

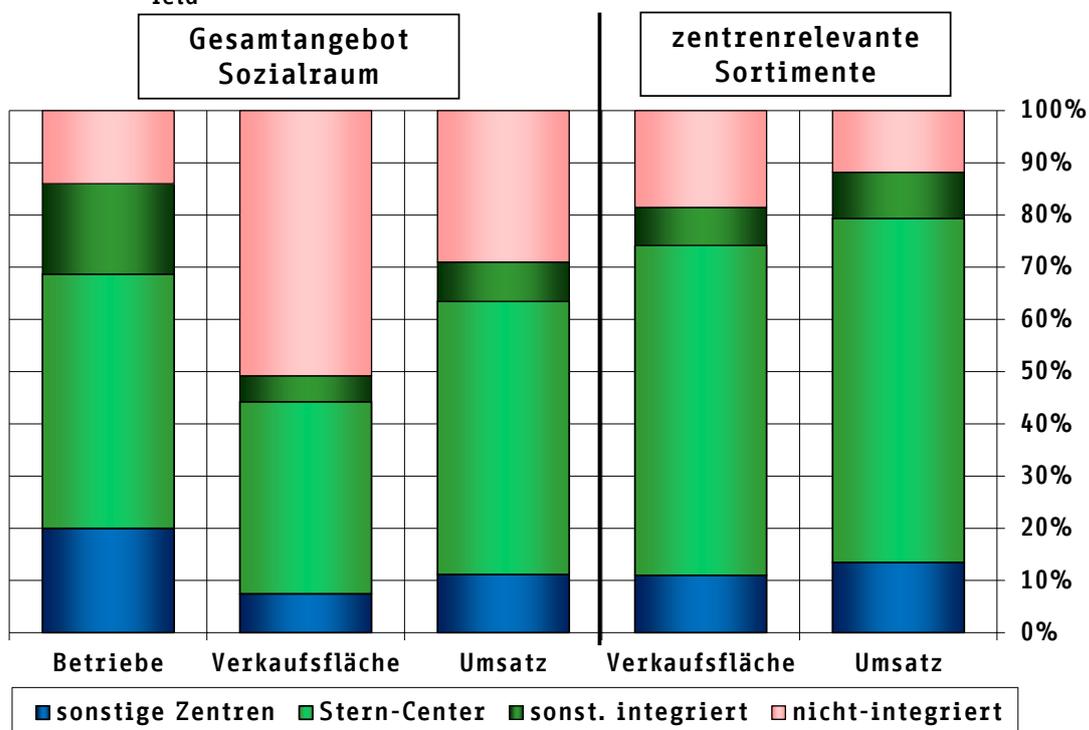
Die höchsten Verkaufsflächen sind, entsprechend der o.g. großen Einzelhandelsbetriebe, in den Sortimenten Möbel, Antiquitäten, Bekleidung und Zubehör sowie Nah-

⁴⁵ Quelle: Landeshauptstadt Potsdam, Bereich Bürgerservice, Stand 31.12.2012.

rungs-/ Genussmittel zu verzeichnen (vgl. Anhang, Tab. A - 12). Nach Bedarfsbereichen differenziert entfällt etwa die Hälfte der Verkaufsfläche auf den langfristigen Bedarfsbereich.

Die Gesamtbindungsquote beträgt rd. 202%, wobei in nahezu allen Sortimenten per Saldo - oftmals erhebliche - Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen sind. Hier spiegelt sich insbesondere das große Angebot des Stern-Centers sowie des benachbarten Möbelhauses wider.

Abb. 8: Einzelhandelsangebot nach Standorttypen Sozialraum V Stern, Drewitz, Kirchsteigfeld



Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; www.handelsdaten.de; IfH, Köln; EHI; Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Potsdam; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Die Verkaufsfläche befindet sich größtenteils an nicht-integrierten Standorten. Dies ist insbesondere auf das mehrfach erwähnte Möbelhaus zurückzuführen, das zwar in Nachbarschaft zum städtebaulich integrierten Stern-Center liegt, auf Grund seiner von den nahegelegenen Wohnsiedlungsbereichen abgewandten Eingangssituation aber als nicht-integriert einzustufen ist. Bei Betrachtung allein der zentrenrelevanten Sortimente entfallen jedoch je etwa zwei Drittel der Verkaufsfläche bzw. des Umsatzes auf das Stern-Center. Insgesamt betrachtet sind die drei Zentren

Stern, Drewitz und Kirchsteigfeld demgegenüber von untergeordneter Bedeutung, wenngleich in hohem Maße bedeutsam für die Nahversorgung der Bevölkerung der jeweils umliegenden Wohnbereiche.

Fazit

Der Sozialraum V verzeichnet mehr als ein Drittel der in Potsdam insgesamt angesiedelten Verkaufsfläche. Dies ist auf das Stern-Center zurückzuführen, das ein sehr großes Angebot sonstiger zentrenrelevanter Sortimente aufweist, sowie auf das benachbarte große Möbelhaus zurückzuführen. Dieser Standort nimmt eine deutliche überörtliche/ regionale Versorgungsfunktion wahr. Den im Sozialraum weiterhin befindlichen Zentren kommt hingegen - wie erwähnt - eine reine Nahversorgungsfunktion zu.

3.2.2.6 Einzelhandelssituation im Sozialraum VI Schlaatz, Waldstadt I und II, Potsdam Süd

Im Sozialraum VI Schlaatz, Waldstadt I und II, Potsdam Süd leben rd. 31.775 Einwohner⁴⁶. Dies entspricht rd. 20% der Einwohner von Potsdam insgesamt.

Das Einzelhandelsangebot im Sozialraum VI umfasst 99 Betriebe (rd. 10% der in Potsdam insgesamt angesiedelten Betriebe). Davon sind acht Betriebe - ein SB-Warenhaus, ein großer Supermarkt, zwei Supermärkte, ein Spielwarenfachmarkt, zwei Einrichtungsfachmärkte und ein Möbelmarkt - großflächig (vgl. Anhang, Tab. A - 13). Die Gesamtverkaufsfläche beträgt rd. 33.250 qm (rd. 12% der gesamtstädtischen Verkaufsfläche).

Von dieser Gesamtverkaufsfläche entfällt mehr als die Hälfte auf den kurzfristigen Bedarfsbereich, sortimentsbezogen vereint das Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel die mit Abstand größte Verkaufsfläche - in hohem Maße bedingt durch die o.g. großflächigen Lebensmittelbetriebe sowie einige weitere nicht großflächige Lebensmittelbetriebe - auf sich (vgl. Anhang, Tab. A - 14).

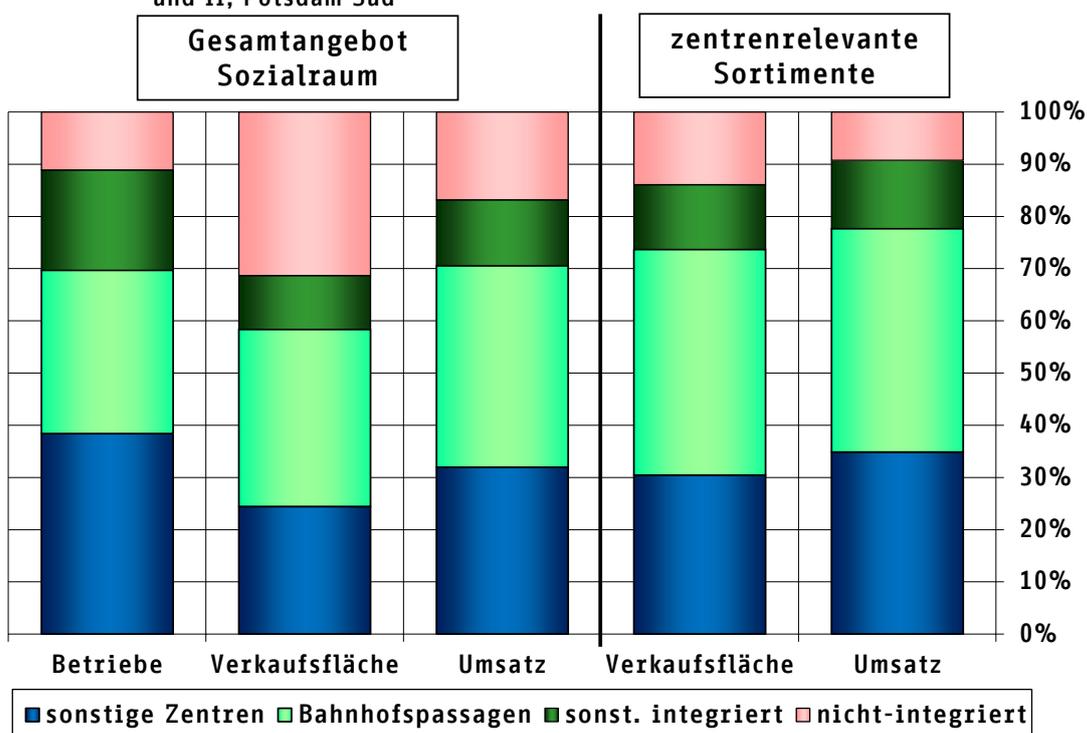
Die Gesamtbindungsquote beträgt rd. 74%, wobei in den meisten Sortimenten ein teilweise erheblicher bis vollständiger - Kaufkraftabfluss zu verzeichnen ist. Kauf-

⁴⁶ Quelle: Landeshauptstadt Potsdam, Bereich Bürgerservice, Stand 31.12.2012.

kraftzuflüsse liegen beispielsweise - auf Grund der o.g. großflächigen Einrichtungsfachmärkte bzw. des großflächigen Spielwarenfachmarktes - in den Sortimenten Teppiche, Bodenbeläge, Haus- und Heimtextilien sowie Spielwaren vor. Im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel wird annähernd eine rechnerische Vollversorgung erreicht.

Das Einzelhandelsangebot wird verkaufsflächenbezogen vor allem durch den Sonderstandort Bahnhofspassagen sowie durch zwei Einrichtungsmärkte und einen Möbelmarkt in nicht-integrierter Lage im Stadtteil Industriegelände bestimmt. Zudem weisen die beiden Zentren Waldstadt und Schlaatz insgesamt noch relativ hohe Verkaufsflächen- und Umsatzanteile auf.

Abb. 9: Einzelhandelsangebot nach Standorttypen im Sozialraum VI Schlaatz, Waldstadt I und II, Potsdam Süd



Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; www.handelsdaten.de; IfH, Köln; EHI; Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Potsdam; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Fazit

Das Einzelhandelsangebot des Sozialraumes VI wird im Wesentlichen durch die Standorte Bahnhofspassagen im Norden und Zentrum Waldstadt (Waldstadt-Center) sowie Industriegebiet Süd geprägt. Auf Grund der vergleichsweise hohen Einwoh-

nerzahl des Sozialraumes sind dennoch in den meisten Sortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches deutliche Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen, wobei zu beachten ist, dass den o.g. Standorten nur begrenzte Versorgungsfunktion zukommt.

3.2.3 Einzugsgebiet

An der Kundenherkunftserfassung zur Feststellung des Einzugsgebietes des Einzelhandels von Potsdam beteiligten sich 47 Einzelhandelsbetriebe. Trotz dieser relativ geringen Zahl an teilnehmenden Betrieben - insgesamt sind in Potsdam 1.011 Betriebe ansässig - ermöglicht die Umfrage die Herleitung eines Einzugsgebietes des Potsdamer Einzelhandels insgesamt:

- Von den teilnehmenden Betrieben mit Namens-/ Adressangabe weisen etwas mehr als 70% eine Verkaufsfläche von bis zu 100 qm auf, der Anteil der Betriebe mit einer Verkaufsfläche von mehr als 800 qm liegt bei rd. 5%.
- Annähernd 60% der teilnehmenden Betriebe mit Namens-/ Adressangabe sind in der Innenstadt oder in einem der sonstigen Zentren von Potsdam ansässig, gut 35% befinden sich an sonstigen integrierten Standorten (darunter auch Betriebe des Stern-Centers) und weitere rd. 5% an nicht-integrierten Standorten.

Diese Verteilungen entsprechen nahezu den gesamtstädtischen Anteilen. Zudem weisen die teilnehmenden Betriebe mit Namens-/ Adressangabe auch unterschiedliche Hauptsortimente auf, wobei erwartungsgemäß die Schwerpunkte bei Betrieben mit dem Hauptsortiment Nahrungs-/ Genussmittel inkl. Lebensmittelhandwerk (rd. 20%) bzw. Bekleidung und Zubehör (rd. 30%) liegen.

Tab. 5: Kundenherkunft des Potsdamer Einzelhandels

Stadt/ Landkreis	Anzahl Kunden	in %
Stadt Potsdam, davon	5.409	69%
<i>Bornim, Nedlitz, Bornstedt, Sacrow, Eiche, Grube, Golm</i>	984	19% ¹⁾
<i>Nauener Vorstadt, Jägervorstadt, Berliner Vorstadt</i>	364	7% ¹⁾
<i>Brandenburger Vorstadt, Potsdam West, Wildpark</i>	868	17% ¹⁾
<i>Nördliche Innenstadt, Südliche Innenstadt</i>	501	10% ¹⁾
<i>Klein Glienicke, Babelsberg Nord, Babelsberg Süd</i>	601	12% ¹⁾
<i>Templiner u. Teltower Vorstadt, Schlaatz, Waldstadt I + II, Industriegelände, Forst Potsdam Süd</i>	438	8% ¹⁾
<i>Stern, Drewitz, Kirchsteigfeld</i>	1.080	21% ¹⁾
<i>Uetz-Paaren, Marquardt, Satzkorn, Fahrland, Neu Fahrland, Groß Glienicke</i>	343	7% ¹⁾
<i>nicht eindeutig zuzuordnen</i>	230	
Stadt Berlin, davon	522	7%
<i>Steglitz-Zehlendorf</i>	100	25% ²⁾
<i>Spandau</i>	67	17% ²⁾
<i>Charlottenburg-Wilmerdorf</i>	79	20% ²⁾
<i>sonstige Bezirke</i>	158	39% ²⁾
<i>nicht eindeutig zuzuordnen</i>	118	
Stadt Brandenburg an der Havel	59	1%
Landkreis Potsdam-Mittelmark	1.148	15%
Landkreis Havelland	94	1%
Landkreis Teltow-Fläming	154	2%
Sonstige	476	6%
Gesamt	7.862	100%

¹⁾: Anteile bezogen auf Kunden aus Potsdam mit nachvollziehbarer Herkunft.

²⁾: Anteile bezogen auf Kunden aus Berlin mit nachvollziehbarer differenzierter Herkunft.

Quelle: eigene Kundenherkunftserfassung September/ Oktober 2013; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg; eigene Berechnungen

Insgesamt trugen sich 7.862 Kunden in die Erfassungslisten ein. Von diesen kamen annähernd 70% aus Potsdam selbst⁴⁷. Einen vergleichsweise hohen Anteilswert verzeichnet der Landkreis Potsdam-Mittelmark mit rd. 15%, danach folgt die Stadt Berlin mit rd. 7%. Hier kam der überwiegende Teil der Kunden - soweit nachvollziehbar - aus den der Landeshauptstadt Potsdam benachbarten Stadtbezirken Steglitz-Zeh-

⁴⁷ Dieser Wert ist nahezu identisch mit dem Anteilswert von rd. 70,6%, der bei einer Passantenbefragung in der Potsdamer Innenstadt aus dem Jahre 2009 festgestellt wurde (vgl. Landeshauptstadt Potsdam/ Fachbereich Stadterneuerung und Denkmalpflege: Auswertung Passantenbefragung in der Potsdamer Innenstadt 2009, Potsdam 2009, S. 5). Dies gilt im Übrigen auch für die weiteren in Tab. 5 dargestellten Werte für Berlin insgesamt sowie weitere Befragte insgesamt (letztere im Vergleich zu den Passanten aus dem Land Brandenburg und weiter entfernt insgesamt der o.g. Passantenbefragung).

lendorf, Charlottenburg-Wilmersdorf und Spandau. Die Stadt Brandenburg an der Havel sowie die beiden Landkreise Teltow-Fläming und Havelland sind für den Potsdamer Einzelhandel bei Anteilswerten von rd. ein bis zwei Prozent von vergleichsweise geringer Bedeutung.

Der Anteil der Kunden von außerhalb der o.g. Städte und Landkreise beträgt insgesamt 6%. Dieser Wert spiegelt die Erfahrungen des Büros Dr. Acocella wieder, wonach Touristen, die in Potsdam oder im Umfeld der Landeshauptstadt übernachten, für den Einzelhandel einer Stadt insgesamt betrachtet nur einen geringen Stellenwert besitzen. Demgegenüber spielen Tagesbesucher, die i.d.R. aus dem (weiteren) Einzelhandelseinzugsgebiet stammen, für den Einzelhandel an Standorten mit großem Angebot und hoher Konzentration (zentraler Versorgungsbereich Innenstadt, Stern-Center) eine wichtige Rolle⁴⁸.

Die nachfolgende Karte zeigt das Einzugsgebiet des Einzelhandels der Landeshauptstadt Potsdam anhand der bei der Herkunftserfassung festgestellten Kunden je 1.000 Einwohner - d.h. in Promille - auf Gemeindeebene (innerhalb Berlins tlw. differenziert nach Stadtbezirken, s.o.). Das Einzugsgebiet erstreckt sich im Wesentlichen südwestlich von Potsdam, was auf die unmittelbare Nachbarschaft von Berlin im Nordosten der Landeshauptstadt Potsdam zurückzuführen ist.

Der Vergleich des mittels der Kundenherkunftserfassung festgestellten Einzugsgebietes des Potsdamer Einzelhandels zu demjenigen, das im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2008 festgestellt wurde, zeigt insbesondere hinsichtlich der damals festgestellten Zonen 1 und 2 eine deutliche Übereinstimmung. Die Einwohnerzahlen sind daher - unter Berücksichtigung der zwischenzeitlichen Einwohnerentwicklung in der Landeshauptstadt Potsdam - annähernd vergleichbar:

- Inneres Einzugsgebiet - mehr als zwanzig Promille erfasster Einwohner, vgl. Karte 2 - rd. 160.750 Einwohner (2008: Zone I rd. 147.700 Einwohner) und
- enges Einzugsgebiet - rd. fünf bis zwanzig Promille erfasster Einwohner - rd. 76.500 Einwohner (2008: Zone II rd. 66.600 Einwohner).

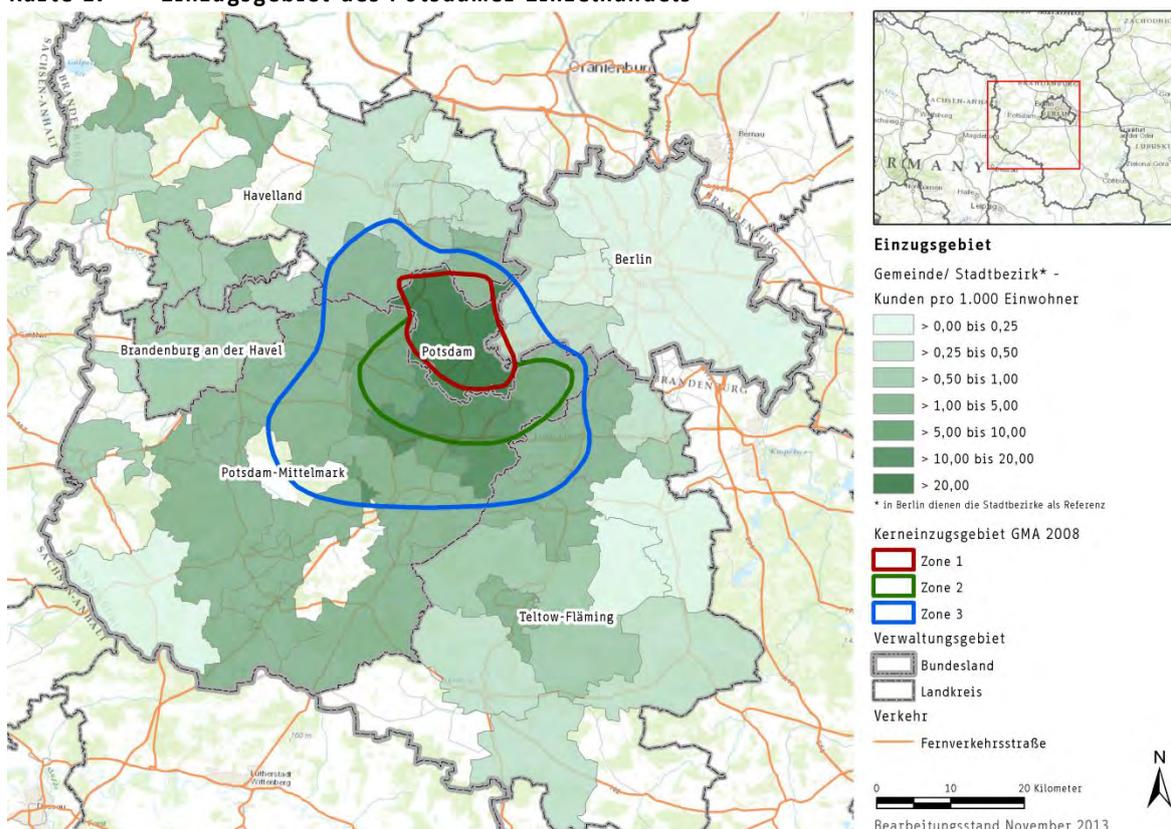
Das erweiterte Einzugsgebiet des Potsdamer Einzelhandels - rd. ein bis fünf Promille erfasster Einwohner - erstreckt sich nach den Ergebnissen der Kundenherkunfts-

⁴⁸ Vgl. hierzu auch dwif consulting: Wirtschaftsfaktor Tourismus in Potsdam 2010, München 2011, S. 6.

erfassung jedoch weiter nach Südwesten und reicht teilweise bis an die Landesgrenze. Die Einwohnerzahl beträgt rd. 182.500 Einwohner (2008: Zone III rd. 145.800 Einwohner).

Das gesamte Einzugsgebiet des Potsdamer Einzelhandels umfasst demnach insgesamt rd. 420.000 Einwohner, wobei hinsichtlich des erweiterten Einzugsgebietes nur noch eine relativ geringe Bindung festzustellen ist.

Karte 2: Einzugsgebiet des Potsdamer Einzelhandels



Quelle: eigene Kundenherkunftserfassung September/ Oktober 2013; Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Potsdam; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg; IFH (2012); eigene Berechnungen

3.2.4 Nahversorgungssituation

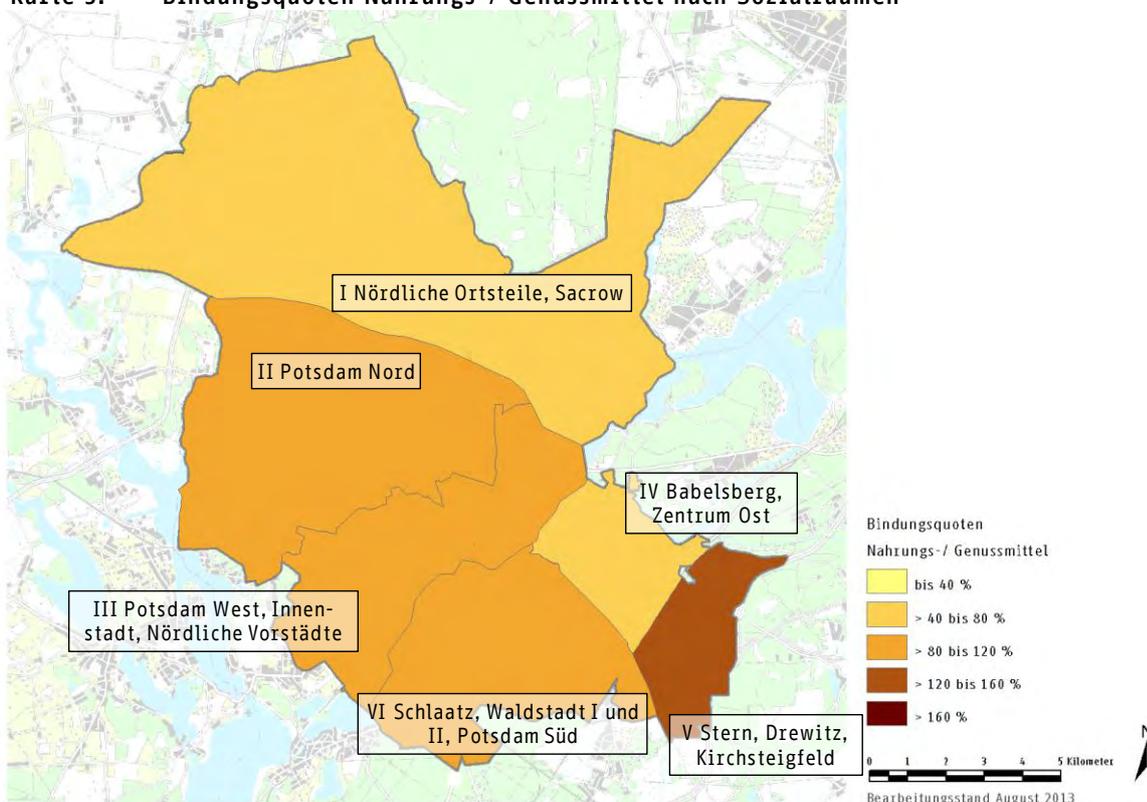
Das Ziel einer möglichst flächendeckenden fußläufigen Nahversorgung ist vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung, insbesondere bedingt durch die zunehmende Zahl älterer Menschen von großer Bedeutung.

Quantitativ und gesamtstädtisch betrachtet weist Potsdam in den Sortimenten des kurzfristigen Bedarfsbereiches zumindest annähernd eine rechnerische Vollversor-

gung auf, demzufolge auch in dem für die Grund-/ Nahversorgung in besonderem Maße wesentlichen Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel (vgl. auch Kap. 3.2.1).

Auf die Ebene der Sozialräume heruntergebrochen, stellt sich die quantitative Versorgungssituation im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel unterschiedlich dar: Während für den Sozialraum V Stern, Drewitz, Kirchsteigfeld per Saldo ein deutlicher Kaufkraftzufluss zu verzeichnen ist, weist insbesondere der Sozialraum I Nördliche Ortsteile, Sacrow bei einer Bindungsquote von rd. 46% einen erheblichen Kaufkraftabfluss auf⁴⁹.

Karte 3: Bindungsquoten Nahrungs-/ Genussmittel nach Sozialräumen



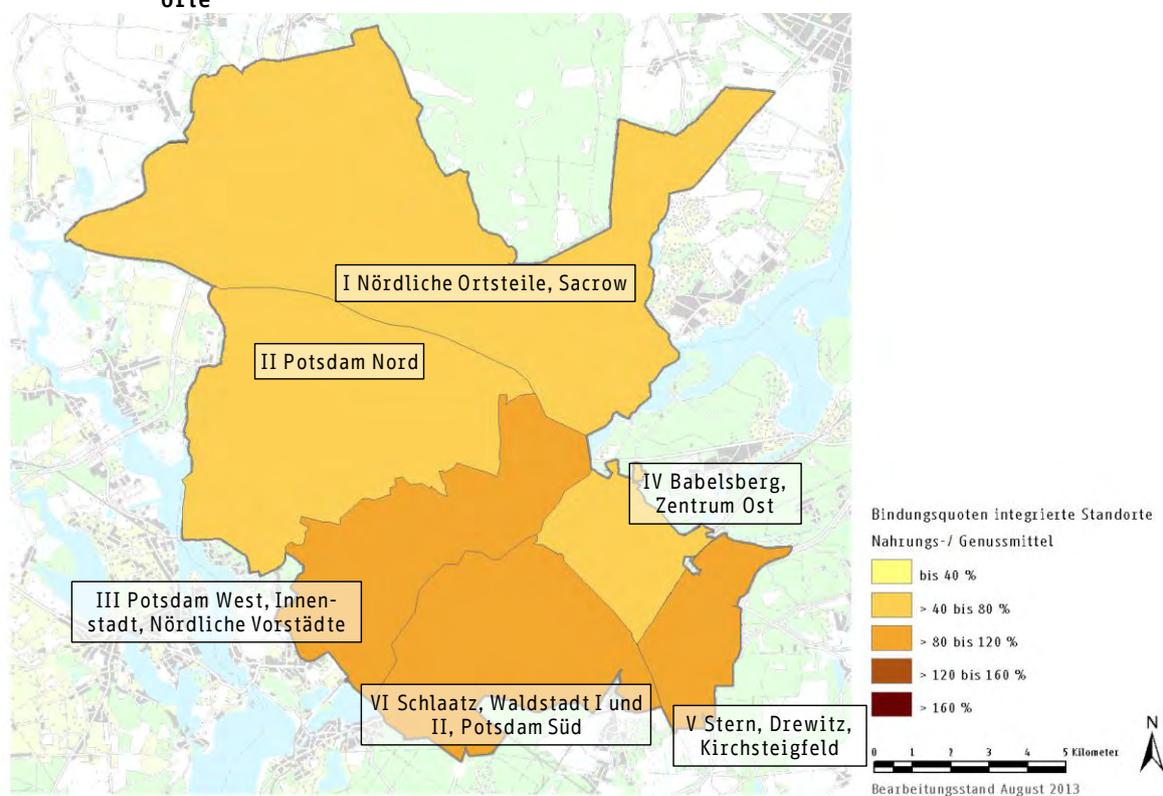
Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; www.handelsdaten.de; IfH, Köln; EHI; Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Potsdam; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Bei alleiniger Betrachtung der an integrierten Standorten ansässigen Betriebe mit einem Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel ist - neben dem Sozialraum I

⁴⁹ Der Sozialraum IV Babelsberg, Zentrum Ost verzeichnet zwar in Karte 3 die gleiche Kategorie wie der Sozialraum I Nördliche Ortsteile, Sacrow, die Bindungsquote im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel liegt mit rd. 71% jedoch ungleich höher. Zudem ist zu berücksichtigen, dass z.B. der Einzugsbereich des in den Bahnhofspassagen angesiedelten SB-Warenhauses auch in den Sozialraum IV Babelsberg hineinreicht.

Nördliche Ortsteile, Sacrow mit einer Bindungsquote von rd. 41% - auch für den Sozialraum IV Babelsberg, Zentrum Ost eine geringe Bindungsquote im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel von rd. 55% festzustellen. Dies ist darauf zurückzuführen, dass sich ein nicht unbeträchtlicher Teil des Angebotes im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel sich an nicht-integrierten Standorten im Gewerbegebiet Babelsberg befindet. Gesamtstädtisch betrachtet wird jedoch nur ein vergleichsweise geringer Anteil des Umsatzes - rd. 15% - im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel durch an nicht-integrierten Standorten gelegene Einzelhandelsbetriebe gebunden.

Karte 4: Bindungsquoten Nahrungs-/ Genussmittel nach Sozialräumen - integrierte Standorte



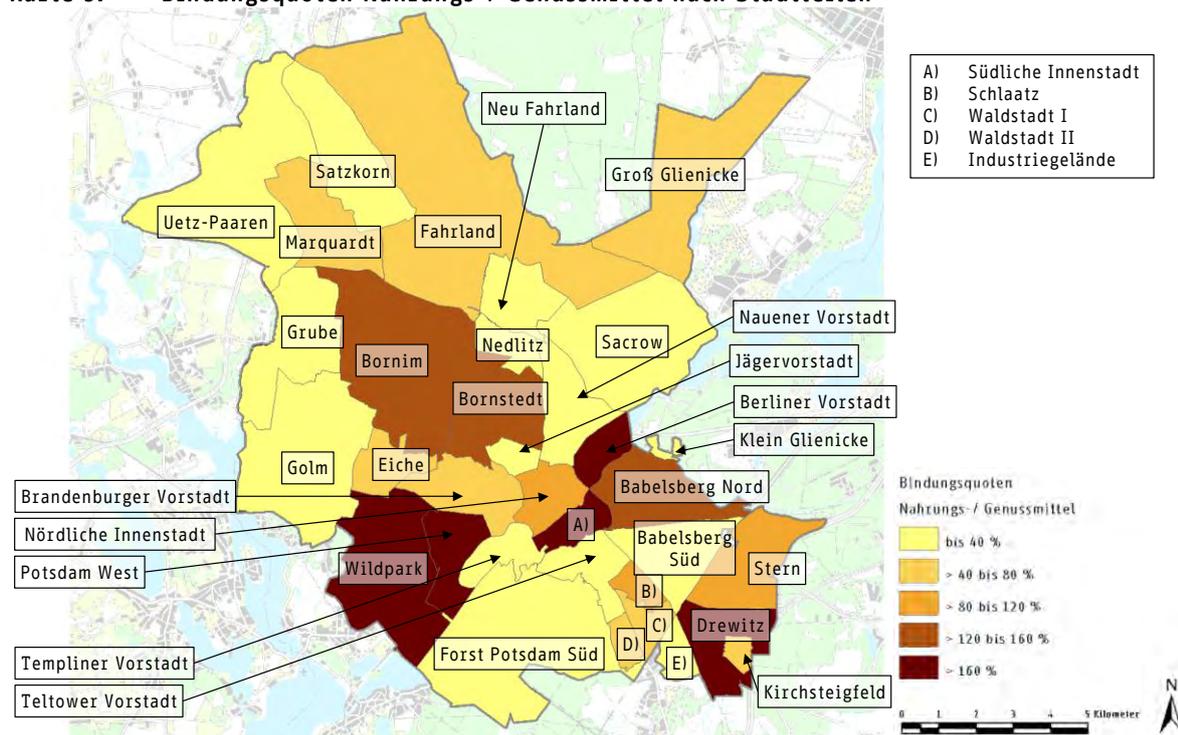
Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; www.handelsdaten.de; IfH, Köln; EHI; Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Potsdam; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Auf Stadtteilebene zeigt sich, dass in einzelnen Stadtteilen im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel ein deutlicher Kaufkraftzufluss besteht, während in der Mehrheit der Stadtteile per Saldo ein deutlicher Kaufkraftabfluss zu verzeichnen ist⁵⁰. Durchweg geringe Bindungsquoten weisen die Stadtteile des Sozialraumes I Nördli-

⁵⁰ Bei den auf Stadtteilebene dargestellten Bindungsquoten können auf Grund geringer Einwohnerzahlen hohe Bindungsquoten erzielt werden, so etwa im Stadtteil Wildpark, in dem letztlich nur eine Tankstelle mit entsprechendem Angebot angesiedelt ist.

che Ortsteile, Sacrow auf. Hierbei sind jedoch die Siedlungsstrukturen und die dadurch bedingten geringen Einwohnerzahlen zu berücksichtigen: Ein Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche an der Schwelle zur Großflächigkeit, d.h. mit rd. 800 qm Verkaufsfläche⁵¹, versorgt rein rechnerisch ca. 2.500 Einwohner. Für einen derartigen Betrieb fehlt somit in den meisten Siedlungsbereichen dieses Teilraumes von Potsdam die erforderliche Mantelbevölkerung.

Karte 5: Bindungsquoten Nahrungs-/ Genussmittel nach Stadtteilen



Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; www.handelsdaten.de; IfH, Köln; EHI; Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Potsdam; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

⁵¹ 800 qm Verkaufsfläche stellen die seitens der Betreiber von Lebensmitteldiscountern bei Neuansiedlungen geforderte Mindestverkaufsfläche dar. Bei den Betreibern von Supermärkten/ Vollsortimentern liegt diese i.d.R. bei 1.600 qm und mehr (vgl. auch Kap. 6.3.4).

Von besonderer Bedeutung für die Beurteilung der Nahversorgungssituation ist der Bestand und die räumliche Verteilung der Lebensmittelbetriebe mit einem umfassenden Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel⁵².

In Potsdam sind insgesamt 64 Lebensmittelbetriebe zu verzeichnen. Bezogen auf die Betriebszahl weisen Discounter und Supermärkte die höchsten Werte auf, verkaufsflächen- und umsatzbezogen sind zudem die großen Supermärkte und SB-Warenhäuser insgesamt von Bedeutung. Im Vergleich zu den bundesweiten Umsatzanteilen ist der Anteil der Discounter in Potsdam deutlich unterdurchschnittlich, während Betriebstypen mit einem breiteren und tieferen Angebot - Supermärkte, große Supermärkte und SB-Warenhäuser - leicht überdurchschnittliche Werte aufweisen.

Tab. 6: Anzahl und Verkaufsflächen der Lebensmittelbetriebe in Potsdam nach Betriebstypen

Betriebstyp	Anzahl	Anteil	VKF in qm	Anteil	VKF NuG in qm	Anteil	Umsatz NuG in Mio. €	Anteil in %	bundesweite Umsatzanteile lt. EHI 2012
Lebensmittel-SB-Geschäft, -markt	5	8%	725	1%	700	1%	3,2	1%	4%
Reformhaus, Biomarkt	10	16%	2.250	4%	2.150	4%	11,8	5%	
Discounter	28	44%	20.425	34%	16.075	33%	86,2	37%	45%
Supermarkt	17	27%	16.625	28%	15.050	31%	68,6	29%	28%
großer Supermarkt, SB-Warenhaus	4	6%	20.325	34%	14.025	29%	65,0	28%	24%
Gesamt	64	100%	60.350	100%	48.000	100%	234,8	100%	100%

VKF = Verkaufsfläche; NuG = Nahrungs-/ Genussmittel

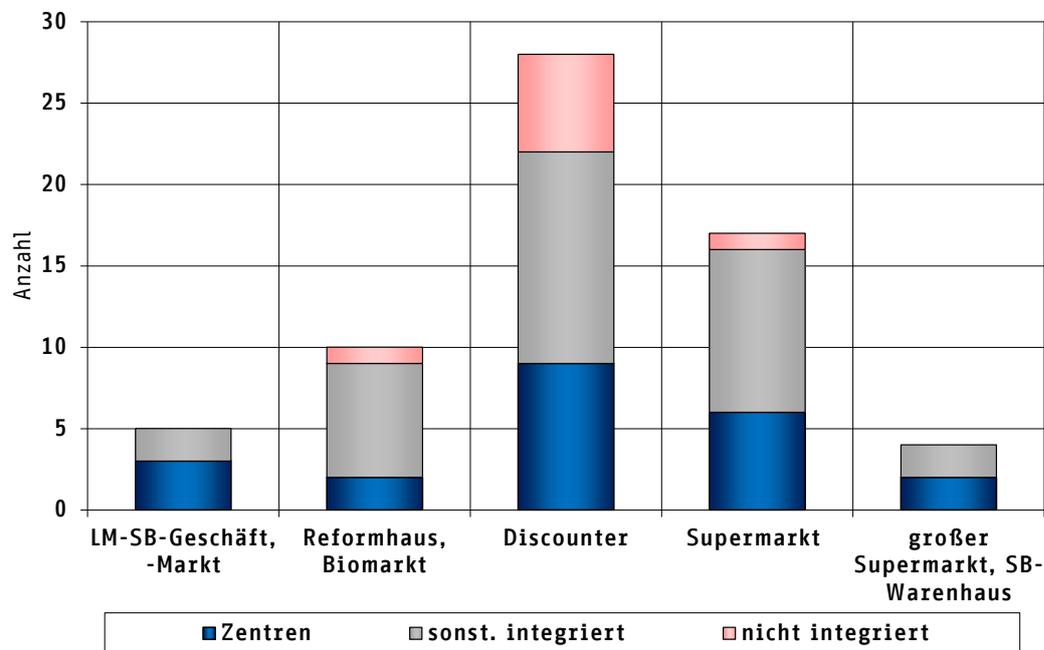
Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; www.handelsdaten.de; IfH, Köln; EHI; IFH (2013); Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Potsdam; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Differenziert nach Standort(typen) ist nur eine geringe Zahl von Lebensmittelbetrieben an nicht-integrierten Standorten, d.h. ohne (direkten) Bezug zur Wohnbebauung und damit auch mit allenfalls geringer fußläufiger Nahversorgungsfunktion

⁵² Im Allgemeinen wird Lebensmittelbetrieben mit einer Verkaufsfläche von 200 qm und mehr ein reichendes Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel sowie auch in weiteren Rand- und Ergänzungssortimenten des kurzfristigen Bedarfsbereiches, v.a. im Sortiment Drogerie/ Parfümerie, zugeschrieben. Lebensmittelbetriebe in diesem Sinne sind Lebensmittel-SB-Märkte, Reform-/ Biomärkte entsprechender Größe, Supermärkte, große Supermärkte, SB-Warenhäuser und Discounter. Daneben können aber auch kleinere Lebensmittelbetriebe (Lebensmittel-SB-Geschäfte, Reformhäuser, Bioläden) eine wichtige Nahversorgungsfunktion insbesondere für eingeschränkt mobile Bevölkerungsgruppen wahrnehmen; daher wurden diese - außer bei den Berechnungen zum Nahversorgungsanteil (s.u.) - mit berücksichtigt.

zu verzeichnen. Lediglich bei den Discountern ist diesbezüglich ein größerer Anteil festzustellen.

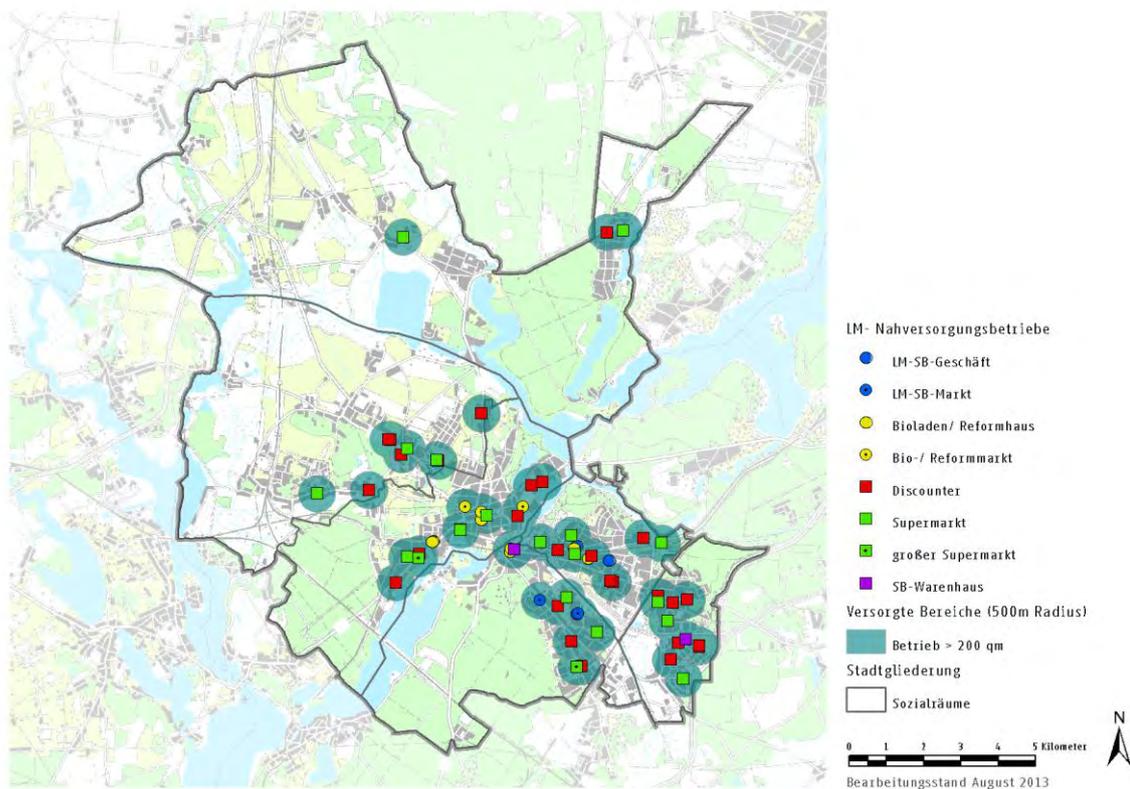
Abb. 10: Lebensmittelbetriebe nach Betriebstypen und Standort(typen)



Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Berechnungen

Nach allgemeiner Definition gelten diejenigen Einwohner, die in einer Entfernung von bis zu 500 Metern Luftlinie zu mindestens einem Lebensmittelbetrieb mit umfassendem Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel wohnen, als nahversorgt (wobei evtl. Barrieren wie mehrspurige Straßen oder Bahngleise ohne Querungsmöglichkeit für Fußgänger und Radfahrer zu berücksichtigen sind). Zur Bestimmung des **Nahversorgungsanteiles** in Potsdam wurde daher um jeden Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche von 200 qm oder mehr ein 500-Meter-Radius gezogen.

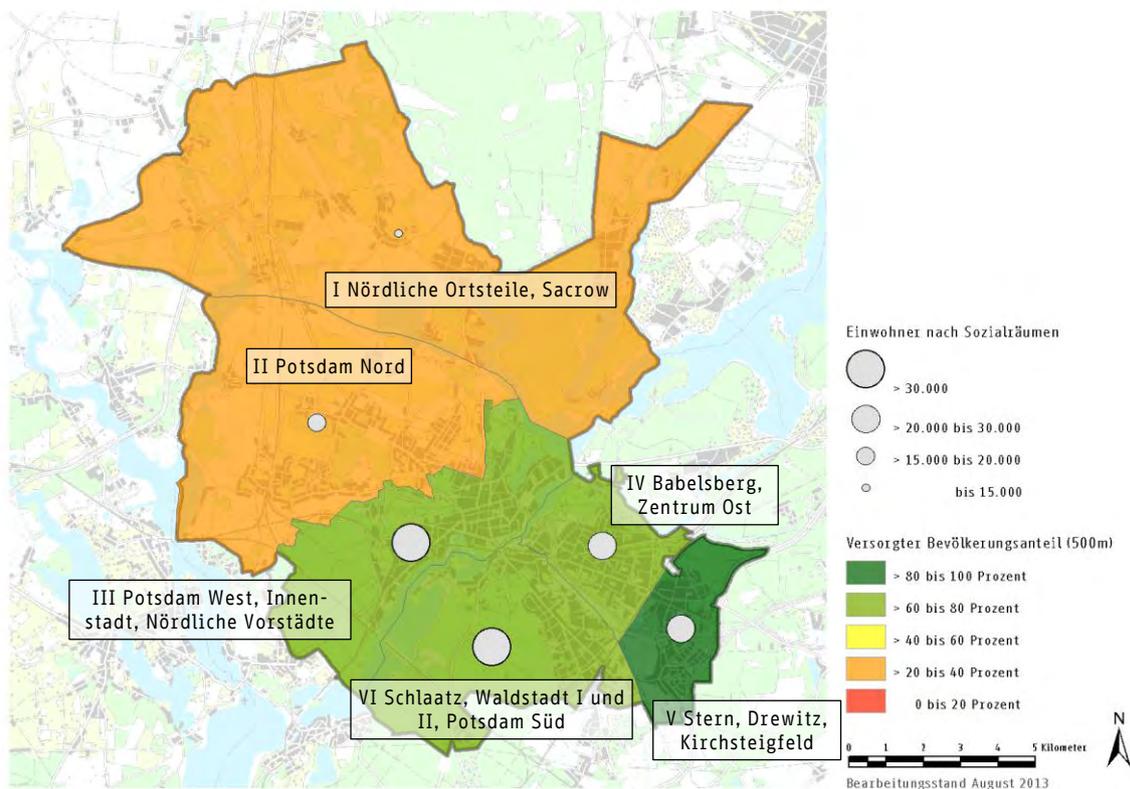
Karte 6: Lebensmittelbetriebe in Potsdam mit Nahversorgungsradien (500-Meter-Radien)



Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Darstellung

Der Nahversorgungsanteil in Potsdam insgesamt beträgt rd. 67%. Dies bedeutet, dass rd. ein Drittel aller Einwohner nicht fußläufig nahversorgt sind. Dieser vergleichsweise niedrige Wert - bei vergleichbaren Untersuchungen in anderen Städten lag der Nahversorgungsanteil i.d.R. bei etwa 80% - ist zumindest teilweise auf die kleinteiligen Siedlungsstrukturen insbesondere im Norden von Potsdam zurückzuführen. Demzufolge beträgt der Nahversorgungsanteil in den Sozialräumen I Nördliche Ortsteile, Sacrow und II Potsdam Nord nur rd. 26% bzw. rd. 35%, während im Sozialraum V Stern, Drewitz, Kirchsteigfeld nahezu 90% der Einwohner nahversorgt sind.

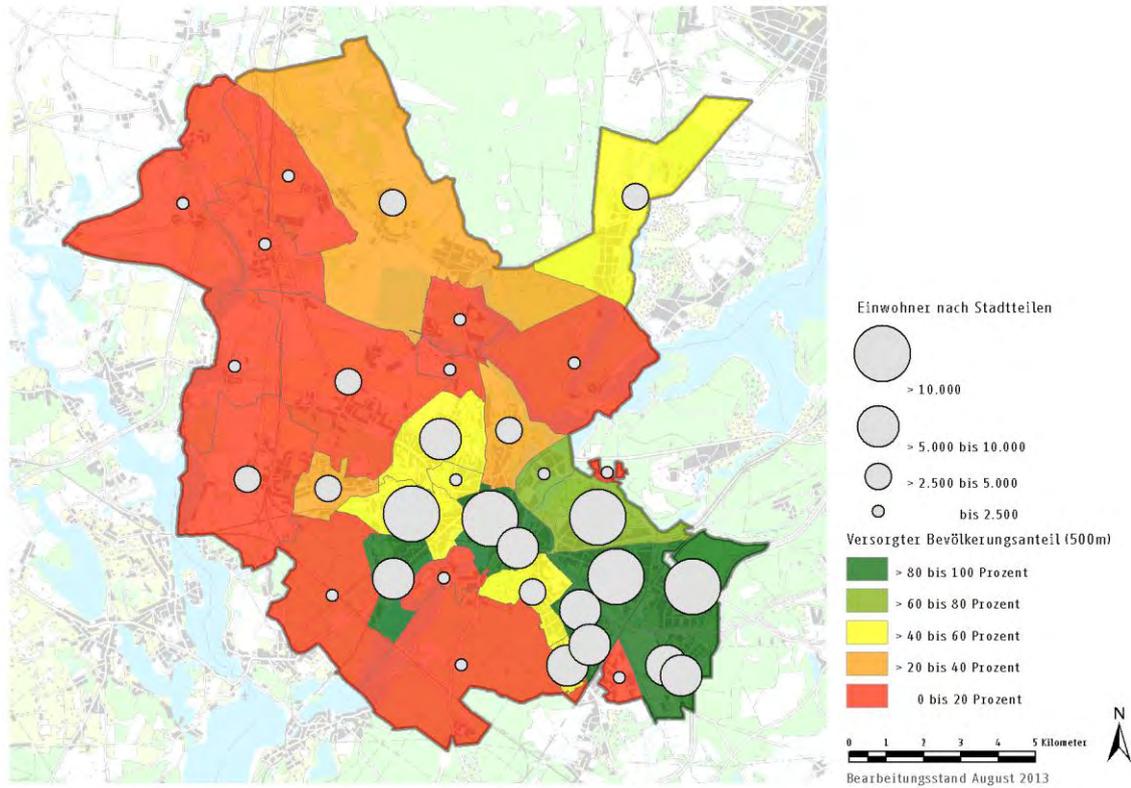
Karte 7: Nahversorgungsanteile in Potsdam auf Ebene der Sozialräume



Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Potsdam; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Die Darstellung der Nahversorgungsanteile auf Stadtteilebene zeigt, dass insbesondere Stadtteile mit geringer Einwohnerzahl - weniger als 2.500 Einwohner - außerhalb des Kernsiedlungsbereiches sehr geringe Nahversorgungsanteile von 0% bis 20% aufweisen: Für einen Supermarkt, Discounter o.ä. ist das seitens der Betreiber im engeren Umfeld geforderte Kaufkraftpotenzial zu gering.

Karte 8: Nahversorgungsanteile in Potsdam auf Ebene der Stadtteile



Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Potsdam; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

4. ZIELKATALOG DES EINZELHANDELSKONZEPTES DER LANDESHAUPTSTADT POTSDAM

Voraussetzung für das Konzept zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels bildet ein Zielsystem für die funktionale Entwicklung der Landeshauptstadt insgesamt und der Zentren von Potsdam. Dabei hat die Erfahrung mit der Erarbeitung zahlreicher Gutachten als Grundlage für Einzelhandelskonzepte für verschiedene Städte und Gemeinden gezeigt, dass die Oberziele für die verschiedenen Kommunen weitgehend identisch sind, wobei sich bei einer Stadt in der Größe der Landeshauptstadt Potsdam die unterschiedlichen Versorgungsfunktionen der Zentren auch im Zielsystem widerspiegeln müssen.

Dementsprechend wird im Folgenden ein Zielkatalog vorgestellt, welcher der künftigen Einzelhandelsentwicklung in Potsdam zugrunde liegen soll. Gleichzeitig dienen die darin enthaltenen Ziele als Grundlage für das planungsrechtliche Konzept.

Erhalt/ Stärkung der oberzentralen Versorgungsfunktion

Die bestehende oberzentrale Versorgungsfunktion, die in besonderem Maße der Potsdamer Innenstadt zukommt und - gemeinsam mit dem Stern-Center - durch diese wahrgenommen wird, gilt es zu erhalten und in Teilbereichen zu stärken.

Quantitativ wird die oberzentrale Versorgungsfunktion der Landeshauptstadt Potsdam in den zahlreichen Sortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs, die Bindungsquoten von mehr als 100% aufweisen, bereits wahrgenommen. Hier sollte ein besonderes Augenmerk auf die Erhaltung der oberzentralen Versorgungsfunktion im Einzelhandel gelegt werden. Andernfalls können Neuansiedlungen oder Erweiterungen entsprechender Größe ungewollte Änderungen der Einzelhandelsstruktur, d.h. nicht beabsichtigten Auswirkungen gegen den Bestand, in Potsdam herbeiführen. Eine Stärkung der oberzentralen Versorgungsfunktion erscheint - bedingt auch durch die Nachbarschaft der Bundeshauptstadt Berlin - hingegen nur in Sortimenten sinnvoll, in denen per Saldo Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen sind.

Erhalt/ Stärkung der polyzentralen Versorgungsstrukturen unter Berücksichtigung der jeweiligen Versorgungsfunktion

Vor dem Hintergrund einer möglichst flächendeckenden Versorgung der Bevölkerung stellt die Erhaltung der polyzentralen Versorgungsstrukturen in Potsdam ein wesentliches Ziel dar: Durch den demographischen Wandel sowie Kosten- und Einkommensentwicklungen wird die Zahl eingeschränkt mobiler Bevölkerungsteile perspektivisch zunehmen.

Den Zentren sollen dabei weiterhin unterschiedliche Versorgungsfunktionen gemäß ihrer Hierarchiestufe zukommen, die sich auch in Struktur und Vielfalt ihres Einzelhandelsangebotes ausdrücken (sollen): Während die Innenstadt eine umfassende (über-)regionale Versorgungsfunktion in allen zentrenrelevanten Sortimenten wahrnehmen soll, sollte den Stadtteilzentren eine stadtteil- bis teilstädtische Versorgungsfunktion zukommen und sollte sich die Versorgungsfunktion der Nahversorgungszentren auf die Nah-/ Grundversorgung des Wohnumfeldes erstrecken. Die bestehenden Versorgungsstrukturen sind unter Berücksichtigung der jeweiligen aktuellen bzw. perspektivischen Versorgungsaufgaben maßstabsgerecht zu gestalten und ggf. zu stärken.

Erhalt/ Stärkung der Einzelhandels- und Funktionsvielfalt in den Zentren

Neben der Zentralität - einer vorrangig quantitativen Komponente - soll auch die Vielfalt an Funktionen, d.h. die in den zentralen Versorgungsbereichen bestehende Mischung von Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie, Kultur und Wohnen erhalten und gestärkt werden. Dabei sollte der Einzelhandel von unterschiedlichen Branchen sowie von verschiedenen Betriebstypen geprägt sein, welche die eigene Identität der Zentren formen. Insbesondere in der Innenstadt sowie in den Stadtteilzentren sollte die funktionale Vielfalt im Bereich der nahversorgungs- und sonstigen zentrenrelevanten Sortimente insgesamt, die entscheidend zur Angebotsattraktivität beiträgt, erhalten und partiell gestärkt werden.

Bezüglich der Nahversorgungszentren ist neben einem auf den täglichen Bedarf ausgerichteten Einzelhandelsangebot ein breites Angebot publikumsintensiver, zentrenprägender Dienstleistungseinrichtungen zu erhalten bzw. dieses zu stärken.

Wesentlich für die Umsetzung dieses Zieles ist ein konzeptionelles und transparentes Vorgehen bei Ansiedlungsentscheidungen anstatt einzelfallbezogener Entscheidungen.

Erhalt/ Stärkung der Identität der Zentren

Die unverwechselbare Identität der Innenstadt sowie zahlreicher weiterer zentraler Versorgungsbereiche wird durch verschiedene Faktoren (Einzelhandels- und Dienstleistungsmix, historische Strukturen/ Gebäude, Architektur etc.) geprägt, die es zu erhalten und teilweise zu stärken gilt. Vor allem im Hinblick auf den zunehmenden inter- und intrakommunalen Standortwettbewerb ist die Entwicklung bzw. Stärkung eines klaren Profils von wesentlicher Bedeutung. Das äußere Erscheinungsbild - Städtebau und Architektur - gewinnt zudem angesichts der stetig zunehmenden Filialisierung im Handel und der damit verbundenen Uniformität der Waren- bzw. Geschäftspräsentation an Gewicht.

Erhalt/ Ausbau kurzer Wege bzw. Verkürzung der Wege ("Stadt der kurzen Wege")

Ein kompaktes Zentrum mit kurzen Wegen ist eine wichtige Voraussetzung für Dichte und Frequenz und damit unabdingbar für die Entwicklung und das Entstehen lebendiger, urbaner Räume.

In der Innenstadt sind die Strukturen bereits durch die hohe funktionale Dichte, den hohen Vernetzungsgrad sowie die unterschiedlichen Angebotsschwerpunkte und die Attraktivität einzelner Teilbereiche für unterschiedliche Bevölkerungs-/ Besuchergruppen als kompakt zu bezeichnen. Diese Struktur gilt es zu erhalten. Auch in den weiteren Zentren der Landeshauptstadt Potsdam sollte eine kompakte Struktur erhalten bzw. diese angestrebt werden.

Erhalt/ Stärkung einer flächendeckenden Nahversorgungsstruktur, insbesondere im Nahrungs-/ Genussmittelbereich

Weiterhin ist insbesondere für weniger mobile Bevölkerungsgruppen eine Stadt der kurzen Wege von wesentlicher Bedeutung, vor allem in Bezug auf die Nahversorgung. Zudem können somit überflüssiger Verkehr weitgehend vermieden und die dadurch entstehenden Umweltbelastungen eingedämmt werden. Bei der wenig kompakten

Siedlungsstruktur der Landeshauptstadt Potsdam ist demzufolge die Erhaltung und Stärkung der Nahversorgungszentren von besonders hoher Bedeutung.

Ziel sollte daher eine wohnungsnah Grundversorgung für möglichst große Bevölkerungsteile sein. Dabei ist im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente auf eine Kaufkraftbindung der Zentren und insbesondere von sonstigen integrierten Standorten von Lebensmittelbetrieben vorrangig aus dem jeweiligen unmittelbaren Einzugsbereich, d.h. dem direkt angrenzenden Umfeld, abzustellen.

Potsdam weist quantitativ insgesamt betrachtet eine gute Nahversorgungssituation auf. Räumlich qualitativ sind jedoch deutliche Unterschiede festzustellen, die u.a. auf die unterschiedlichen Siedlungsstrukturen zurückzuführen sind. Insbesondere in weiten Teilen des Sozialraumes I Nördliche Ortsteile und Sacrow sowie in Teilbereichen des Sozialraumes II Potsdam Nord ist auf Grund der vergleichsweise geringen Einwohnerzahlen zahlreicher Wohnsiedlungsbereiche auf alternative Nahversorgungsmöglichkeiten zurückzugreifen. In den Wohnsiedlungsbereichen der weiteren Sozialräume ist vor allem auf die Erhaltung der bestehenden Nah-/ Grundversorgungsstrukturen Wert zu legen. Bei zusätzlichen Angeboten ist auf eine standortgerechte Dimensionierung unter Berücksichtigung bestehender integrierter Angebote, insbesondere in den Zentren, zu achten.

Erhalt/ Stärkung der Nahversorgungsstruktur in den Zentren

Die bestehenden Stadtteil- und auch Nahversorgungszentren nehmen wichtige Nahversorgungsfunktion innerhalb der Landeshauptstadt Potsdam wahr. Sie sind gerade für Menschen mit eingeschränkter Mobilität von großer Bedeutung, zumal neben Nahrungs-/ Genussmitteln auch andere Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereiches angeboten werden und sie darüber hinaus publikumsorientierte, zentrenprägende Dienstleistungseinrichtungen aufweisen.

Im Hinblick auf eine möglichst flächendeckende Nahversorgung stellt daher die Erhaltung der polyzentralen Nahversorgungsstrukturen in der Landeshauptstadt Potsdam einen besonders wichtigen Aspekt dar, wobei auch sonstige integrierte Standorte von Lebensmittelbetrieben mit zu berücksichtigen sind. In diesem Zusammenhang ist die richtige Standortwahl und Dimensionierung bei evtl. Verlagerungen

bzw. Neuansiedlungen von Lebensmittelbetrieben von besonders großer Bedeutung (s.o.).

Schaffung von Investitions-/ Entscheidungssicherheit

Jede potenzielle Investition ist in erheblichem Ausmaß von den Rahmenbedingungen abhängig. Diese Rahmenbedingungen können zumindest teilweise von der jeweiligen Stadt geschaffen werden, hinsichtlich des Einzelhandels z.B. durch die räumliche Lenkung zentrenrelevanter Sortimente an definierte Standorte - anstatt beispielsweise betreiber- oder grundstückseigentümerbezogener (Sonder-)Konzepte - sowie durch die städtebauliche Gestaltung und Aufwertung von öffentlichen Räumen in den Zentren.

Investitionen werden wahrscheinlicher, wenn Risiken "ungerechtfertigter Wettbewerbsvorteile" durch ein konzeptionelles und stringentes Handeln vermieden werden. Damit kann (und soll) jedoch keine Renditesicherheit erreicht werden: Im wettbewerblichen Wirtschaftssystem bleibt jede Investition mit unternehmerischen Risiken verbunden. Wenn also mit einem Einzelhandelskonzept für die Landeshauptstadt Potsdam ein Schutz der Zentren assoziiert wird, so nur in dem Sinne, dass diese vor "unfairem Wettbewerb" geschützt werden sollen. Ansonsten hat das Planungsrecht wettbewerbsneutral zu sein.

Eng damit verbunden ist die Entscheidungssicherheit für städtebaulich erwünschte Investitionen (z.B. Gebäudesanierung). Zur Förderung solcher Investitionen ist ebenfalls ein verlässlicher Rahmen erforderlich.

Letztlich stellt die konsequente Umsetzung eines Einzelhandelskonzeptes auch eine vertrauensbildende Maßnahme für Investitionen durch Händler, Projektentwickler, Gebäudeeigentümer etc. dar.

Sicherung von Gewerbegebieten und gewerblich geprägten Bereichen für Handwerk und produzierendes Gewerbe

Ein weiteres wichtiges Ziel ist es, die mit Hilfe des Baurechtes geschaffenen Gewerbegebiete der eigentlichen Zielgruppe, nämlich dem Handwerk und dem produzierenden Gewerbe, vorzuhalten. (Weitere) Ansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben in

bestehenden Gewerbegebieten sind auszuschließen bzw., sofern es sich um Vorhaben mit nicht-zentrenrelevantem Angebotsschwerpunkt handelt, auf wenige, bereits etablierte Standorte zu konzentrieren. Die Standortentscheidungen zur Investition in bestehende Gewerbebetriebe hängen häufig auch von den Perspektiven flächenbezogener Entwicklungsoptionen ab.

Auch für Neuansiedlungen von Gewerbebetrieben ist es wichtig, möglichst zeitnah und kostengünstig Flächen zu erhalten, die oftmals weitere räumliche Entwicklungsoptionen enthalten sollten. Insofern ist der Bodenpreis ein Faktor, der dazu führen kann, dass physisch vorhandene Flächen aus Sicht der potenziellen Nutzer faktisch nicht vorhanden sind, da sie häufig nicht mit den preislichen Angeboten des Einzelhandels für Gewerbegrundstücke bzw. für gewerbegeeignete Grundstücke mithalten können⁵³.

⁵³ Neben Einzelhandelsbetrieben können sich auch kerngebietstypische Nutzungen wie Vergnügungstätten (insbesondere Spielhallen) negativ auf das Bodenpreisgefüge in den Gewerbegebieten auswirken.

5. PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENSPIELRAUMES IN DER LANDESHAUPTSTADT POTSDAM

Das vorliegende Einzelhandelskonzept bildet die Basis für die Einzelhandelsentwicklung in der Landeshauptstadt Potsdam bis etwa zum Jahr 2020. Die zukünftige Funktionsfähigkeit der Zentren, insbesondere der Innenstadt, hängt dabei in hohem Maße davon ab, ob, wie und wo weitere Einzelhandelsflächen angesiedelt werden. Deshalb ist es notwendig, neben der Beschreibung der Ist-Situation mögliche quantitative und räumliche Entwicklungsperspektiven aufzuzeigen.

Berechnungsbasis bei der nachfolgenden nachfrageseitig basierten Verkaufsflächenprognose bis zum Jahr 2025⁵⁴ stellen die Bevölkerungs- und die Kaufkraftentwicklung dar. Zur Verdeutlichung der mit den entsprechenden Prognosen verbundenen Unsicherheiten wird eine obere und eine untere Variante berechnet. Weiterhin werden zur Darstellung der Handlungsabhängigkeit des quantitativen Potenziales unterschiedliche Prognoseszenarien berechnet. Auf Grund der verschiedenen Varianten und Szenarien wird das Prognoseergebnis als Entwicklungskorridor abgebildet. Letztlich kann durch die unterschiedlichen Varianten und Szenarien der zu erwartende Entwicklungsspielraum auch zu einem späteren Zeitpunkt - unter Berücksichtigung/ Heranziehung der zwischenzeitlichen tatsächlichen Kaufkraft- und Bevölkerungsentwicklung sowie der Angebotsentwicklung im Umfeld der Landeshauptstadt Potsdam - näherungsweise abgeleitet werden.

Da Apotheken und Lebensmittelhandwerk hinsichtlich ihrer Umsatz- und Verkaufsflächenentwicklung anderen Gesetzmäßigkeiten folgen, beschränkt sich die Prognose auf den Einzelhandel i.e.S. ohne Apotheken, d.h. ohne Lebensmittelhandwerk, Kfz, Brenn-, Kraft und Schmierstoffe sowie Apotheken.

5.1 PROGNOSE DER BEVÖLKERUNGSENTWICKLUNG

Die Einwohnerentwicklung der Landeshauptstadt Potsdam seit 1992 war in den neunziger Jahren im Wesentlichen durch einen Bevölkerungsrückgang gekennzeichnet. Seit 1999 wird die Bevölkerungsentwicklung durch einen Zuwachs charakteri-

⁵⁴ Auch wenn das Einzelhandelskonzept für die Landeshauptstadt Potsdam voraussichtlich 2020 wieder fortgeschrieben werden soll erscheint eine bis zum Jahr 2025 reichende Prognose sinnvoll: Damit können auch Einzelhandelsvorhaben kurz vor bzw. während der Fortschreibung 2020 hinsichtlich ihrer grundsätzlichen perspektivischen Maßstäblichkeit bewertet werden.

siert, wobei der sprunghafte Anstieg im Zeitraum 2002/ 2003 auf Eingemeindungen zurückzuführen ist.

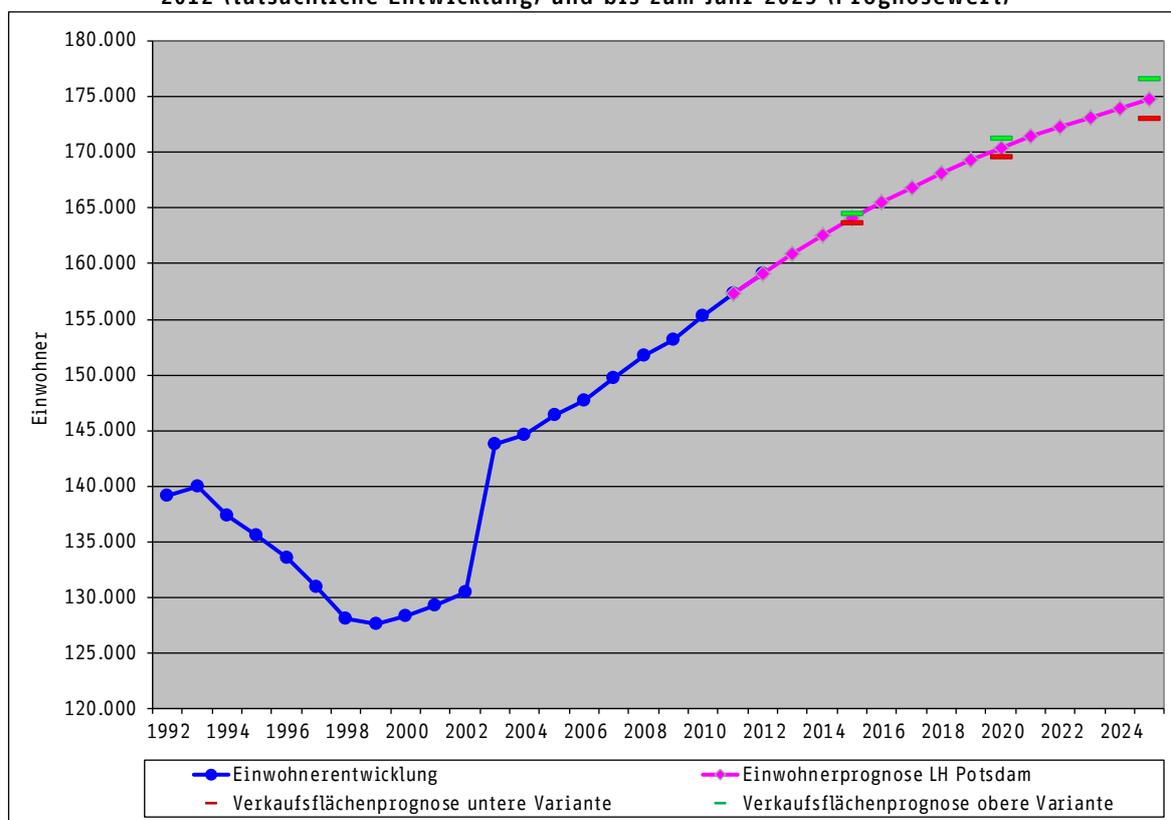
Die Prognose der Bevölkerungsentwicklung der Landeshauptstadt Potsdam zeigt, dass bis zum Jahr 2025 gegenüber dem Ausgangswert von 2011 ein deutlicher Anstieg der Bevölkerung um rd. 11% (rd. 17.440 Einwohner) auf eine Gesamtzahl von 174.803 Einwohnern angenommen wird. Dabei nimmt der jährliche Bevölkerungszuwachs innerhalb des Prognosezeitraumes mit fortschreitender Zeitdauer ab.

Im Hinblick auf die Bildung einer unteren und einer oberen Variante (s.o.) wurden gegenüber dem prognostizierten Einwohnerwert

- für das Jahr 2015 eine Schwankungsbreite von +/- 0,25%,
- für das Jahr 2020 von +/- 0,5% und
- für das Jahr 2025 von +/- 1,0%

gegenüber dem prognostizierten Wert veranschlagt. Weiterhin wurden die ermittelten Werte auf 25 Einwohner gerundet.

Abb. 11: Einwohnerentwicklung in der Landeshauptstadt Potsdam im Zeitraum von 1992 bis 2012 (tatsächliche Entwicklung) und bis zum Jahr 2025 (Prognosewert)



Quelle: Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Potsdam; eigene Berechnungen

5.2 PERSPEKTIVEN FÜR DEN EINZELHANDEL

Auch im Hinblick auf die Finanz- und Wirtschaftskrise und deren potenzielle Auswirkungen ist es derzeit äußerst schwierig, verlässliche Prognosen über die künftige Einzelhandelsentwicklung abzugeben. Gleichzeitig sollte jedoch berücksichtigt werden, dass auch in den vergangenen Jahren der Einzelhandel vom damaligen Aufschwung nur teilweise profitieren konnte. Daher ist davon auszugehen, dass selbst bei fortwährendem gesamtwirtschaftlichen Wachstum und einer Steigerung der Konsumausgaben insgesamt dem Einzelhandel nur unterdurchschnittliche Umsatzsteigerungen bevorstehen: Auch bei Zunahme des privaten Verbrauches kann der Anteil einzelhandelsrelevanter Ausgaben auf Grund steigender Ausgaben in anderen Bereichen - z.B. Wohn-, Energie- und Mobilitätskosten - weiter zurückgehen.

Trotz dieser insgesamt wenig positiven Vorzeichen muss berücksichtigt werden, dass die einzelnen Branchen von der Entwicklung sehr unterschiedlich betroffen sind: So waren in der Vergangenheit zum Teil auch in den "mageren Jahren" reale Umsatzzuwächse zu verzeichnen; Beispiele hierfür sind die Bereiche Unterhaltungselektronik/ Telekommunikation und Apotheke. Für die Ableitung des Kaufkraftpotenziales nach Sortimenten wurden daher vorhersehbare Verschiebungen in der Nachfragestruktur berücksichtigt.

5.3 NACHFRAGE: ANNAHMEN ZUR ENTWICKLUNG UND KAUFKRAFTPOTENZIAL

Für die Kaufkraftentwicklung wird bis 2015 eine Stagnation (untere Variante) bzw. ein jährlicher Zuwachs der einzelhandelsrelevanten Ausgaben je Einwohner um 0,5% (obere Variante) und für den übrigen Zeitraum bis zum Jahr 2025 ein Zuwachs um 0,5% bzw. 1,0% (untere bzw. obere Variante) angesetzt. In Anbetracht der weitgehenden Stagnation im deutschen Einzelhandel seit 1993 ist insbesondere die obere Variante als Hoffnung dafür anzusehen, dass dem Einzelhandel der "Ausbruch" aus der o.g. Entwicklung gelingen kann.

Die Annahmen zur Entwicklung der Nachfrageseite und das sich daraus ergebende einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial in der Landeshauptstadt Potsdam sind in Tab. 7 als Übersicht dargestellt. Der Prognoserahmen wurde mit der projektbegleitenden Arbeitsgruppe diskutiert und abgestimmt.

Tab. 7: Annahmen zu Nachfrageentwicklung und Kaufkraftpotenzial im Überblick (ohne Lebensmittelhandwerk und Apotheken)

Kaufkraftentwicklung	untere Variante	obere Variante
Einwohner 2012	159.067	
Einwohner 2015	163.625	164.450
Einwohner 2020	169.575	171.275
Einwohner 2025	173.050	176.550
Kaufkraftzuwachs 2013 - 2015 (p.a.)	0,0%	0,5%
Kaufkraftzuwachs 2015 - 2025 (p.a.)	0,5%	1,0%
Kaufkraftzuwachs 2013 - 2025 insgesamt	5,1%	11,6 %
Kaufkraft/ Einw. (Potsdam) 2013 (ohne LM-HW, Apotheken)	4.996 €	
Kaufkraft/ Einw. (Potsdam) 2015	4.996 €	5.046 €
Kaufkraft/ Einw. (Potsdam) 2020	5.122 €	5.304 €
Kaufkraft/ Einw. (Potsdam) 2025	5.252 €	5.574 €
Kaufkraftpotenzial Potsdam 2013 in Mio. €	793,9	
Kaufkraftpotenzial Potsdam 2015 in Mio. €	817,5	829,9
Änderung gegenüber 2013	3,0%	4,5%
Kaufkraftpotenzial Potsdam 2020 in Mio. €	868,6	908,4
Änderung gegenüber 2013	9,4%	14,4%
Kaufkraftpotenzial Potsdam 2025 in Mio. €	909	984
Änderung gegenüber 2013	14%	24%

Quelle: Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Potsdam; IFH (2012); eigene Berechnungen

Im Ergebnis liegt das Kaufkraftpotenzial in Potsdam im Jahr 2020 ohne Lebensmittelhandwerk und Apotheken bei rd. 868,8 Mio. € bis rd. 908,4 Mio. € und damit rd. 9,4% bis 14,4% über dem Wert von 2013. Für das Jahr 2025 wird das Kaufkraftpotenzial - wiederum ohne Lebensmittelhandwerk und Apotheken - mit rd. 909 Mio. € bis 984 Mio. € und damit rd. 14% bis 24% über dem Wert von 2013 veranschlagt.

5.4 ANNAHMEN ZUR ENTWICKLUNG DER ANGEBOTSSSEITE

Für die Ermittlung des Verkaufsflächenspielraumes wurden zwei Prognosevarianten angestellt, die auch die Abhängigkeit der quantitativen Entwicklung vom Handeln in der Landeshauptstadt Potsdam und in deren Umfeld aufzeigen sollen (Entwicklungs- bzw. Wettbewerbsprognose).

Entwicklungsprognose

Bei der Entwicklungsprognose wird - vor dem Hintergrund der demographischen und wirtschaftlichen Annahmen - eine Steigerung der Bindungsquote in den Sortimenten

veranschlagt, wo sie derzeit unter einem bestimmten "Orientierungs-Zielwert" liegt.

- Der Orientierungs-Zielwert wird in den Sortimenten des *mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches*, in denen Potsdam eine oberzentrale Versorgungsfunktion zukommt, auf Grund der Angebotsstruktur im Umfeld der Landeshauptstadt Potsdam - insbesondere wegen der unmittelbaren Nachbarschaft der Bundeshauptstadt Berlin - bei 165% in der oberen und bei 150% in der unteren Variante angesetzt⁵⁵. Für die Sortimente, in denen der entsprechende Orientierungswert aktuell überschritten wird, wird die Bindungsquote fortgeschrieben.

In den weiteren Sortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches werden - wiederum vor dem Hintergrund der zentralörtlichen Versorgungsfunktion der Landeshauptstadt Potsdam, ihrer regionalen Wettbewerbssituation sowie der aktuellen Angebotssituation - differenzierte "Zielbindungsquoten" unter Berücksichtigung der aktuellen Bestands-Bindungsquoten angesetzt:

- In den Sortimenten Bekleidung und Zubehör sowie Uhren/ Schmuck, die aktuell bei Bindungsquoten von rd. 160% bzw. 138% per Saldo deutliche Kaufkraftzuflüsse aufweisen, werden Zielbindungsquoten von 150% in der unteren und 165% in der oberen Variante angenommen.
 - Für die Sortimente Glas, Porzellan, Keramik/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke, Haus- und Heimtextilien sowie Foto/ Optik, die derzeit bei Bindungsquoten von rd. 120% bis 125% per Saldo relativ hohe Kaufkraftzuflüsse verzeichnen, werden Zielbindungsquoten von 125% in der unteren und 135% in der oberen Variante veranschlagt.
 - In denjenigen Sortimenten, in denen derzeit per Saldo Kaufkraft abfließt, werden die Zielbindungsquoten in der unteren Variante mit 90% und in der oberen Variante mit 100% angesetzt.
- In den Sortimenten des *kurzfristigen Bedarfsbereiches* sollte jede Stadt/ Gemeinde in der Lage sein, den Bedarf der eigenen Einwohner rechnerisch selbst zu

⁵⁵ Hintergrund des Orientierungswertes von 165% ist die Einwohnerzahl des seitens der GMA festgestellten Kerneinzugsgebietes des Stern-Centers, wobei die Einwohner des Kerneinzugsgebietes außerhalb von Potsdam auf Grund der Polyorientierung mit nur 50% angesetzt werden: Die hieraus hervorgehende Einwohnerzahl liegt mit gut 260.000 Einwohnern - rd. 160.000 Einwohner aus Potsdam und rd. 100.000 Einwohner aus dem Umland - um rd. 65% über derjenigen der Landeshauptstadt Potsdam. Da jedoch das Stern-Center im Vergleich zu den weiteren Einzelhandelsstandorten in Potsdam auf Grund seiner Angebots- und Betriebsgrößenstruktur eine besondere Ausstrahlung aufweist, wird in der unteren Variante ein geringerer Orientierungswert von 150% angesetzt.

decken, was einer sortimentsweisen Bindungsquote von rd. 100% entspricht. Daher wird in den Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel und Papier-, Bürobedarf, Schreibwaren/ Zeitungen, Zeitschriften eine Steigerung der Bindungsquoten auf 100% bis zum Jahr 2025 angenommen. In den Sortimenten Drogerie/ Parfümerie und Blumen/ Zoo, die derzeit eine Bindungsquote von 100% oder knapp darüber verzeichnen, wird diese bis zum Jahr 2025 fortgeschrieben.

Wettbewerbsprognose

In der **Wettbewerbsprognose** werden zusätzlich ungünstige, aber nicht vorhersehbare Entwicklungen der externen Rahmenbedingungen (politische/ wirtschaftliche Ereignisse, Änderungen in Nachbarstädten, steigender Anteil des Internethandels o.ä.) angenommen. Dabei wird gegenüber der Entwicklungsprognose eine um 10% geringere Kaufkraftbindung angesetzt.

Im Hinblick auf die getroffenen Annahmen kann es nicht ausschließliches Ziel sein, quantitativ Selbstversorgung bzw. bestimmte Bindungsquoten zu erreichen. Vielmehr wird die Leitfrage nach Ermittlung des Flächenspielraumes lauten, wo - vor dem Hintergrund der Erhaltung bzw. der langfristigen Steigerung der Attraktivität der Zentren sowie der Sicherung und Entwicklung der Nahversorgung im gesamten Stadtgebiet - insbesondere nahversorgungs- und sonstiger zentrenrelevanter Einzelhandel in Zukunft sinnvoll angesiedelt werden soll.

An dieser Stelle sei angemerkt, dass die derzeitigen Bindungsquoten nur gehalten bzw. gesteigert werden können, wenn

- die hohe Identifikation der Bevölkerung von Potsdam wie auch ihres Umlandes mit der Gesamt- bzw. der Innenstadt und den sonstigen wesentlichen Einzelhandelsstandorten (Stern-Center, Bahnhofspassagen, Stadtteil- und Nahversorgungszentren) und
- ein attraktives Angebot des Einzelhandels sowie ein insgesamt guter Funktionsmix (auch hinsichtlich Dienstleistungen und Gastronomie)

gehalten bzw. ausgebaut werden (können). Diese Aspekte verdeutlichen die Abhängigkeit der Verkaufsflächenentwicklung vom Handeln in Potsdam.

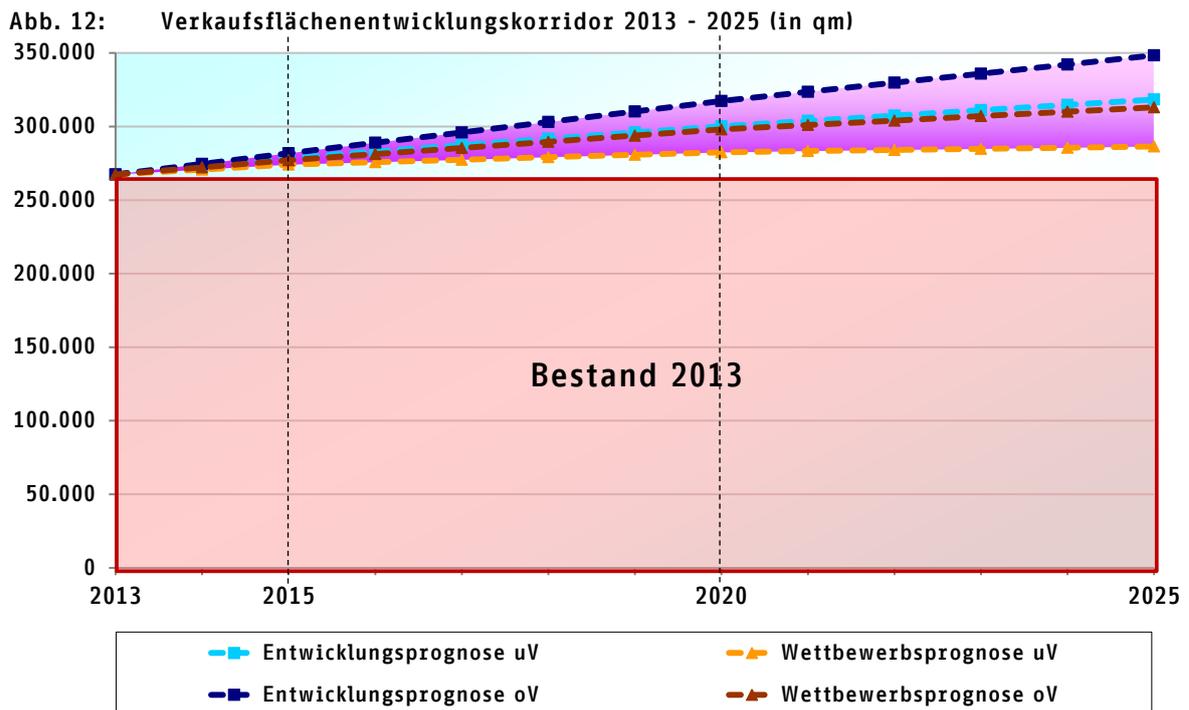
5.5 PROGNOSE: ZUSÄTZLICHES VERKAUFSFLÄCHENPOTENZIAL IN POTSDAM

Der nachfolgend dargestellte Entwicklungsspielraum ist insofern wettbewerbsneutral, als davon ausgegangen werden kann, dass der bestehende Einzelhandel bei einer über den Prognosezeitraum verteilten Realisierung zusätzlicher Verkaufsflächen keine Einbußen erfahren muss: Der Spielraum ist auf **nachfrageseitige** Änderungen - Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung - zurückzuführen.

Hinsichtlich der Berechnungen zum Verkaufsflächenspielraum ist festzustellen, dass infolge des angenommenen Rückganges der Bindungsquoten in einigen Sortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfes (s.o.) sich rein rechnerisch negative Werte ergeben. Hier wurde unterstellt, dass diese nicht zu tatsächlichen Flächenabgängen, sondern zu einer geringeren Steigerung bzw. einem Rückgang der Flächenleistung führen werden.

Unter den dargestellten Rahmenbedingungen ergibt sich bis zum Jahr 2025 ein Verkaufsflächenspielraum von insgesamt rd. 19.000 qm (untere Variante der Wettbewerbsprognose) bis zu rd. 81.000 qm (obere Variante der Entwicklungsprognose). Bis zum Jahr 2020 beträgt der Spielraum rd. 15.100 qm (untere Variante der Wettbewerbsprognose) bis zu rd. 50.000 qm (obere Variante der Entwicklungsprognose). Im Vergleich zur derzeitigen Verkaufsfläche von etwa 267.400 qm (ohne Lebensmittelhandwerk und Apotheken) entspräche dies einer Steigerung um rd. 7% bis 30% bis zum Jahr 2025 bzw. rd. 6% bis 19% bis zum Jahr 2020.

Kurzfristig, d.h. bis zum Jahr 2015, ist ein Entwicklungsspielraum von rd. 6.700 qm (untere Variante der Wettbewerbsprognose) bis zu rd. 14.400 qm (obere Variante der Entwicklungsprognose) zu konstatieren. Gegenüber der derzeitigen Verkaufsfläche (wiederum ohne Lebensmittelhandwerk und Apotheken) würde dies ein Potenzial von rd. 3% bis rd. 5% bedeuten.



Die erhebliche Spannweite der Ergebnisse zum jeweiligen Prognosezeitpunkt zeigt, welche Bedeutung die weitgehend außerhalb des Einflussbereiches der Landeshauptstadt Potsdam liegenden Entwicklungen haben: Bei verstärktem Wettbewerb mit dem Umfeld und/ oder dem Interneteinzelhandel reduziert sich der Entwicklungsspielraum bis zum Jahr 2025 auf rd. 56% (obere Variante Entwicklungs- und Wettbewerbsprognose) bzw. 37% (untere Variante Entwicklungs- und Wettbewerbsprognose).

Das Ergebnis der Prognose ist lediglich als **Orientierungswert** zu verstehen: Die ermittelten Werte stellen weder Ziele noch einen "Deckel" für die künftige Entwicklung des Einzelhandels dar. Außerdem erfordert die unterstellte Erhöhung der Bindungsquoten bei der Entwicklungsprognose eine Änderung von Kaufkraftströmen und erfolgt in einem längerfristigen Prozess. Dies bedeutet, dass eine kurzfristige Realisierung des gesamten Entwicklungsspielraumes bis zum Jahr 2025 zu einer Verdrängung bestehenden Einzelhandels führen würde.

Eine gegenüber dem Prognoseergebnis größere Ausweitung der Flächen ist nur dann ohne Verdrängung bestehenden Einzelhandels möglich, wenn diese die Attraktivität

der Landeshauptstadt Potsdam derart erhöhen würde, dass über die hier angenommene künftige Bindungsquote hinaus weitere Kaufkraft in Potsdam gebunden werden kann. So bedeutet die Realisierung eines konkreten Projektes ab einer bestimmten Größe auch eine **angebotsseitige** Änderung: Durch die zunehmende Attraktivität des Einzelhandels kann davon ausgegangen werden, dass auch die Kaufkraftzuflüsse nach Potsdam steigen. Die durch ein Planvorhaben zusätzliche geschaffene Verkaufsfläche kann daher nicht in jedem Fall in vollem Umfang vom ermittelten Entwicklungsspielraum subtrahiert werden. Allerdings sind mit jedem Projekt immer auch Veränderungen der Kaufkraftflüsse innerhalb von Potsdam verbunden, die sich gegen den in Potsdam ansässigen Bestand auswirken. Auswirkungen (nahezu) allein gegen den Bestand innerhalb der Landeshauptstadt Potsdam sind insbesondere für

- Planvorhaben mit kurzfristigem Angebotsschwerpunkt (sofern nicht in unmittelbarer Nähe zu Wohnbereichen benachbarter Kommunen gelegen) sowie
- für Planvorhaben mit mittel- oder langfristigem Angebotsschwerpunkt und fehlender Ausstrahlung über die Landeshauptstadt Potsdam hinaus auf Grund vergleichsweise geringer Verkaufsfläche

anzusetzen.

O.g. Aspekte ist auch bei den nachfolgend dargestellten Planvorhaben mit zu berücksichtigen, die seit der Erhebung im Mai und Juni 2013 umgesetzt wurden (z.B. Erweiterung der Bahnhofspassagen oder Eröffnung des Lebensmittelbetriebs im Zentrum Golm/ Eiche) bzw. sich derzeit in der Umsetzungsphase (z.B. Lebensmittelbetrieb am Standort Waldstadt/ Zum Teufelssee) befinden bzw. einen hohen Konkretisierungsgrad aufweisen (z.B. Erweiterung Stern-Center oder Erweiterung Waldstadt-Center).

Tab. 8: Nach Erhebung realisierte bzw. in der Umsetzung bzw. konkrete Planvorhaben - Verkaufsflächen wesentlicher Sortimente

Vorhaben	Nahrung/ Genuss	Drogerie/ Parfüm.	Beklei- dung	Schuhe/ Lederw.	Sport/ Freizeit	Medien	Elektro/ Leuchten
Potenzialflächenent- wicklung Innenstadt (C&A)			1.425				
Erweiterung Bahn- hofspassagen		200	2.600	600		1.250	1.250
Zentrum Golm	1.715						
Zentrum Schlaatz	1.360						
Zentrum Bornstedter Feld - Nedlitzer Str.	2.560	650	300				
Standort Waldstadt/ Zum Teufelssee	400						
Standort Hebbelstr./ Gutenbergstr.	600						
Erweiterung Stern- Center		450	3.100	750	4.000	100	50
Zentrum Fahrland	350						
Zentrum Bornstedter Feld - Pappelallee	800						
Zentrum Bornstedt - Potsdamer Str.	2.100	650					
Zentrum Groß Glieni- cke	1.600	650	800				
Erweiterung Wald- stadt-Center	600		2.100	375		40	
Gesamt	12.085	3.200	10.325	1.725	4.000	1.390	1.300

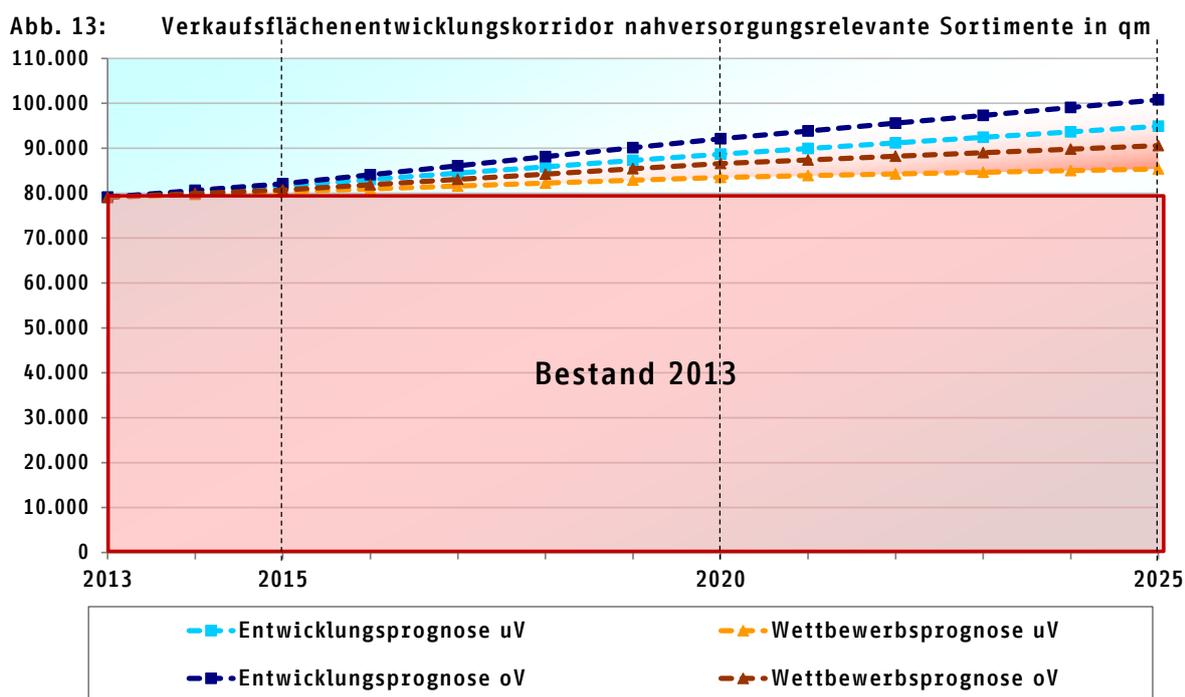
Quelle: Landeshauptstadt Potsdam

5.6 DIFFERENZIERUNG DES VERKAUFSFLÄCHENPOTENZIALES NACH ZENTRENRELEVANZ

Hinsichtlich der zuvor dargestellten Gesamt-Prognosewerte ist die Frage bedeut-
sam, wo die Umsetzung dieses potenziellen Flächenzuwachses im Hinblick auf die
Ziele (vgl. Kap. 4) und Grundsätze (vgl. Kap. 6.3) zur weiteren Einzelhandelsentwick-
lung in Potsdam geschehen sollte. Bei der räumlichen Verteilung des insgesamt er-
mittelten Verkaufsflächenspielraumes ist die Zielsetzung einer Funktionsstärkung
der Zentren sowie der Stärkung der Nahversorgung zu berücksichtigen (vgl. Kap. 4).
Zum Erhalt bzw. zur Stärkung bestehender bzw. planerisch gewollter Versorgungs-
strukturen ist die "richtige" Standortwahl entscheidend. Entsprechend dieser Ziel-
setzung sollte an nicht-integrierten Standorten künftig kein zusätzlicher Einzelhan-
del mit zentrenrelevantem Hauptsortiment (vgl. Kap. 6.3.1) zugelassen werden. Dem-
zufolge werden im Folgenden die Entwicklungsspielräume nach nahversorgungsrele-
vanten, sonstige zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten aufge-

zeigt. Am Ende des Kapitels sind die sortimentsweisen Entwicklungsspielräume in tabellarischer Form dargestellt.

Im Bereich der **nahversorgungsrelevanten Sortimente** (kurzfristiger Bedarfsbereich ohne Apotheken und Lebensmittelhandwerk) ergibt sich bis 2020 ein Verkaufsflächenspielraum von rd. 4.400°qm bis rd. 13.000°qm. Bis zum Jahr 2025 steigt der Spielraum auf rd. 6.300°qm bis rd. 21.700°qm an, was einen Zuwachs gegenüber dem derzeitigen Bestand von rd. 8% bis 27% bedeutet.



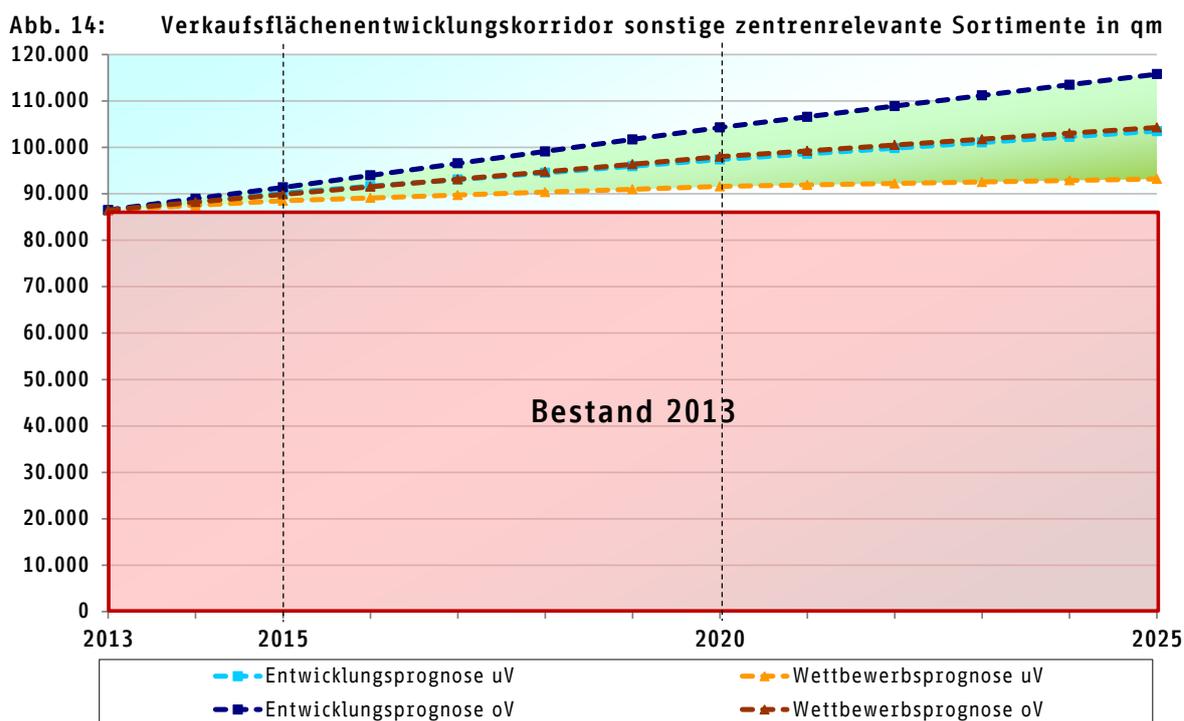
Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013, Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Potsdam; IFH (2012); eigene Berechnungen

Von dem o.g. Entwicklungsspielraum bis zum Jahr 2025 entfallen auf die für die Nah-/ Grundversorgung in besonderem Maße wesentlichen Sortimente Nahrungs-/ Genussmittel und Drogerie/ Parfümerie rd. 4.500 qm bis rd. 15.300 qm bzw. rd. 400 qm bis 2.000 qm. Zum Vergleich: Die seit der Erhebung im Mai/ Juni 2013 stattgefundenen Ansiedlungen und die derzeit in der Umsetzung befindlichen bzw. konkret geplanten Projekte in diesen beiden Sortimenten weisen Verkaufsflächen von rd. 12.375 qm im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel bzw. von rd. 3.200 qm im Sortiment Drogerie/ Parfümerie auf (vgl. Kap. 5.6, Tab. 8). Dies bedeutet, dass hierdurch

- im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel rechnerisch bereits mindestens rd. drei Viertel des bis zum Jahr 2025 zur Verfügung stehenden Potenziales (bezogen auf obere Variante der Entwicklungsprognose) aufgebraucht werden und
- im Sortiment Drogerie/ Parfümerie rd. das 1,5-fache des errechneten Verkaufsflächenpotenziales (wiederum bezogen auf obere Variante der Entwicklungsprognose) bis zum Jahr 2025 realisiert werden.

In den weiteren nahversorgungsrelevanten Sortimenten, darunter u.a. das Sortiment Bücher mit einem Entwicklungsspielraum von rd. 900 bis 2.000 qm im Jahr 2025, sind bei den o.g. Planvorhaben keine signifikanten Verkaufsflächen zu verzeichnen.

Im Bereich der **sonstigen zentrenrelevanten Sortimente**⁵⁶ ergibt sich ein Entwicklungsspielraum bis zum Jahr 2020 von rd. 5.100°qm bis rd. 17.800°qm. Bis zum Jahr 2025 steigt dieser Spielraum auf rd. 6.700°qm bis rd. 29.300°qm an, was einem Zuwachs gegenüber dem derzeitigen Bestand von rd. 8% bis 34% entspricht.



Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013, Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Potsdam; IFH (2012); eigene Berechnungen

⁵⁶ Sortimente des mittelfristigen Bedarfsbereiches sowie die Sortimente Uhren/ Schmuck, Foto/ Optik, Medien und Elektro/ Leuchten des langfristigen Bedarfsbereiches.

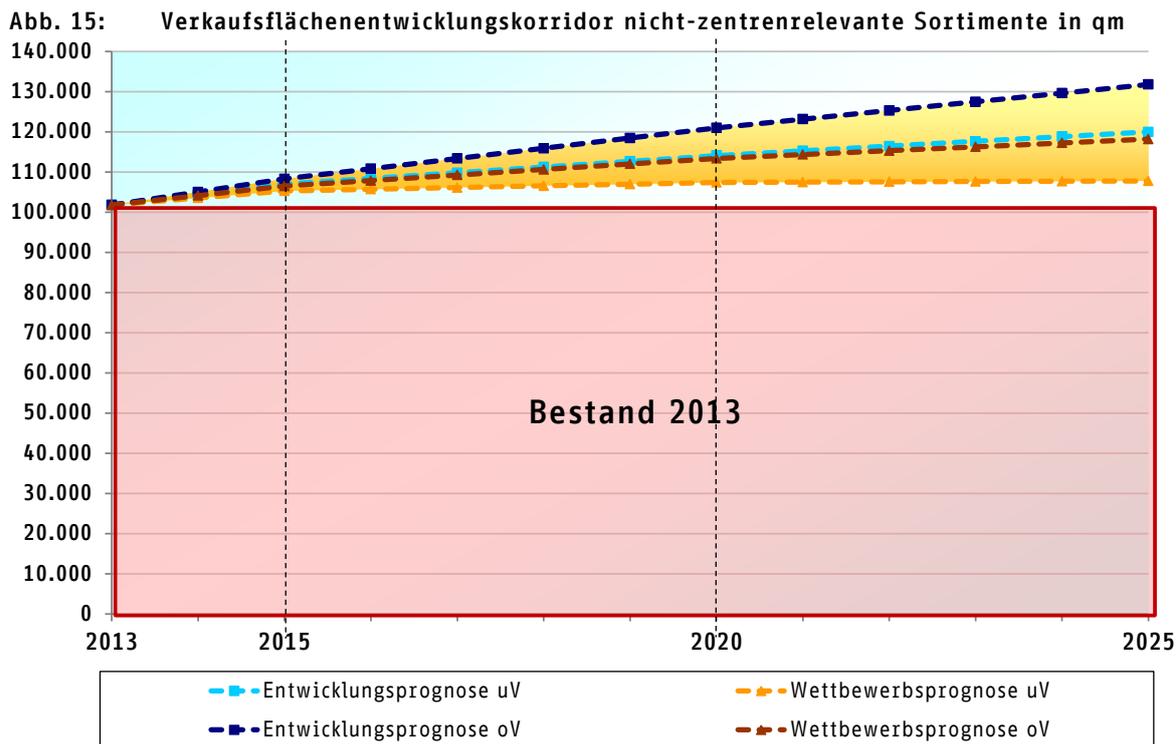
Hinsichtlich der sortimentsweisen Entwicklungsspielräume bis zum Jahr 2025 (vgl. Anhang) ist vor dem Hintergrund der seit der Erhebung im Mai/ Juni 2013 stattgefundenen Ansiedlungen und der derzeit in der Umsetzung befindlichen bzw. konkret geplanten Projekte (vgl. Kap. 5.6, Tab. 8) Folgendes festzustellen:

- Im Sortiment Schuhe/ Lederwaren beträgt die Verkaufsfläche der Neuansiedlungen bzw. konkreten Projekte rd. 75% des bis zum Jahr 2025 errechneten Entwicklungsspielraumes (bezogen auf obere Variante der Entwicklungsprognose).
- In den Sortimenten Glas, Porzellan, Keramik/ Geschenkartikel, Haushaltswaren/ Bestecke und Medien entspricht die Verkaufsfläche der Neuansiedlungen bzw. Projekte in etwa dem Entwicklungsspielraum der unteren Variante der Entwicklungsprognose für das Jahr 2025.
- Im Sortiment Bekleidung und Zubehör liegt die Verkaufsfläche der Neuansiedlungen bzw. Projekte knapp 10% über dem für 2025 errechneten Entwicklungsspielraum (bezogen auf obere Variante der Entwicklungsprognose).
- Im Sortiment Sport/ Freizeit beträgt die Verkaufsfläche des im Stern-Center geplanten Sportfachmarktes rd. das 1,5- bis zweifache des für 2025 errechneten Entwicklungsspielraumes (ebenfalls bezogen auf obere Variante der Entwicklungsprognose).

Diesbezüglich sei nochmals darauf verwiesen, dass die Realisierung eines konkreten Projektes ab einer bestimmten Größe die Attraktivität des Einzelhandelsstandortes Potsdam und damit die Kaufkraftzuflüsse nach Potsdam über die in der Prognose angesetzten Orientierungswerte hinaus gesteigert werden kann. Allerdings sind mit einem derartigen Projekt in jedem Fall auch Auswirkungen gegen den in Potsdam ansässigen Bestand verbunden.

Im Bereich der **nicht-zentrenrelevanten Sortimente**⁵⁷ beträgt der Entwicklungsspielraum bis zum Jahr 2020 rd. 5.600°qm bis rd. 19.200°qm und steigt bis zum Jahr 2025 auf rd. 6.000° qm bis 30.000°qm an. Dies entspricht einem Zuwachs gegenüber dem derzeitigen Bestand von rd. 6% bis 29%.

⁵⁷ Teppiche/ Bodenbeläge, baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente, Möbel/ Antiquitäten, Sonstiges (u.a. Kfz und -zubehör).



Der Entwicklungsspielraum in den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten entfällt zum Großteil auf die Gesamtheit der baumarkt-/ gartencenterspezifischen Sortimente (bis zu rd. 13.400 qm bis zum Jahr 2025) und auf das Sortiment Möbel/ Antiquitäten (bis zu rd. 13.500 qm bis zum Jahr 2025). Unter Berücksichtigung der derzeit üblicherweise realisierten Verkaufsflächen liegt damit ein rechnerisches Potenzial von bis zu einem zusätzlichen Bau- und Gartenmarkt vor. Der Spielraum im Sortiment Möbel/ Antiquitäten liegt deutlich unter der Verkaufsfläche derzeit realisierter Möbelshäuser; diese liegt i.d.R. bei rd. 25.000 qm bis 50.000 qm.

Nachfolgend sind die Entwicklungsspielräume der Entwicklungs- und der Wettbewerbsprognose für die Jahre 2015, 2020 und 2025 - jeweils untere und obere Variante - auf Sortimentsebene dargestellt.

Tab. 9: Verkaufsflächenprognose: Verkaufsflächenpotenzial nach Sortimenten bis 2015, 2020 bzw. 2025 in qm - Entwicklungsprognose

Sortiment	2015		2020		2025	
	untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel	1.700	2.000	6.900	9.200	11.400	15.300
Drogerie/ Parfümerie	400	400	900	1.300	1.400	2.000
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	100	100	400	500	700	900
Blumen/ Zoo	100	200	600	900	1.000	1.500
kurzfristiger Bedarf	2.300	2.700	8.800	11.900	14.500	19.700
Bekleidung und Zubehör	1.500	1.900	3.900	6.000	5.700	9.500
Schuhe/ Lederwaren	200	300	600	1.300	1.100	2.300
Sport/ Freizeit	500	500	1.100	1.500	1.600	2.300
Spielwaren	500	600	1.400	2.100	2.300	3.600
Bücher	200	300	800	1.100	1.300	2.000
GPK/ Geschenke/ Hausrat	100	300	700	1.400	1.200	2.400
Haus-/ Heimtextilien	200	300	700	1.400	1.100	2.300
mittelfristiger Bedarf	3.200	4.200	9.200	14.800	14.300	24.400
Uhren/ Schmuck	100	100	200	400	300	600
Foto/ Optik und Zubehör	100	100	300	500	400	700
Medien	200	400	900	1.500	1.500	2.600
Elektro/ Leuchten	300	400	1.100	1.700	1.800	3.000
Teppiche/ Bodenbeläge	100	100	500	800	900	1.400
bau-/ gartenmarktspez. Sort.	1.200	2.100	4.000	8.000	6.300	13.400
Möbel/ Antiquitäten	3.700	4.000	7.200	9.300	10.000	13.500
Sonstiges	200	300	600	1.100	1.000	1.700
langfristiger Bedarf	5.900	7.500	14.800	23.300	22.200	36.900
Summe	11.400	14.400	32.800	50.000	51.000	81.000

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren; GPK = Glas Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; www.handelsdaten.de; IfH, Köln; EHI; IFH (2013); Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Potsdam; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Tab. 10: Verkaufsflächenprognose: Verkaufsflächenpotenzial nach Sortimenten bis 2015, 2020 bzw. 2025 in qm - Wettbewerbsprognose

Sortiment	Jahr	2015		2020		2025	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		700	1.000	3.100	5.200	4.500	8.000
Drogerie/ Parfümerie		200	200	400	700	400	900
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften		100	100	200	300	300	500
Blumen/ Zoo		0	100	200	400	200	600
kurzfristiger Bedarf		1.000	1.400	3.900	6.600	5.400	10.000
Bekleidung und Zubehör		800	1.200	1.500	3.500	1.500	4.900
Schuhe/ Lederwaren		100	200	300	900	400	1.500
Sport/ Freizeit		300	400	400	800	400	1.000
Spielwaren		400	500	1.000	1.600	1.500	2.600
Bücher		200	200	500	900	900	1.500
GPK/ Geschenke/ Hausrat		0	100	200	900	300	1.400
Haus-/ Heimtextilien		0	200	200	800	300	1.400
mittelfristiger Bedarf		1.800	2.800	4.100	9.400	5.300	14.300
Uhren/ Schmuck		0	100	100	300	200	400
Foto/ Optik und Zubehör		100	100	100	300	100	500
Medien		100	300	600	1.100	900	1.900
Elektro/ Leuchten		200	300	700	1.300	1.100	2.200
Teppiche/ Bodenbeläge		---	---	---	0	---	---
bau-/ gartenmarktspez. Sort.		600	1.400	1.700	5.300	2.100	8.600
Möbel/ Antiquitäten		2.800	3.100	3.700	5.700	3.700	6.900
Sonstiges		100	200	200	600	200	900
langfristiger Bedarf		3.900	5.500	7.100	14.600	8.300	21.400
Summe		6.700	9.700	15.100	30.600	19.000	45.700

---: rechnerisch negatives Entwicklungspotenzial

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren; GPK = Glas Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; www.handelsdaten.de; IfH, Köln; EHI; IFH (2013); Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Potsdam; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

6. MAßNAHMENKONZEPT ZUR STÄRKUNG DES EINZELHANDELS IN DER LANDESHAUPTSTADT POTSDAM

In diesem Kapitel wird ein planerisches Konzept dargestellt, durch das eine räumliche Lenkung des Einzelhandels ermöglicht und damit ein wichtiger Teil der Zentrenentwicklung langfristig gesichert werden kann. Da nicht jeder Einzelhandel in der Innenstadt bzw. in den sonstigen Zentren angesiedelt werden muss/ soll und umgekehrt bestimmte Einzelhandelsangebote in Gewerbegebieten bzw. in überwiegend gewerblich genutzten Gebieten ausgeschlossen werden sollten, ist ein stadtentwicklungspolitischer Rahmen für eine positive Einzelhandelsentwicklung in der Innenstadt und in den sonstigen Zentren zu schaffen.

Ein wesentlicher Bestandteil dieses Konzepts ist die Überprüfung der bestehenden **Sortimentsliste** der Landeshauptstadt Potsdam, die nach der Zentrenrelevanz einzelner Sortimente unterscheidet. Die Überprüfung fand auf Grundlage der Bestandserfassung statt, zudem wurden allgemeine Kriterien zur Einstufung von Sortimenten hinzugezogen.

Die **Zentrehierarchie** wird vor dem Hintergrund

- der aktuellen Urteile zu zentralen Versorgungsbereichen, insbesondere zu deren (Mindest-)Versorgungsfunktion, sowie
- der perspektivischen Entwicklungsmöglichkeiten und -erfordernisse der Zentren, auch unter Berücksichtigung eventueller bzw. absehbarer größerer Veränderungen,

überprüft. In den Beschreibungen der Zentren werden die funktionale und städtebauliche Situation sowie wichtige räumliche Entwicklungsmöglichkeiten dargestellt.

Die **Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung** zeigen auf, an welchen Standorttypen zukünftig Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten, sonstigen zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten (Haupt-)Sortimenten angesiedelt oder erweitert werden sollen. Letztlich ergibt sich hieraus ein tabellarischer Standortkatalog, der eine rasche grundsätzliche Bewertung von Einzelhandelsvorhaben ermöglicht.

Ergänzend wird ein **Verfahren** dargelegt, welcher ein verwaltungstechnisches und politisches Umsetzen des Planungskonzepts ermöglicht. Auf Grund der Erfahrungen aus vergleichbaren Untersuchungen werden weiterhin Formulierungen für bauplanungsrechtliche Festsetzungen in B-Plänen vorgeschlagen. Überdies wird ein Handlungsleitfaden zur Bewertung von Planvorhaben entworfen.

6.1 SORTIMENTSLISTE

Das Einzelhandelskonzept für die Landeshauptstadt Potsdam aus dem Jahr 2008 enthält u.a. eine Liste zentrenrelevanter Sortimente. Diese wird im Folgenden weiter differenziert nach nahversorgungs- und sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten sowie um die Kategorie nicht zentrenrelevante Sortimente ergänzt. (Vergleichs-)Grundlage bildet die Liste der zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente des Landesentwicklungsplans Berlin-Brandenburg (LEP B-B): Die Einordnung der Sortimente nach nahversorgungsrelevant, zentrenrelevant bzw. nicht-zentrenrelevant ist in Berlin-Brandenburg - anders als in den meisten Bundesländern - durch die o.g. Liste geregelt. Verschiedene obergerichtliche Urteile sehen die übergeordneten Sortimentslisten allerdings unter dem Vorbehalt der kommunalen Abwägung.

Zur planungsrechtlichen Absicherung wird daher eine für Potsdam spezifische Sortimentsliste erstellt und diese mit derjenigen des Landesentwicklungsplans Berlin-Brandenburg abgeglichen. Bei der Erstellung der örtlichen Sortimentsliste wurde zum einen die derzeitige Verteilung des Angebotes nach Standorttypen (Zentren, sonstige integrierte Standorte, nicht-integrierte Standorte) herangezogen, zum anderen allgemeine Zuordnungskriterien zentren- bzw. nicht-zentrenrelevanter Sortimente.

6.1.1 Kriterien

Auf Grund zahlreicher Erfahrungen hat sich für die Zuordnung der Sortimente der folgende Kriterienkatalog herausgebildet, wobei nicht jedes Merkmal zentrenrelevanter bzw. nicht-zentrenrelevanter Sortimente erfüllt sein muss:

Zentrenrelevant sind Sortimente, die

- täglich oder wöchentlich nachgefragt werden und damit in besonderem Maße Grund-/ Nahversorgungsrelevanz aufweisen - kurzfristiger Bedarf;
- eine bestimmte Funktion am Standort erfüllen - z.B. als Frequenzbringer;
- vom Kunden gleich mitgenommen werden können ("Handtaschensortiment");
- einer zentralen Lage bedürfen, weil sie auf Frequenzbringer angewiesen sind;
- Konkurrenz benötigen, um ein entsprechendes Absatzpotenzial zu erreichen;
- für einen attraktiven Branchenmix notwendig sind;
- in den zentralen Versorgungsbereichen am stärksten vertreten sind.

Nicht-zentrenrelevant dagegen sind vor allem Sortimente, die

- die zentralen Standorte nicht prägen;
- auf Grund ihrer Größe und Beschaffenheit bzw. wegen der Notwendigkeit eines Pkw-Transports überwiegend an gewerblichen Standorten angeboten werden (z.B. Baustoffe);
- auf Grund ihres hohen Flächenbedarfes nicht für zentrale Lagen geeignet sind (z.B. Möbel);
- eine geringe Flächenproduktivität aufweisen.

Neben funktionalen Bedeutungen einzelner Sortimente wird auch die momentane räumliche Verteilung des Angebotes in Potsdam herangezogen.

6.1.2 Räumliche Verteilung der Sortimente in Potsdam

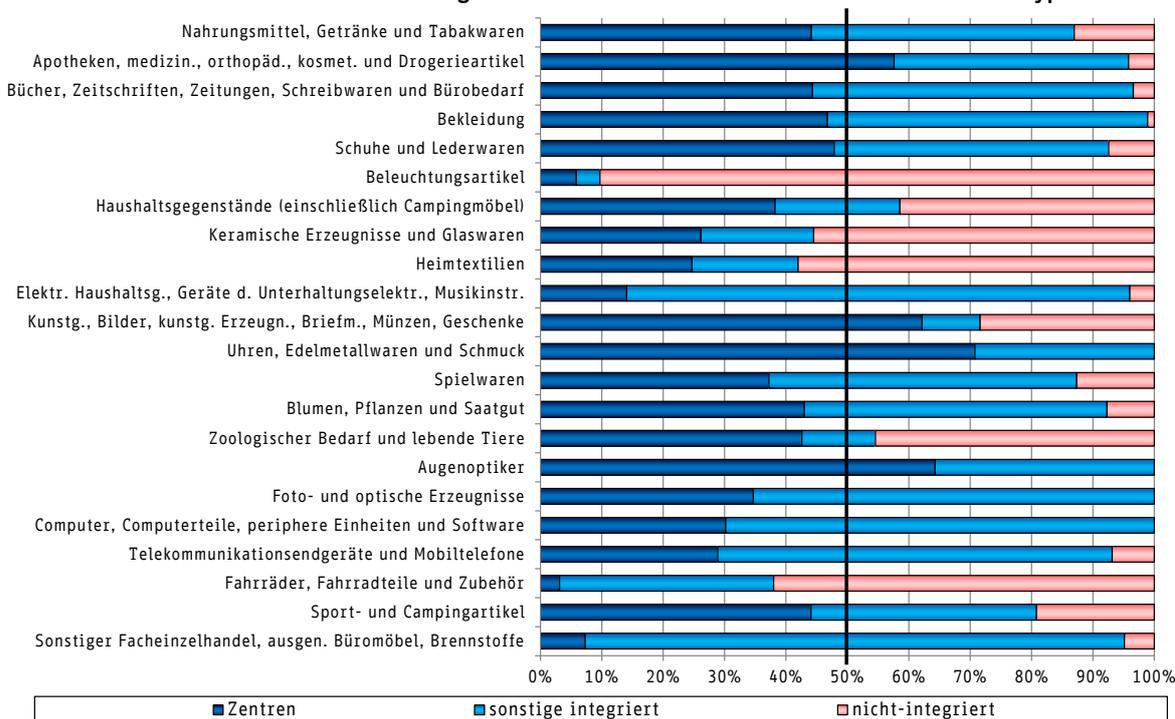
Zur Ableitung einer stadtspezifischen Sortimentsliste wird nachfolgend die derzeitige räumliche Verteilung der in Potsdam vorhandenen Sortimente dargestellt.

Verteilung üblicherweise zentrenrelevanter Sortimente

Nachfolgend ist die Verteilung der Sortimente, die nach dem Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg als zentrenrelevante Sortimente eingestuft sind, nach Standorttypen dargestellt. Es wird deutlich, dass sich die meisten zentrenrelevanten Sortimente mehrheitlich an integrierten Standorten - Zentren und sonstige integrierte Standorte - befinden. Der Verkaufsflächenanteil zentraler Versorgungsbe-
reiche insgesamt beträgt i.d.R. ca. 25% bis 70%.

Ausnahmen stellen die Sortimente Keramische Erzeugnisse und Glaswaren sowie Heimtextilien dar, die in Potsdam - wie teilweise in anderen Städten auch - in größerem Umfang in Baumärkten, Möbelmärkten und Einrichtungsfachmärkten angeboten werden. Da diese Sortimente jedoch zur Abrundung des Angebotes - insbesondere innerstädtischer - Zentren beitragen und darüber hinaus weitere allgemeine Kriterien zentrenrelevanter Sortimente z.B. hinsichtlich "Tragbarkeit" erfüllen, sollten diese weiterhin als zentrenrelevant eingestuft werden.

Abb. 16: Verkaufsflächenverteilung zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen



Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Berechnungen

Im Gegensatz zur Sortimentsliste des Einzelhandelskonzeptes der Landeshauptstadt Potsdam aus dem Jahr 2008 und zur Sortimentsliste des Landesentwicklungsplans Berlin-Brandenburg wird vorgeschlagen, das Sortiment Beleuchtungsartikel als nicht-zentrenrelevant einzustufen: Nur rd. 10% der Verkaufsfläche befinden sich an integrierten Standorten, davon gut die Hälfte in zentralen Versorgungsbereichen. Angeboten wird das Sortiment insbesondere von den an nicht-integrierten Standorten in Potsdam angesiedelten Bau- und Möbelmärkten.

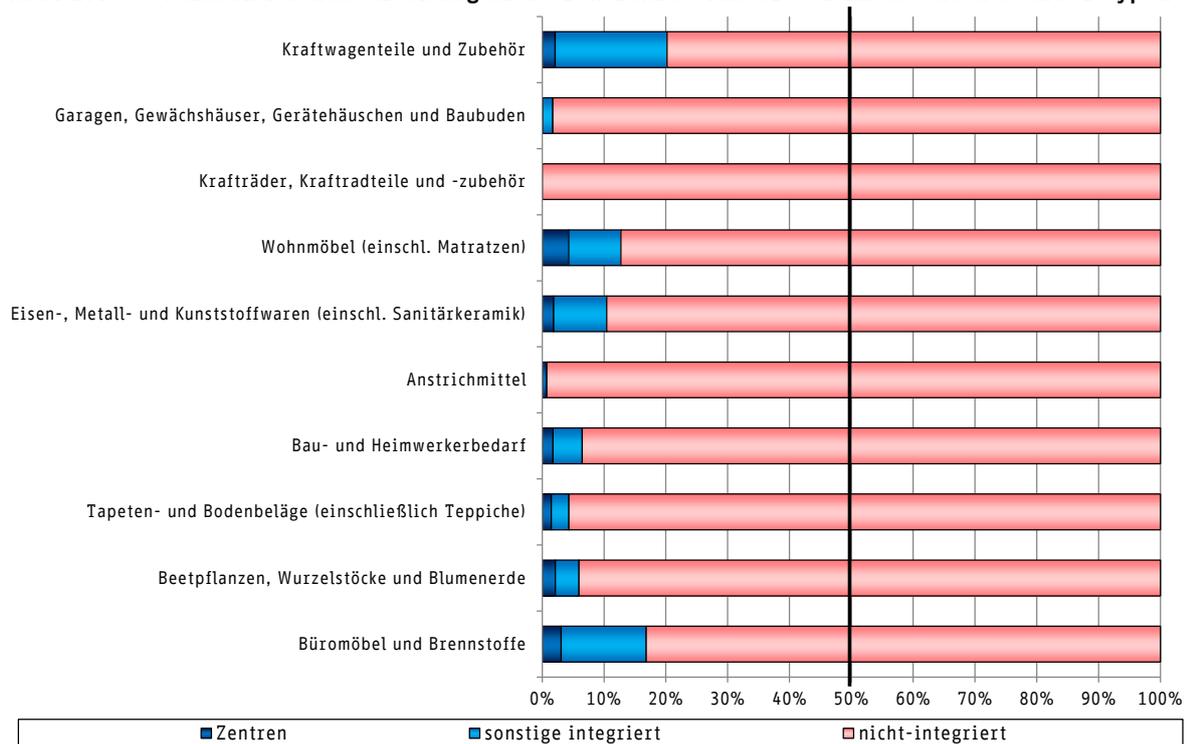
Weiterhin wird im Gegensatz zur Sortimentsliste des Landesentwicklungsplans Berlin-Brandenburg vorgeschlagen, das Sortiment Fahrräder, Fahrradteile und Zubehör

als nicht-zentrenrelevant einzustufen⁵⁸: Dieses befindet sich - in hohem Maße bedingt durch einen großen Fahrradfachmarkt - überwiegend an nicht-integrierten Standorten, der Anteilswert der zentralen Versorgungsbereiche insgesamt beträgt nur rd. 3%.

Verteilung üblicherweise nicht-zentrenrelevanter Sortimente

Bei den nach dem Landesentwicklungsplan als nicht-zentrenrelevant eingestuften Sortimenten befindet sich das Angebot jeweils deutlich überwiegend an nicht-integrierten Standorten. Der Verkaufsflächenanteil der integrierter Standorte - Zentren und sonstige integrierte Standorte - beträgt zwischen 0% und 20%. Demzufolge werden keine Änderungen gegenüber der Sortimentsliste des Landesentwicklungsplans vorgeschlagen.

Abb. 17: Verkaufsflächenverteilung nicht-zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen



Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Berechnungen

⁵⁸ Dies schließt nicht aus, dass diese Sortimente auch weiterhin in sachgerechter Größe in den zentralen Versorgungsbereichen, insbesondere in der Innenstadt, angesiedelt und betrieben werden dürfen.

Die räumliche Verteilung dieser Sortimente geht konform mit der Zuordnung des Landesentwicklungsplans Berlin-Brandenburg, alle Sortimente sind rechnerisch eindeutig zuzuordnen.

6.1.3 Potsdamer Sortimentsliste

Nachfolgend wird die "Potsdamer Sortimentsliste" dargestellt. Die Sortimentsliste wurde, wie bereits erwähnt, auf Basis der räumlichen Verteilung des Angebotes in der Landeshauptstadt Potsdam sowie allgemeiner Kriterien zur Einstufung von Sortimenten hinsichtlich ihrer Zentrenrelevanz erstellt und ist somit stadtspezifisch. Im Vergleich zur Sortimentsliste des Landesentwicklungsplans Berlin-Brandenburg sind bei der "Potsdamer Sortimentsliste" nur geringe Unterschiede festzustellen - Beleuchtungsartikel und Fahrräder, Fahrradteile und Zubehör nicht-zentrenrelevant -, wobei die jeweilige Begründung bereits in Kap. 6.1.2 erfolgte.

Weiterhin werden die zentrenrelevanten Sortimente in nahversorgungsrelevante Sortimente und sonstige zentrenrelevante Sortimente unterteilt. Dabei sind nahversorgungsrelevante Sortimente immer auch zentrenrelevant, sonstige zentrenrelevante Sortimente jedoch nicht nahversorgungsrelevant. Nahversorgungsrelevante Sortimente zeichnen sich dadurch aus, dass sie in vergleichsweise kurzen zeitlichen Abständen nachgefragt werden - insbesondere gilt dies für Nahrungs-/ Genussmittel, Getränke und Tabakwaren - und daher möglichst wohnungsnah und flächendeckend angeboten werden sollten. Neben den Zentren kommen auch sonstige integrierte (Nahversorgungs-)Standorte im Sinne einer Gebietsversorgung für Betriebe mit diesen Sortimenten in Frage, wobei eine standortgerechte Dimensionierung und eine Nichtbeeinträchtigung der Zentren wesentliche Voraussetzungen darstellen (vgl. 6.3.1).

Tab. 11: Potsdamer Sortimentsliste

Zentrenrelevante Sortimente für die Nahversorgung	Nicht-zentrenrelevante Sortimente
<ul style="list-style-type: none"> • Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren • Apotheken, medizinische, orthopädische und kosmetische Artikel (einschließlich Drogerieartikel) • Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren und Bürobedarf 	<ul style="list-style-type: none"> • Beleuchtungsartikel • Fahrräder, Fahrradteile und Zubehör • Kraftwagen • Kraftwagenteile und Zubehör • Krafträder, Kraftradteile und -zubehör • Wohnmöbel¹⁾ • Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren (einschließlich Sanitärkeramik, Garagen, Gewächshäuser, Gerätehäuschen und Baubuden) • Anstrichmittel • Bau- und Heimwerkerbedarf • Tapeten- und Bodenbeläge (einschließlich Teppiche) • Aus der Unterklasse Blumen, Pflanzen und Saatgut: Beetpflanzen, Wurzelstöcke und Blumenerde • Aus der Unterklasse Sport- und Campingartikel: Sport- und Freizeitboote und Zubehör • Aus der Unterklasse Sonstiger Facheinzelhandel: Büromöbel und Brennstoffe • Mineralölerzeugnisse
<p>Sonstige zentrenrelevante Sortimente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Textilien • Bekleidung • Schuhe und Lederwaren • Haushaltsgegenstände (einschließlich Campingmöbel) • Keramische Erzeugnisse und Glaswaren • Holz-, Kork-, Flecht- und Korbwaren • Blumen, Pflanzen und Saatgut, ausgenommen Beetpflanzen, Wurzelstöcke und Blumenerde • Zoologischer Bedarf und lebende Tiere • Heimtextilien • Elektrische Haushaltsgeräte, Geräte der Unterhaltungselektronik und Musikinstrumente • Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel • Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck • Spielwaren • Augenoptiker • Foto- und optische Erzeugnisse (ohne Augenoptiker) • Computer, Computerteile, periphere Einheiten und Software • Telekommunikationsendgeräte und Mobiltelefone • Sport- und Campingartikel (ohne Campingmöbel), ausgenommen Sport- und Freizeitboote und Zubehör • Sonstiger Facheinzelhandel, ausgenommen Büromöbel und Brennstoffe 	

¹⁾ inkl. Matratzen

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Darstellung

6.2 ZENTRENHIERARCHIE

Für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in der Landeshauptstadt Potsdam wurden auf Grundlage

- der Zentrenhierarchisierung des Einzelhandelskonzeptes der Landeshauptstadt Potsdam aus dem Jahr 2008
 - der derzeitigen städtebaulich-funktionalen Bestandssituation und Entwicklungsperspektiven der Zentren,
 - der aktuellen gesamtstädtischen Angebots- und Nachfragesituation im Einzelhandel sowie
 - der prognostizierten Verkaufsflächenentwicklungsspielräume
- eine Zentrenhierarchie entwickelt.

Hintergrund der Zentrenhierarchie bilden die Ziele

- Erhalt/ Stärkung der polyzentralen Versorgungsstrukturen unter Berücksichtigung der jeweiligen Versorgungsfunktion,
- Erhalt/ Stärkung der Einzelhandels- und Funktionsvielfalt in den Zentren,
- Erhalt/ Ausbau kurzer Wege bzw. Verkürzung der Wege ("Stadt der kurzen Wege") und
- Erhalt/ Stärkung einer flächendeckenden Nahversorgungsstruktur, insbesondere im Nahrungs-/ Genussmittelbereich.

Auf Grund der unterschiedlichen aktuellen und zukünftigen/ zu entwickelnden Versorgungsfunktionen der Zentren ist weiterhin ein mehrstufiges Zentralsystem - zentraler Versorgungsbereich Innenstadt, Stadtteilzentrum, Nahversorgungszentrum (mit und ohne Entwicklungsbedarf) - zielführend. Neben den Zentren sind hinsichtlich der derzeitigen wie auch der zukünftigen polyzentralen Versorgung noch die beiden integrierten Sonderstandorte Bahnhofspassagen und Stern-Center mit zu berücksichtigen.

Tab. 12: Klassifikation der zentralen Versorgungsbereiche in der Landeshauptstadt Potsdam - Stand/ Ausbaustufe (v.a. bei Nahversorgungszentren mit Entwicklungsbedarf)

	zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	Stadtteilzentrum	Nahversorgungszentrum
Einzugsbereich	gesamstädtisch/ überörtlich	stadtteilübergreifend	Wohnumfeld/ Stadtteil
Branchenmix	alle Bedarfsbereiche	alle Bedarfsbereiche	insbesondere nahversorgungsrelevante Sortimente
Angebotsschwerpunkte	Schwerpunkte innerstädtische Leitsortimente (Bekleidung, Schuhe/ Lederwaren, Sport/ Freizeit, Glas/ Porzellan/ Keramik, Geschenkartikel, Hausrat) sowie Nahrungs-/ Genussmittel	Schwerpunkt nahversorgungsrelevante Sortimente (v.a. Nahrungs-/ Genussmittel), zudem relativ breites Angebot sonst. zentrenrelevanter Sortimente mit Schwerpunkt Bekleidung	Schwerpunkt Nahrungs-/ Genussmittel, vereinzelt in geringem Umfang sonst. zentrenrelevante Sortimente
Betriebszahl	mehr als 300 Betriebe	30 bis 75 Betriebe	bis zu rd. 20 Betriebe
Betriebsgrößenvielfalt	etwa fünf großflächige Betriebe mit nahversorgungs- und sonstigem zentrenrelevantem Schwerpunkt	ein bis zwei großflächige Betriebe mit Schwerpunkt Nahrungs-/ Genussmittel	ein bis zwei großflächige Betriebe mit Schwerpunkt Nahrungs-/ Genussmittel
Magnetbetriebe	Warenhaus, großflächiger Bekleidungs-/ Sporteinzelhandel,	Lebensmittelbetriebe (Supermarkt/ großer Supermarkt, Discounter), Bekleidungsfachmarkt	Lebensmittelbetrieb (Supermarkt, Discounter)
Betriebstypenmix	Warenhaus, Bekleidungskaufhäuser, Fachgeschäfte, spezialisierter Facheinzelhandel	(großer) Supermarkt, Discounter, Fachmärkte, Fachgeschäfte	Supermarkt, Discounter, Lebensmittelhandwerk, Fachgeschäfte
Preissegmente	i.d.R. mittleres bis gehobenes Niveau	i.d.R. unteres bis mittleres Niveau	i.d.R. unteres bis mittleres Niveau
ergänzende publikumsorientierte Angebote	vielfältiges, einfaches bis spezialisiertes Dienstleistungsangebot, Gastronomie, öffentl. und privates Kulturangebot, öffentl. Verwaltung, touristische Angebote	vielfältiges Dienstleistungsangebot (v.a. einzelhandelsnahe Dienstleistungen, auch medizinische und Finanzdienstleistungen, Gastronomie, z.T. kulturelle Einrichtungen	v.a. einzelhandelsnahe Dienstleistungsangebot, z.T. auch medizinische und Finanzdienstleistungen, meist einfache Gastronomie (Imbiss)

Im Vergleich zur Zentrenhierarchie aus dem Jahr 2008 wurden bei der Zentrenhierarchie 2013 folgende Begrifflichkeiten geändert:

- Statt "Einkaufinnenstadt" heißt es zur Verdeutlichung der Multifunktionalität - neben Einzelhandel auch Dienstleistungen, Gastronomie etc. - nun "zentraler Versorgungsbereich Innenstadt" (ZVB Innenstadt).
- Die Kategorie "Potenzielles Nahversorgungszentrum" wurde umbenannt in "Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf" Dabei kann es sich sowohl um funktionale als auch städtebauliche Entwicklungsbedarfe handeln.

Insgesamt weist das Zentrensystem der Landeshauptstadt Potsdam 16 zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des Baugesetzbuches auf, die erhalten und entwickelt werden sollen:

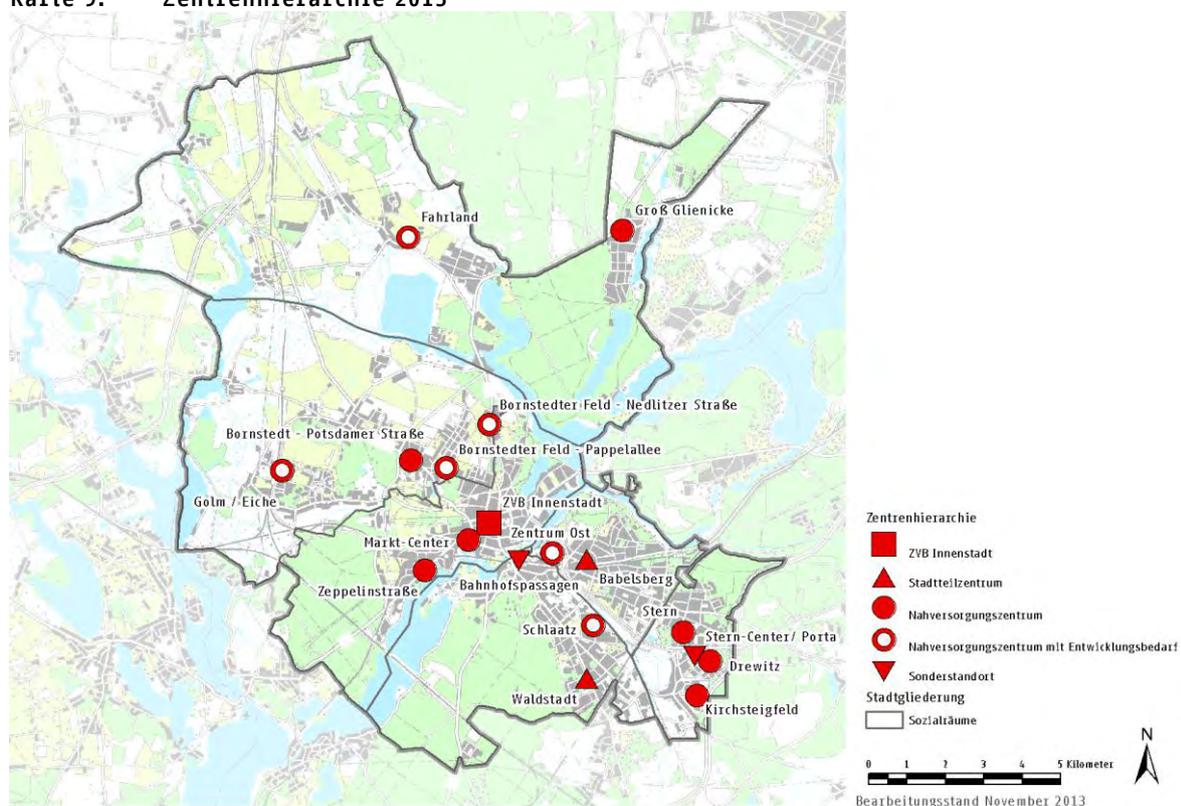
- Den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt,
- zwei Stadtteilzentren und
- dreizehn Nahversorgungszentren, davon sechs Nahversorgungszentren mit Entwicklungsbedarf.

Zudem existieren noch die beiden Sonderstandorte Bahnhofspassagen und Stern-Center, die sich nicht in das obenstehende Kriterienraster zur Zentrenhierarchie einordnen lassen:

- Das Stern-Center nimmt - bei einer im Vergleich zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt um annähernd 10% größeren Verkaufsfläche bei gleichzeitig um rd. 80% geringerer Betriebszahl - eine gesamtstädtische/ überörtliche Versorgungsfunktion wahr und weist eine Sortimentsstruktur vergleichbar dem Angebot des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt auf. Der Anteil großflächiger Betriebe ist mit rd. 15% deutlich überdurchschnittlich, das Angebot wird zudem auch durch Fachmärkte geprägt. Weiterhin beschränkt sich das ergänzende publikumsorientierte Angebot im Wesentlichen auf einzelhandelsnahe sowie medizinische Dienstleistungen und einfache Gastronomiebetriebe (Imbiss, Schnellrestaurant).
- Die Bahnhofspassagen weisen - bei rd. einem Drittel der Verkaufsfläche des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt und rd. einem Zehntel der Betriebs-

zahl⁵⁹)- eine (teil-)städtische, in begrenztem Maße auch überörtliche Versorgungsfunktion auf. Nach der im Anschluss an die Erhebung erfolgten Besetzung von Leerständen liegt der Angebotsschwerpunkt bei den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten, wenngleich das Angebot nahversorgungsrelevanter Sortimente (v.a. Nahrungs-/ Genussmittel) noch immer deutlich höher ist als im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt oder im Stern-Center. Das ergänzende publikumsorientierte Angebot beschränkt sich im Wesentlichen auf einzelhandelsnahe Dienstleistungen und einfache Gastronomiebetriebe.

Karte 9: Zentrenhierarchie 2013



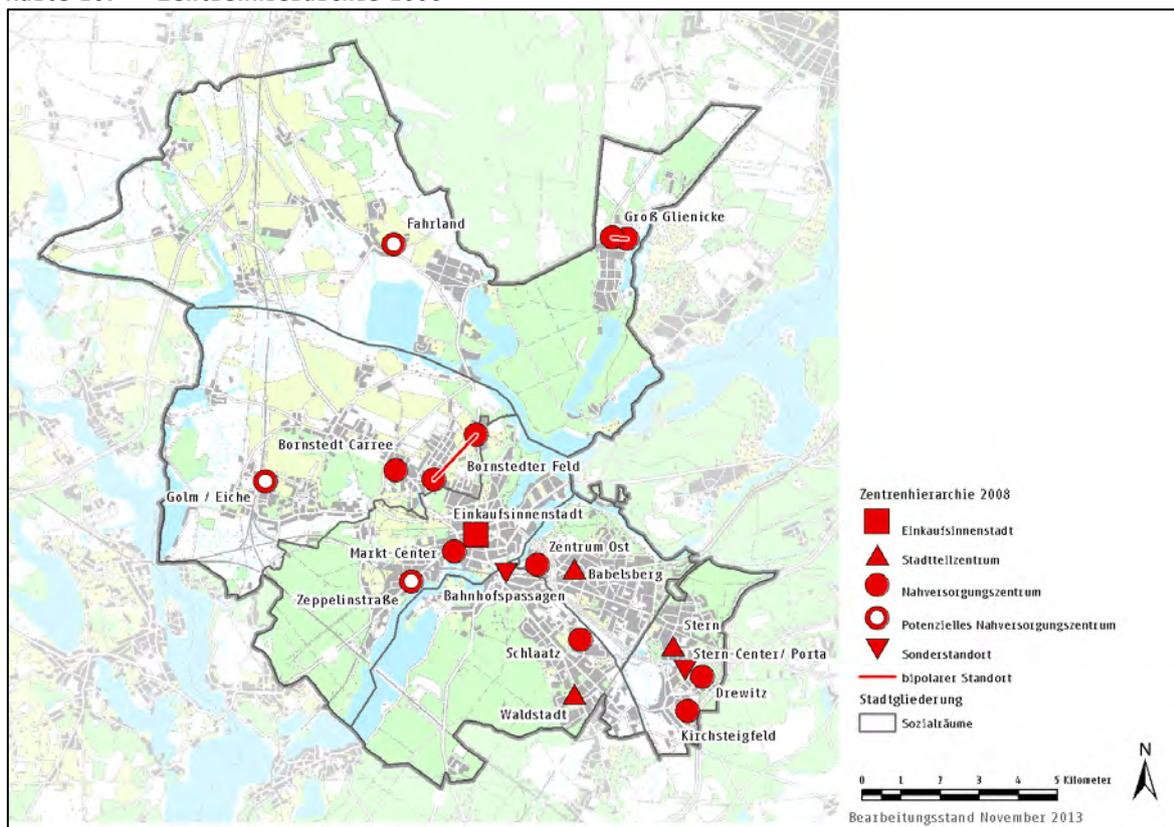
Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Berechnungen

⁵⁹ Vergleich bezieht sich auf den Bestand auf Grundlage der Erhebung im Mai bis Juni 2013 und damit vor der zwischenzeitlichen Erweiterung der Bahnhofspassagen. Nach dieser Erweiterung beträgt die Verkaufsflächendimension der Bahnhofspassagen in etwa 50% derjenigen des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt.

Die zuvor dargestellte Zentrenhierarchie 2013 unterscheidet sich - abgesehen von den bereits erwähnten Begrifflichkeiten - nur unwesentlich von derjenigen des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2008:

- Das Zentrum Stern wird 2013 auf Grund seines im Vergleich zu den sonstigen Stadtteilzentren deutlich geringeren Betriebszahl und des sehr geringen Angebotes sonstiger zentrenrelevanter Sortimente nicht mehr als Stadtteilzentrum, sondern als Nahversorgungszentrum eingestuft, zumal der nahegelegene Sonderstandort Stern-Center insbesondere bei nicht nahversorgungsrelevanten Sortimenten eine hohe Versorgungsfunktion auch in seinem nahen Umfeld wahrnimmt.
- Die Zentren Bornstedter Feld - Pappelallee, Bornstedter Feld - Nedlitzer Straße, Schlaatz, Zeppelinstraße und Zentrum Ost werden als Nahversorgungszentren mit Entwicklungsbedarf eingestuft (2008: Nahversorgungszentrum). Dies ist im Wesentlichen auf die Angebotssituation zum Erhebungszeitpunkt (Versorgungsfunktion entspricht noch keinem zentralen Versorgungsbereich) und auf städtebauliche Entwicklungsbedarfe zurückzuführen.
- Das 2008 als bipolares Nahversorgungszentrum ausgewiesene Zentrum Bornstedter Feld wurde in zwei eigenständige Nahversorgungszentren (Bornstedter Feld - Pappelallee und Bornstedter Feld - Nedlitzer Straße) unterteilt, da weder ein städtebaulicher Zusammenhang noch eine Funktionsteilung besteht oder entwickelt werden kann bzw. soll.
- Das 2008 ebenfalls als bipolares Nahversorgungszentrum ausgewiesene Zentrum Groß Glienicke wurde auf den westlichen Teilbereich, an dem weiterer nahversorgungsrelevanter Einzelhandel angesiedelt wird, reduziert, zumal das im ehemaligen östlichen Teilzentrum gelegene See-Center aktuell bereits deutliche funktionale Probleme aufweist.

Karte 10: Zentrenhierarchie 2008



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage Einzelhandelskonzept für die Landeshauptstadt Potsdam, Oktober 2008

6.3 GRUNDSÄTZE ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSENTWICKLUNG

Für die Einhaltung der in Kap. 4 formulierten Ziele ist die räumliche Verortung von zukünftigen Einzelhandelsansiedlungen konzeptionell-strategisch zu verfolgen. Zur langfristigen Sicherung der Versorgungsstrukturen für künftige Einzelhandelsansiedlungen wurden daher die nachstehenden Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung entwickelt. Dabei wurden auch die "Leitlinien" zur räumlichen Einzelhandelssteuerung aus dem Einzelhandelskonzept 2008 berücksichtigt.

In Tab. 13 ist in einer Matrix dargestellt, welche Vorhaben an welchen Standorten angesiedelt werden sollen. Eine Unterscheidung erfolgt nach dem Sortiment und der Größe der ansiedlungs- oder erweiterungswilligen Betriebe.

In Bezug auf den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel gibt es neben den Anlagentypen großflächig und nicht großflächig den Anlagentyp Nachbarschaftsladen (Convenience-Store). Hierbei handelt es sich um einen wohngebietsverträglichen Nah-

versorger, der die Schwelle zur Großflächigkeit erheblich unterschreitet. Ein Nachbarschaftsladen weist i.d.R. nicht mehr als 400 qm Verkaufsfläche auf⁶⁰.

In Potsdam wurde bisher auf Grund der Angebotsstruktur der Lebensmittelbetriebe von einem Nachbarschaftsladen von bis zu 300 qm Verkaufsfläche ausgegangen. Da sich aus dem aktuellen Angebot eine Schwelle von 300 qm bei Lebensmittelbetrieben nicht ableiten lässt, wird künftig in Potsdam der Anlagentyp Nachbarschaftsladen im Sinne eines Convenience-Store mit einer Verkaufsfläche von bis zu 400 qm verwendet.

Die Tabelle ermöglicht somit eine rasche grundsätzliche Bewertung für Planvorhaben im Sinne eines Standortkatalogs.

Tab. 13: Standortkatalog nach den Grundsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung

Zentrenrelevanz	nahversorgungsrelevanter Einzelhandel			sonst. zentrenrelevanter Einzelhandel			nicht zentrenrelevanter Einzelhandel	
	Nachbarschaftsladen	nicht großflächig	großflächig	Laden (analog § 4 BauNVO)	nicht großfläch.	großflächig	nicht großfläch.	großflächig
Innenstadt								
Stadtteilzentrum			standortgerechte Dimension			standortgerechte Dimension	vorrangig an etablierten nicht integrierten Standorten	
Nahversorgungszentrum			LM-Betrieb/standortgerechte Dimension		standortgerechte Dimension		vorrangig an etablierten nicht integrierten Standorten	
sonstiger integrierter Standort		Ausnahme Gebietsversorgung	LM-Betrieb/standortgerechte Dimension	Ausnahme Gebietsversorgung			vorrangig an etablierten nicht integrierten Standorten	vorrangig an etablierten nicht integrierten Standorten
durch Einzelhandel etablierter nicht integrierter Standort	Ausnahme: zentrenrelevante Randsortimente				Ausnahme: zentrenrelevante Randsortimente			
nicht etablierter nicht integrierter (Einzel)Standort	Ausnahme: zentrenrelevante Randsortimente				Ausnahme: zentrenrelevante Randsortimente		vorrangig an etablierten nicht integrierten Standorten	vorrangig an etablierten nicht integrierten Standorten

Ansiedlung/ Erweiterung grundsätzlich möglich
 Ansiedlung/ Erweiterung nachgeordnet möglich
 Ansiedlung/ Erweiterung ausnahmsweise bei Kriterienerfüllung möglich
 grundsätzlich keine Ansiedlung/ Erweiterung

Quelle: eigene Darstellung

In den nachfolgenden Kapiteln 6.3.1 bis 6.3.4 wird der hier dargestellte Standortkatalog näher erläutert.

⁶⁰ BVerwG, Beschluss vom 08.11.04, AZ 4 BN 39/04.

6.3.1 Umgang mit zentrenrelevantem Einzelhandel

Zentrenrelevante Sortimente (vgl. Kap. 6.1.3) sollen als Hauptsortimente von Einzelhandelsbetrieben grundsätzlich nur noch innerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche von Potsdam angesiedelt werden. Die Abgrenzungen der Zentren sind in Kap. 6.4 dargestellt. Dabei werden räumliche Flächenpotenziale, die in diesen Bereichen zur Verfügung stehen, ebenfalls abgebildet und bei der Abgrenzung mit berücksichtigt.

Die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungs- und sonstigen zentrenrelevanten Hauptsortimenten - d.h. auf einer Verkaufsfläche von mehr als 800 qm⁶¹ - sollte lediglich in der Innenstadt erfolgen. Damit soll die besondere Versorgungsfunktion der Innenstadt erhalten und gestärkt werden⁶².

Des Weiteren sollten Betriebe mit nahversorgungs- und sonstigem zentrenrelevanten Hauptsortiment nur in Stadtteil- und Nahversorgungszentren angesiedelt werden, jedoch nur mit einer Verkaufsfläche unterhalb der Großflächigkeit und in den Nahversorgungszentren nur bei standortgerechter Dimension. Auch wenn außerhalb der Zentren in MI-Gebieten (§ 6 BauNVO) i.d.R. Einzelhandel grundsätzlich möglich ist, sollte geprüft werden, ob es stadtentwicklungsplanerisch sinnvoll ist - beispielsweise zur Sicherung/ Stärkung benachbarter zentraler Versorgungsbereiche -, in bestimmten MI-Gebieten zentrenrelevanten Einzelhandel auch unterhalb der Großflächigkeit auszuschließen.

Bei integrierten Standorten können kleinere Läden mit sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten (analog §4 BauGB, in ähnlicher Größe wie der Nachbarschaftsladen)

⁶¹ Großflächige Einzelhandelsbetriebe, d.h. Betriebe mit mehr als 1.200 qm Geschossfläche und einer Verkaufsfläche von mehr als 800 qm sind außerhalb von Kern- oder Sondergebieten zulässig. OVG Thüringen, Urteil vom 21.08.2001, Az. 1 KO 1240/97, BVerwG, Beschluss vom 09.07.2002, Az. 4 B 14/02, BVerwG, Urteile 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05, 4 C 8.05 vom 24.11.05. Abweichung hiervon ist eine Ansiedlung außerhalb eines Kern- und Sondergebietes nur bei einer atypischen Fallgestaltung zulässig, die vom Einzelfall in Bezug auf Warenangebot und Standort abhängig ist. Dies bedeutet, dass die Frage der Atypik beantwortet werden muss bevor die Regelvermutung greift. Wenn keine Atypik des Einzelfalls vorliegt, ist eine Prüfung nach § 11 (3) BauNVO die Voraussetzung einer Genehmigungsfähigkeit eines Einzelhandelsbetriebes Vgl. dazu auch VG Augsburg, Urteil Az. Au 4 K 10.1188 vom 22.12.2010, Rn (juris) 52 ff.

⁶² Zu berücksichtigen ist diesbezüglich, dass ein Einzelhandelsbetrieb mit einer Verkaufsfläche von 800 qm - und damit an der Schwelle zur Großflächigkeit - und Hauptsortiment Schuhe oder Spielwaren gut 20.000 Einwohner rechnerisch vollständig versorgt, mit Hauptsortiment Sport sind es gut 24.000 Einwohner.

unter bestimmten Voraussetzungen auch der Gebietsversorgung im weiteren Sinne dienen. Ein Beispiel wäre z.B. ein kleinerer Computerladen in der Nähe der Hochschule. Zur Orientierung für eine angemessene Größe können die Werte in Tab. 14 dienen.

Die im bisherigen Einzelhandelskonzept der Landeshauptstadt Potsdam verwendete Verkaufsflächenobergrenze von 300 qm für zentrenrelevante Sortimente erscheint aus Gutachtersicht zu starr, um tatsächlich einer Gebietsversorgung gerecht zu werden. Wie die nachfolgende Tabelle zeigt, versorgt ein Sportgeschäft mit 50 qm Verkaufsfläche 1.500 Einwohner und ein ebenso großes Uhren- und Schmuckgeschäft 8.000 Einwohner.

Tab. 14: Nahversorgungs- und sonstige zentrenrelevante Sortimente: Je 50 qm Verkaufsfläche rechnerische versorgte Einwohner (gerundete Werte)

Sortimente	je 50 qm rechnerisch versorgte Einwohner
Nahrungs-/ Genussmittel	150
Lebensmittelhandwerk ¹⁾	1.500
Drogerie/ Parfümerie	1.000
Apotheke ¹⁾	4.500
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	2.750
Blumen/ Zoo	1.000
Bekleidung und Zubehör	350
Schuhe, Lederwaren	1.250
Sport/ Freizeit	1.500
Spielwaren	1.250
Bücher	2.000
GPK, Geschenke, Hausrat	1.250
Haus- und Heimtextilien	1.350
Uhren/ Schmuck	8.000
Foto/ Optik	4.500
Medien	1.350
Elektro/ Leuchten	1.250

¹⁾: rechnerisch versorgte Einwohner je Betrieb

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; www.handelsdaten.de; IfH, Köln; EHI; IFH (2013); Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Potsdam; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen; Angaben aus Expertengesprächen und Fachliteratur

Mit Hilfe der Tab. 14 können entsprechende Anfragen im Sinne der standortgerechten Dimensionierung und Gebietsversorgung beantwortet werden. Gerade in einer

Stadt wie Potsdam, die eine disperse Siedlungsstruktur und extrem unterschiedliche Einwohnerdichten aufweist erscheint eine gebietsbezogene Entwicklung unabdingbar.

Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment - und wiederum einer Verkaufsfläche unterhalb der Großflächigkeit sollen nur ausnahmsweise an sonstigen integrierten Standorten ansiedeln oder erweitern dürfen. Damit soll eine möglichst flächendeckende Nah-/ Grundversorgung ermöglicht werden, zumal außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche mit den Zusätzen einer "standortgerechten Dimensionierung" bzw. "zur Gebietsversorgung" deutlich auf das nähere bzw. unmittelbare Wohnumfeld abgestellt wird.

Eine Ausnahmeregelung für die Ansiedlung großflächiger Betriebe besteht für die Gesamtheit der integrierten Standorte unterhalb der Innenstadt bei Lebensmittelbetrieben. Damit wird dem Umstand Rechnung getragen, dass derartige Betriebe mit einem umfassenden Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel und ergänzenden nahversorgungsrelevanten Randsortimenten häufig nur noch mit Verkaufsflächen im Bereich der Schwelle zur Großflächigkeit und darüber realisiert werden. Zudem versorgt ein Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche von 800 qm rein rechnerisch "nur" rd. 2.500 Einwohner.

Diese Änderung gegenüber dem Einzelhandelskonzept 2008, das an sonstigen integrierten Standorten Lebensmittelbetriebe bis lediglich 300 qm vorsieht, soll eine Versorgung der Bevölkerung in Wohngebieten außerhalb der Zentren sichern und der dispersen Siedlungsstruktur der Landeshauptstadt Potsdam Rechnung tragen.

Im Sinne einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung wird bei dieser Ausnahmeregelung bei allen in Frage kommenden Standorttypen auf eine standortgerechte Dimensionierung abgestellt. Standortgerechte Dimensionierung bedeutet in diesem Zusammenhang, dass die Versorgungsfunktion eines Einzelhandelsbetriebs nicht über das nähere Umfeld hinausreicht. Dabei ist der Bestand im Umfeld mit zu berücksichtigen: (Ungewollte) Auswirkungen gegen diesen können trotz (eigentlich) standortgerechter Dimensionierung der Fall sein, wenn z.B. ein sonstiger integrierter Vorhabenstandort in geringer Entfernung zu einem zentralen Versorgungs-

bereich liegt und das ihm zuzuordnende Wohnumfeld sich mit demjenigen des zentralen Versorgungsbereiches überschneidet.

Weiterhin ist eine Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelbetriebs an einem sonstigen integrierten Standort im Einzelfall zu prüfen: In jedem Fall ist eine Gefährdung der Zentren bzw. bereits bestehender Strukturen, die zur Nahversorgung der Bevölkerung beitragen, zu vermeiden (Schutz zentraler Versorgungsbereiche und der verbrauchernahen Versorgung). Zudem sollen großflächige Lebensmittelbetriebe an sonstigen integrierten Standorten der Verbesserung der Nahversorgung, d.h. insbesondere der Schließung von Nahversorgungslücken, dienen.

An nicht-integrierten Standorten sollen zentrenrelevante Sortimente grundsätzlich nicht angesiedelt werden. Ausnahmsweise können sie als Randsortimente in Betrieben mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment angeboten werden (vgl. Kap. 6.3.2).

Grundsatz: zentrenrelevanter Einzelhandel vorrangig in den zentralen Versorgungsbereichen

- a. zentraler Versorgungsbereich Innenstadt: Großflächige Einzelhandelsbetriebe regelmäßig zulässig
- b. Stadtteilzentren: unterhalb der Großflächigkeit zulässig; Ausnahme: nahversorgungsrelevanter und sonstiger zentrenrelevanter Einzelhandel auch großflächig bei standortgerechter Dimensionierung
- c. Nahversorgungszentren: nahversorgungsrelevanter Einzelhandel unterhalb der Großflächigkeit zulässig, sonstiger zentrenrelevanter Einzelhandel nur in Läden (analog § 4 BauNVO); Ausnahme: Lebensmittelbetriebe auch großflächig bei standortgerechter Dimensionierung, nicht großflächiger sonstiger zentrenrelevanter Einzelhandel bei standortgerechter Dimensionierung
- d. sonstige integrierte Lagen: Nachbarschaftsläden zulässig; Ausnahme: nahversorgungsrelevanter Einzelhandel zur Gebietsversorgung, Lebensmittelbetriebe auch großflächig bei Bestehen einer Versorgungslücke und bei standortgerechter Dimensionierung
- e. Ausnahme für nicht-integrierte Lagen: zentrenrelevante Sortimente als Randsortimente bis max. 10 % der Verkaufsfläche ausnahmsweise zulässig (max. 800 qm)

6.3.2 Umgang mit nicht-zentrenrelevantem Einzelhandel

Nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel kann zunächst grundsätzlich im gesamten Stadtgebiet, wo Einzelhandel zulässig ist, angesiedelt werden. Dabei sollte jedoch behutsam mit Flächenbereitstellungen für Einzelhandelsflächen in Gewerbegebieten umgegangen werden, da ansonsten u.U. die Standortqualität bezogen auf andere gewerbliche Nutzungen sinkt bzw. die Bodenpreise für andere Nutzungen zu stark erhöht werden. Im Übrigen stellt sich die Frage, ob die Landeshauptstadt Potsdam es sich leisten kann/ will gewerbliche Flächen dem Einzelhandel zur Verfügung zu stellen.

Mit dem Stadtentwicklungskonzept Gewerbe hat die Stadtverordnetenversammlung 2011 Leitlinien als Orientierungsrahmen für die strategische Ausrichtung der Gewerbeflächenpolitik beschlossen. Deutlich wird anhand dieses Konzepts, dass für die Sicherung der wirtschaftlichen Entwicklung und die Schaffung von Arbeitsplätzen nur in begrenztem Umfang bedarfsgerechte Gewerbeflächenpotenziale ohne größere Aktivierungshemmnisse zur Verfügung stehen. Um einen Mindestbestand an gewerblichen Potenzialflächen zu sichern, wurde 2012 Gewerbeflächensicherungskonzept beschlossen. Besondere Bedeutung kommt dabei Flächen für die Ansiedlung von Unternehmen aus den Bereichen Wissenschaft, Medien/IKT, Biotechnologie/Life Science, wirtschaftsnahe Dienstleistungen, produzierendes Gewerbe und Handwerk zu. Bei der Entwicklung und Vermarktung der vorhandenen Flächenpotenziale ist diesen Wirtschaftsbereichen der Vorrang vor dem Handel mit zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zu geben.

In Gewerbegebieten bzw. gewerblich geprägten Gebieten, in denen bisher kein Einzelhandel vorhanden ist, sollte daher auch zukünftig kein Einzelhandel, d.h. auch kein nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel angesiedelt werden.

In den zentralen Versorgungsbereichen ist zu berücksichtigen, dass nur in begrenztem Umfang Flächen zur Verfügung stehen. Da auch nicht-zentrenrelevante Angebote - wie z.B. Fahrräder, Fahrradteile und Zubehör sowie Beleuchtungsartikel - zur Attraktivität der Innenstadt beitragen können, erscheint hier allerdings ein vollständiger Ausschluss nicht sinnvoll. Lediglich großflächig sollen solche Angebote in der Innenstadt nicht realisiert werden.

In den übrigen zentralen Versorgungsbereichen sollten solche Ansiedlungen auch nicht großflächig nur ausnahmsweise zugelassen werden.

Neuansiedlungen von nicht-zentrenrelevantem Einzelhandel sollten somit vorzugsweise an nicht-integrierten und bereits etablierten Einzelhandelsstandorten (z.B. gewerblich geprägter Bereich südlich der Großbeerenstraße zwischen Fritz-Zubeil-Straße und Ahornstraße sowie IG Potsdam-Süd) stattfinden. Sofern an diesen Standortbereichen keine Flächenpotenziale vorhanden bzw. realisierbar sind, kommen nachgeordnet auch sonstige integrierte Standorte und nicht-integrierte Standorte, ohne bzw. mit geringem Einzelhandelsbestand, in Betracht, die eine unmittelbare Verkehrsanbindung an das städtische Hauptverkehrsnetz und eine direkte Nachbarschaft zu Siedlungsbereichen aufweisen.

Ausnahme: Randsortimente an nicht-integrierten Standorten

Problematisch bei der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten außerhalb der städtebaulich integrierten Standorte ist das inzwischen übliche Angebot von zentrenrelevanten Randsortimenten in solchen Betrieben (z.B. Haushaltswaren in Möbelgeschäften).

Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten den städtebaulichen Zielen des Einzelhandelskonzepts auf Grund zumindest der in der Summe aller Angebote möglichen schädlichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche entgegensteht, wäre ein völliger Ausschluss dieses Angebotstyps unrealistisch, da er sich bereits in vielen Branchen durchgesetzt hat. Jedoch sollten diese zentrenrelevanten Randsortimente nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter Bezug zum Hauptsortiment vorhanden ist (z.B. nicht Lebensmittel im Baumarkt), zulässig sein. Obergrenze nahversorgungs- und sonstiger zentrenrelevanter Rand- und Ergänzungssortimente sollen - bezogen jeweils auf die Gesamtheit des diesbezüglichen Angebotes eines Betriebs - bis zu 10% der Gesamtverkaufsfläche, bei einer maximalen Verkaufsfläche von 800 qm (Schwelle zur Großflächigkeit), sein.

Dabei sollte unabhängig von der Größe der Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente sichergestellt werden, dass diese Verkaufsfläche nicht von einem oder einigen wenigen Sortimenten belegt wird: Wie Tab. 14 (S. 89) zeigt, wird in

einzelnen Sortimenten bereits durch eine Verkaufsfläche von 50 qm rechnerisch eine hohe Anzahl an Einwohnern versorgt⁶³. Weiterhin ist darauf zu achten, dass die Zulässigkeit von zentrenrelevanten Randsortimenten nicht zur Einrichtung eines Shop-in-Shop-Systems genutzt wird, denn dieses käme einem Einkaufszentrum gleich.

Ausnahme "Leerstandsdomino"

Vor allem auf Grund des begrenzten quantitativen Entwicklungsspielraumes nicht-zentrenrelevanter Sortimente sollte die diesbezügliche Flächenbereitstellung eher zurückhaltend erfolgen. Letztlich kann es städtebaulich sinnvoll sein, in Zukunft Ansiedlungswünsche - soweit planungsrechtlich möglich - abzuwehren, wenn ersichtlich ist, dass eine entsprechende zusätzliche Zentralitätssteigerung nicht langfristig zu erzielen ist, sondern lediglich die Position funktional wesentlicher Einzelhandelslagen geschwächt wird.

Bei der Genehmigung von neuen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten ist zu beachten, dass - auch bei grundsätzlicher Verträglichkeit - nur eine bestimmte Tragfähigkeit für einzelne Angebote besteht. Wird diese überschritten, so ergibt sich die Gefahr eines "Leerstandsdominos": Durch Verdrängung kommt es zu (Einzelhandels-)Leerständen in gewerblich genutzten Gebieten. Ein ehemaliger Einzelhandelsstandort lässt sich nur langwierig zu einem Gewerbestandort im eigentlichen Sinne umformen, da der Preis für Grund und Boden für Einzelhandel und Gewerbe i.d.R. deutlich differiert. Stattdessen entsteht auf solchen Flächen üblicherweise ein Nachnutzungsdruck für Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten. Dem kann zwar planerisch begegnet werden, jedoch können auf diese Weise immer wieder (unnötige) Diskussionen ausgelöst werden.

⁶³ Da die Zahl rechnerisch versorgter Einwohner je 50 qm bei den einzelnen Sortimenten deutlich differiert, erscheint eine für alle Sortimente einheitliche maximale Verkaufsflächenobergrenze für zentrenrelevante Randsortimente nicht sinnvoll.

Grundsatz: nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel vorrangig an durch Einzelhandel etablierten nicht-integrierten Standorten

- in Gewerbegebieten und an gewerblich geprägten Standorten ohne Einzelhandel, auch künftig kein Einzelhandel, d.h. auch kein nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel
- nachgeordnet an nicht etablierten (integrierten und nicht-integrierten) Standorten (auch großflächig) mit unmittelbarer Verkehrsanbindung an das städtische Hauptverkehrsnetz und direkter Nachbarschaft zu Siedlungsbereichen
- Ausnahme: auch in der Innenstadt, aber nur unterhalb der Großflächigkeit
- nur nachrangig in den anderen zentralen Versorgungsbereichen (aber nur nicht großflächig)
- Vermeidung "Leerstandsdomino" auf Grund reinen Verdrängungswettbewerbs - Beachtung der Prognoseergebnisse
- Beachtung maximal zulässiger Verkaufsflächen zentrenrelevanter Sortimente

6.3.3 Entwicklungsoptionen für Gewerbegebiete

Auch wenn Gewerbegebiete entsprechend der BauNVO mögliche Standorte für den Einzelhandel sind, ist angesichts der evtl. auftretenden planungsrechtlichen Probleme, die bei der Neuausweisung von Gewerbegebieten überwunden werden müssen, zu fragen, ob im Grundsatz tatsächlich jedes Gewerbegebiet überhaupt weiterhin der Einzelhandelsnutzung offen stehen sollte, zumal die Verfügbarkeit von qualifizierten Gewerbeflächen für die wirtschaftliche Entwicklung von Potsdam von hoher Bedeutung ist. Daher sollte an denjenigen Standorten, an denen bisher keine oder nur in einem sehr geringen Umfang Einzelhandelsnutzungen vorhanden sind, Baurecht dahingehend geschaffen werden, dass dort zukünftig kein (weiterer) Einzelhandel zulässig ist (vgl. - auch im Folgenden - Kap. 6.3.1f). Generell sollten die Gewerbeflächen den eigentlich dort vorgesehenen gewerblichen Nutzungen (Handwerk und produzierendes Gewerbe) vorgehalten werden⁶⁴.

Neben den bestehenden, in Teilbereichen als Einzelhandelsstandorte profilierten Gewerbegebieten (z.B. gewerblich geprägter Bereich südlich der Großbeerenstraße

⁶⁴ "Gewerbegebiete zeichnen sich zunächst dadurch aus, dass in ihnen gearbeitet wird. Nach dem Leitbild der BauNVO sind sie den produzierenden und artverwandten Nutzungen vorbehalten." Vgl. BVerwG, Beschluss vom 20.12.2005, Az.: 4 B 71.05.

zwischen Fritz-Zubeil-Straße und Ahornstraße sowie IG Potsdam-Süd) sollten für den nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel nur dann weitere Standorte ermöglicht werden, wenn in den o.g. Gebieten keine entsprechenden Flächen verfügbar sind. Bei der Neuansiedlung von Betrieben an bestehenden gewerblichen Einzelhandelsstandorten sollte eine Begrenzung der branchenüblichen zentrenrelevanten Randsortimente erfolgen und auf eine möglichst effiziente Nutzung der verfügbaren Fläche, z.B. mehrgeschossige Bebauung, geachtet werden.

Die bestehenden zentrenrelevanten Einzelhandelsbetriebe, beispielweise die beiden im gewerblich geprägten Bereich südlich der Großbeerenstraße (zwischen Fritz-Zubeil-Straße und Ahornstraße) angesiedelten Lebensmitteldiscounter, sollten weitgehend auf ihren Bestand festgeschrieben werden. Neuansiedlungen von derartigen Betrieben in gewerblich geprägten Gebieten und Gewerbegebieten sowie auch an sonstigen integrierten Standorten - soweit sie an sonstigen integrierten Standorten nicht der Gebietsversorgung dienen oder in einem unmittelbaren Zusammenhang mit Umgebungsnutzungen stehen und nur Ladengröße aufweisen - sind in jedem Fall zu vermeiden.

6.3.4 Maßnahmen zur Nahversorgung

Wie in Kap. 3.2.1 festgestellt wurde, ist in der Landeshauptstadt Potsdam insgesamt in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zumindest annähernd eine rechnerische Vollversorgung zu verzeichnen. Dies gilt auch für die Nahversorgung in besonderem Maße bedeutsame Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel (Bindungsquote rd. 95%). Räumlich differenziert zeigen sich jedoch erhebliche Unterschiede: Insbesondere der Sozialraum I Nördliche Ortsteile, Sacrow weist mit rd. 46% eine geringe Bindungsquote im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel auf, wobei dies vor allem auf das - auch einwohnerbezogen - geringe Angebot in den einwohnerarmen Stadtteilen des Sozialraumes zurückzuführen ist.

Gesamtstädtisch betrachtet weist Potsdam weiterhin mit rd. 67% einen geringen Nahversorgungsanteil auf (vgl. Kap. 3.2.4), der sich in hohem Maße

- auf die kleinteiligen Siedlungsstrukturen im Sozialraum I Nördliche Ortsteile, Sacrow und teilweise auch in anderen Teilbereichen von Potsdam mit jeweils deutlich weniger als 1.000 Einwohnern

- sowie das geringe bzw. fehlende Nahrungs-/ Genussmittelangebot zurückführen lässt. Vor diesem Hintergrund ist bei der zukünftigen Entwicklung der Nahversorgungsstrukturen entsprechend dem Zielkatlog (vgl. Kap. 4) neben einem attraktiven Angebot in den Zentren hoher Wert auf eine möglichst flächendeckende Nahversorgung im Bereich Nahrungs-/ Genussmittel zu legen.

Diesbezüglich ist jedoch anzumerken, dass

- die Betreiber von Discountern bei Neuansiedlungen üblicherweise mindestens rd. 800 bis 1.000 qm Verkaufsfläche realisieren (möchten) und bei den Betreibern von Supermärkten die Mindestverkaufsfläche für Neuansiedlungen i.d.R. bei rd. 1.600 qm liegt,
- ein Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche im Bereich der Schwelle zur Großflächigkeit, d.h. mit rd. 800 qm Verkaufsfläche, rein rechnerisch bereits 2.500 Einwohner versorgt,
- die seitens der Betreiber veranschlagte Mantelbevölkerung im engeren Einzugsgebiet rd. 5.000 Einwohner und mehr beträgt,
- selbst für kleinflächige Lebensmittelbetriebe i.d.R. von einer Mindesteinwohnerzahl im unmittelbaren Umfeld (Wohnsiedlungsbereich) von rd. 1.000 Einwohnern ausgegangen wird.

Tab. 15: Standortanforderungen Lebensmittelbetriebe nach Betriebstypen

Betriebstyp	kleinflächiger Lebensmittelbetrieb	Supermarkt (inhabergeführt)	Supermarkt (regiegeführt)	Discounter
Grundstücksgröße	kein wesentliches Kriterium	ca. 2.500 qm	ca. 6.000 qm	ca. 5.000 qm
Verkaufsfläche	ab rd. 100 qm	ab ca. 600 qm	ab rd. 1.600 qm	ab rd. 800 bis 1.000 qm
rechnerisch versorgte Einwohner	ab rd. 300 Einwohner	ab rd. 1.800 Einwohner	ab rd. 5.000 Einwohner	ab rd. 2.500 bis 3.000 Einwohner
Pkw-Stellplätze	ab ca. 10 Stellplätzen	ab ca. 40 Stellplätzen	ca. 120 bis 160 Stellplätze	ca. 80 bis 120 Stellplätze
Standortlage	integriert	integriert/teilintegriert	zumindest teilintegriert	teil- bzw. nicht-integriert
Erreichbarkeit	fußläufig, Pkw nachrangig	fußläufig/ Pkw	Pkw, fußläufig	v.a. Pkw, tlw. auch fußläufig
Wettbewerb	keine benachbarten Wettbewerber	i.d.R. keine benachbarten Wettbewerber	auch Mehrfachstandorte (Bio-markt, Discounter)	auch Mehrfachstandorte (Supermarkt, Biomarkt)

Quelle: eigene Expertengespräche mit verschiedenen Betreibern von Lebensmittelbetrieben

Weiterhin ist zu berücksichtigen, dass die seit der Erhebung im Mai/ Juni 2013 stattgefundenen Ansiedlungen und die derzeit in der Umsetzung befindlichen bzw. konkret geplanten Projekte rechnerisch mindestens zwei Drittel des in der Verkaufsflächenprognose bis zum Jahr 2025 ermittelten Entwicklungsspielraum ausmachen.

Dies bedeutet in der Summe, dass bei Neuansiedlungen und Erweiterungen von Lebensmittelbetrieben - sowie bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten insgesamt -

- der Standorttyp entscheidend ist und ein integrierter Standort - Zentrum oder sonstiger integrierter Standort - eine unabdingbare Voraussetzung darstellt,
- eine standortgerechte Dimensionierung⁶⁵ unter Berücksichtigung bestehender Angebotsstrukturen gewährleistet sein muss (wobei entsprechend der Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung in den Stadtteil- und Nahversorgungszentren nicht großflächige Lebensmittelbetriebe - und Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Sortiment allgemein - sowie an sonstigen integrierten Standort Nachbarschaftsläden grundsätzlich zulässig sind, vgl. Kap. 6.3.1),
- an sonstigen integrierten Standorten zusätzliche Lebensmittelbetriebe nur bei Schließung von räumlichen nachgewiesenen Nahversorgungslücken unter Beachtung bestehender integrierter Lebensmittelbetriebe angesiedelt werden dürfen,
- insbesondere eine Beeinträchtigung des entsprechenden Angebotes in den Zentren nicht erfolgen darf.

Zur Verbesserung der Nahversorgung in den Wohnsiedlungsbereichen mit geringer Einwohnerzahl im Sozialraum I Nördliche Ortsteile, Sacrow - sowie auch in einwohnerarmen und peripher gelegenen Wohnsiedlungsbereichen in anderen Teilen der Landeshauptstadt Potsdam - sollten zur Verbesserung des Nahversorgungsangebotes alternative Maßnahmen realisiert werden:

- **Kleinflächige Lebensmittelbetriebe** stellen eine Renaissance des Tante-Emma-Ladens dar. Zur Sicherstellung der Wirtschaftlichkeit bieten sich gegebenenfalls die Integration von Dienstleistungen (z.B. Postagentur, Toto-/ Lotto-Annahme, Reinigungsannahme) an. Weiterhin kann es sich bei einem derartigen Betrieb um

⁶⁵ Zur Verdeutlichung des Begriffes "standortgerechte Dimensionierung" sind in Tab. 15 die durch die jeweilige Lebensmittelbetriebsform rechnerisch versorgten Einwohner dargestellt.

einen **Bäcker (oder auch Metzger) mit einem umfangreichen Lebensmittelangebot** handeln.

- Weiterhin stellen **Direktvermarkter bzw. Hofläden** eine alternative Nahversorgungsmöglichkeit bzw. wichtige Ergänzung sonstiger Grundversorgungsangebote dar. In Potsdam existieren u.a. in den Ortsteilen Marquardt, Fahrland und Bornim Hofläden mit einem vergleichsweise breiten Angebot.
- **Verkaufswagen** sind mittlerweile eine traditionelle Form der Nahversorgung und nehmen vielerorts eine ergänzende bzw. kompensierende (Versorgungs-)Funktion wahr. Der überwiegende Anteil der Verkaufswagen bietet nur ein sehr begrenztes Angebot, meist handelt es sich dabei um Back- bzw. Fleisch-/ Wurstwaren oder um Fisch. Eine Ausnahme stellen Verkaufswagen dar, die ein relativ umfassendes Lebensmittelangebot mit sich führen und als "rollende Supermärkte" fungieren. Der Nachteil von Verkaufswagen gegenüber stationären Nahversorgungseinrichtungen liegt - neben ihrem meist spezialisierten Angebot - in ihren engen "Versorgungszeiten"/ Zeitfenstern vor Ort.
- In den letzten Jahren ist ein Trend hin zum **Liefer-/ Bringservice** zu verzeichnen. Dabei handelt es sich einerseits um reine Lieferdienste, d.h. der Kunde kauft die Ware im Geschäft und lässt sie sich nach Hause liefern. Andererseits bieten Lebensmittelbetriebe, i.d.R. Supermärkte, darüber hinaus auch Bestellmöglichkeiten von zu Hause aus per Internet, Fax oder Telefon an. Der Liefer-/ Bringservice bietet dabei gerade für "kleine" Einzelhändler eine Möglichkeit, sich von den werbe- und preisaggressiven Discountern abzuheben und sich ein gewisses Stammkundenpotenzial zu sichern.
- Alternativ zum Bringservice tragen organisierte **Fahrgemeinschaften/ -dienste** zur Verbesserung der Nahversorgung bei. Im Gegensatz zum Bringservice besteht dabei die Möglichkeit des individuellen und erlebnisorientierten Einkaufs. Zudem dient der Einkauf im Geschäft als wichtige Treff- und Kommunikationsmöglichkeit insbesondere für ältere und/ oder alleinstehende Menschen. Fahrgemeinschaften werden sowohl von öffentlichen Trägern - soziale Dienste, Kommunen - als auch von privaten Gruppen organisiert, bei der Durchführung ist jedoch i.d.R. ein hohes bürgerschaftliches Engagement auf ehrenamtlicher Basis erforderlich.

6.3.5 Zusammenfassung - Leitlinien der künftigen Einzelhandelsentwicklung der Landeshauptstadt Potsdam

1.

Die Potsdamer Sortimentsliste, die Hierarchie und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sowie die Leitlinien sind Grundlage der Steuerung der Potsdamer Einzelhandelsentwicklung. Die in der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes zeitlich gestaffelt ermittelten Verkaufsflächenentwicklungsspielräume dienen dabei als Orientierung.

2.

Neuansiedlungen und Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten und sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten sollen grundsätzlich nur in den zentralen Versorgungsbereichen erfolgen, um diese zu stärken und vor Schädigungen durch Ansiedlungen außerhalb zu schützen.

3.

Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten sollen angesichts der geringen Flächenpotenziale in der Innenstadt und in den weiteren zentralen Versorgungsbereichen vorrangig außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angesiedelt werden. Der Schutz von Flächenpotenzialen für die Ansiedlung und Erweiterung von gewerblichen Betrieben im Sinne des Gewerbeflächensicherungskonzeptes soll dabei berücksichtigt werden.

4.

Die Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt genießt Priorität vor der Stärkung anderer Einzelhandelsstandorte. Um dieses Ziel zu erreichen, sollen Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten vorrangig dort angesiedelt werden.

5.

Zur Erhaltung und Stärkung der polyzentralen Zentrenstruktur ist die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel auch in den Stadtteil- und Nahversorgungszentren möglich.

In den Nahversorgungszentren sind hauptsächlich nahversorgungsrelevante Sortimente anzusiedeln. In den Stadtteilzentren können diese durch sonstige zentrenre-

levante Sortimente ergänzt werden. Auf die standortgerechte Dimensionierung ist zu achten, Auswirkungen auf andere zentrale Versorgungsbereiche sind zu vermeiden.

6.

Im Sinne einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung sind Nachbarschaftsläden auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche an integrierten Standorten möglich. Weiterhin sind Neuansiedlungen und Erweiterungen vorhandener Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Sortiment auch an integrierten Standorten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche möglich, wenn dadurch Nahversorgungslücken geschlossen werden und diese Betriebe standortgerecht dimensioniert sind. Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche sind zu vermeiden.

7.

In den kleinen Ortsteilen im Potsdamer Norden können wegen der geringen Einwohnerzahlen größere Lebensmittelbetriebe - Supermärkte und Discounter - kaum wirtschaftlich betrieben werden, Hier können alternative Konzepte die Versorgung vor allem der Menschen sichern, die bestehende Zentren nur schwer erreichen können.

8.

Im Bereich der neuen Potsdamer Mitte hat der Einzelhandel eine ergänzende Funktion, er soll sich thematisch an die bestehenden und geplanten Nutzungen anpassen. Hier kommen vor allem die Themenbereiche Kunst, Kultur und Kulturtourismus in Frage.

9.

Der Sonderstandort Bahnhofspassagen soll weiterhin nicht zu einer übergreifenden Zentrumsfunktion entwickelt werden. Die Obergrenze der Entwicklung ist der Stand der 1. Änderung des Bebauungsplans Nr. 37 A "Potsdam-Center", Teilbereich Bahnhofspassagen, Satzungsbeschluss vom 30.01.2013.

Der Sonderstandort Stern-Center / Porta soll nicht über den Rahmen hinaus erweitert werden, der sich aus der im Vorfeld der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes gutachterlich untersuchten Variante 1 ergibt (Verkaufsflächenerweiterung insgesamt 9.630 qm, vgl. GMA-Gutachten vom September 2013). Über die konkrete

Größe und Sortimentsstruktur der Erweiterung entscheidet die Stadtverordnetenversammlung im Rahmen des Bauleitplanverfahrens.

10.

Neben der Identifizierung und Entwicklung weiterer Flächenpotenziale ist ungeachtet schon erreichter Standards auch die weitere Qualifizierung der Einkaufslagen von großer Bedeutung. Diese weitere Qualifizierung muss sich auf die Einzelhandelseinrichtungen selbst, aber auch auf ergänzende Dienstleistungsangebote, den öffentlichen Raum, die Erreichbarkeit und andere Maßnahmen beziehen.

6.4 ZENTREN UND SONDERSTANDORTE

Nachfolgend werden sämtliche zentralen Versorgungsbereiche, der Bereich Potsdamer Mitte sowie die beiden Sonderstandorte Bahnhofspassagen und Stern-Center dargestellt. Die Ausführungen enthalten

- eine kartographische Darstellung und eine textliche Begründung der Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche,
- ein städtebaulich-funktionales Stärken-Schwächen-Profil und
- Empfehlungen zur künftigen räumlichen, städtebaulichen und funktionalen Entwicklung des jeweiligen zentralen Versorgungsbereiches.

Die in den Tabellen enthaltenen Zahlen beziehen sich auf den Erhebungszeitpunkt Mai/ Juni 2013 und die Abgrenzungen der Zentren von 2008.

6.4.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

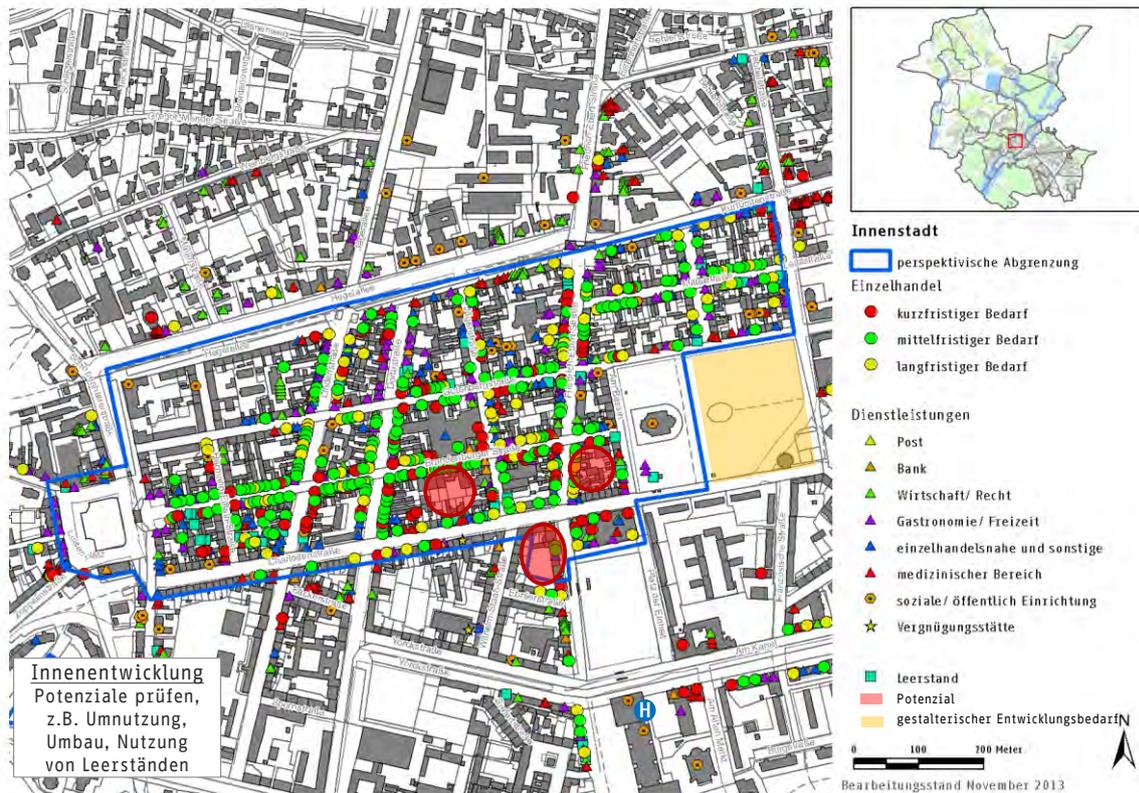
Lage und Abgrenzung

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt liegt zentral im Potsdamer Stadtgebiet und wird durch die Hegelallee/ Kurfürstenstraße im Norden, die Hebbelstraße im Osten, die Charlottenstraße im Süden und die Schopenhauer Straße im Westen begrenzt. Diese Abgrenzung ist angesichts der städtebaulichen Strukturen (barocker Innenstadtbereich und Holländisches Viertel), der verkehrlichen Zäsuren und der Dichte von Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben gut ablesbar.

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt weist eine Ost-West-Ausdehnung von 1.200 Metern und einen Nord-Süd-Ausdehnung von 400 Meter auf, dabei erstreckt sich der Hauptgeschäftsbereich entlang der Brandenburger Straße auf etwa 800 Meter⁶⁶.

⁶⁶ Erfahrungsgemäß funktioniert eine Innenstadt bei einer Ausdehnung von jeweils 600 Metern optimal. Dies entspricht i.d.R. auch historischen Stadtgrundrissen. Innenstädte die deutlich größere Ausdehnungen aufweisen sind häufig an den Rändern von Leerständen geprägt. In Großstädten sind die Innenstädte in entsprechende Viertel gegliedert.

Karte 11: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Darstellung; Kartengrundlage: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg

Städtebaulich-funktionale Situation

Charakteristisch für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt ist die hohe Anzahl an Einzelhandelsbetrieben und die Dominanz sonstiger zentrenrelevanter Sortimente⁶⁷.

Tab. 16: Einzelhandelsangebot zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Innenstadt		Sortimente	Verkaufsfläche in qm ²⁾
Betriebe insgesamt	344	nahversorgungsrelevant	6.100
Lebensmittelbetriebe ¹⁾	1	sonstige zentrenrelevant	26.450
Gesamtverkaufsfläche in qm ²⁾	33.775	nicht-zentrenrelevant	1.200

¹⁾: ab 400 qm Verkaufsfläche

²⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Berechnungen

⁶⁷ Wie bereits dargestellt, hat seit der Erhebung im Frühsommer 2013 der C&A in der Brandenburger Straße eröffnet.

Stärken	Schwächen
funktional	
<ul style="list-style-type: none"> • gesamtstädtische und oberzentrale Versorgungsfunktion • vielfältiges Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot • individuelle Fachgeschäfte • Lebensmittelbetriebe als Nahversorger und Magneten • Brandenburger Straße als Haupteinkaufsachse (Konzentration großflächiger Betriebe: Supermarkt, Kaufhaus, Drogeriemarkt, Sportmarkt, Bekleidungshaus) • gelungene Innenentwicklung (z.B. Karstadt, C&A) • Vielfalt an Gastronomie und hohes, touristisches Potenzial • vergleichsweise hoher Wohnanteil 	<ul style="list-style-type: none"> • vergleichsweise wenig Verkaufsfläche für Innenstadt dieser Größe • wenige Angebote im hochpreisigen Sektor • mit sechs großflächigen Einzelhandelsbetrieben (einschließl. C&A) wenig Magneten • abseits Brandenburger Straße geringe Dichte an Einzelhandelsbetrieben und nur sehr kleinteilige Betriebsstrukturen
städtebaulich	
<ul style="list-style-type: none"> • barocke Innenstadt und Holländisches Viertel als Alleinstellungsmerkmal • hoher Vernetzungsgrad • hohe Qualität Außengastronomie • hohe Gestaltqualität öffentlicher Raum, insbesondere Fußgängerzone Brandenburger Straße • Individualität – Filialisten treten kaum in Erscheinung • lebendige Atmosphäre, insbesondere Platzebereiche am Nauener Tor und am Brandenburger Tor 	<ul style="list-style-type: none"> • eingeschränkte räumliche Entwicklungsmöglichkeiten durch Platzmangel und kleinteilige Bau- und Parzellenstruktur • Bassinplatz bietet im Ostteil (Baumhain und Grünanlage) Potenziale zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität • starke Abgrenzung von übrigen Stadtbereichen durch und breite Verkehrsachsen • teilweise geringe Passantenfrequenz abseits der Brandenburger Straße • Lesbarkeit Verkehrsregelung eingeschränkt • Auffindbarkeit Brandenburger Straße entwicklungsfähig

Brandenburger Straße und Holländisches Viertel



Quelle: eigene Fotos, Juli 2013

Empfehlungen

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt soll auch in Zukunft der vorrangige Standort für die Ansiedlung des zentrenrelevanten Einzelhandels der Landeshauptstadt Potsdam sein. Ziel sollte vor allem die Ergänzung des bestehenden, eher kleinteilig strukturierten Angebotes, durch größere Betriebe mit Magnetwirkung sein.

Hierfür sollte die konsequente Innenentwicklung, die bereits in den vergangenen Jahren beispielgebend im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt realisiert wurde (u.a. C&A) weiterhin fortgesetzt werden. Die in Karte 11 dargestellten Flächen sollten im Sinne einer möglichen Einzelhandelsentwicklung geprüft werden.

Dennoch sind angesichts der kleinteiligen Bau- und Parzellenstruktur die räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches begrenzt. Einer konsequenten Steuerungspolitik kommt daher in Potsdam besondere Bedeutung zu. Nur bei einer entsprechenden Investitionssicherheit wird es gelingen baulich schwierige Immobilien für Einzelhandelsnutzungen zu entwickeln.

Block 28 - Prüfung Innenentwicklung/ Eingang Brandenburger Straße/ Bassinplatz aufwerten



Quelle: eigene Darstellung

Angesichts der einzigartigen und qualitativ hoch attraktiven städtebaulichen Situation sollte das vorrangige Ziel in der Erhaltung dieser liegen.

Grundsätzlich sollten die innerstädtischen Teilbereiche durch gestalterische Maßnahmen noch mehr miteinander vernetzt werden. Im Bereich Friedrich-Ebert-Straße sollte der "Eingang" zur Haupteinkaufszone Brandenburger Straße gestalterisch hervorgehoben werden (z.B. Pflasterung).

Handlungsbedarf aus städtebaulicher Sicht ergibt sich zudem für den Bassinplatz am südöstlichen Rand der Innenstadt. Dieser sollte auf Grund seiner historischen Bedeutung, seiner zentralen Lage und seiner vorhandenen Qualitäten aufgewertet werden.

Wichtig erscheint dabei vor allem eine klare Funktionszuordnung der einzelnen Teilbereiche und eine Verbesserung der Lesbarkeit dieser durch gestalterische Maßnahmen.

Insbesondere die vernachlässigt wirkende Grünfläche sollte ein "Gesicht" erhalten. Die Landeshauptstadt plant hier konkret eine Qualifizierung der Fußwege und des Friedhofsvorplatzes. In Anlehnung an die ursprüngliche Bedeutung des Bassinplatzes könnte beispielsweise das Thema Wasser in Form eines besonderen Brunnens aufgenommen werden⁶⁸. Stühle als Kunstobjekte und Sitzmöbel könnte ein weiteres Projekt sein, um auf den Platz als innerstädtischen Aufenthaltsort und historisch-städtebaulich bedeutsames Ensemble aufmerksam zu machen.

Empfehlungen - funktional	Empfehlungen - städtebaulich
<ul style="list-style-type: none"> • gesamtstädtische und oberzentrale Versorgungsfunktion erhalten und stärken • Standort für großflächigen zentrenrelevanten Einzelhandel • keine wesentliche räumliche Ausdehnung • Umnutzung/ Entwicklung von Blockinnenbereichen/ Zusammenlegung von Verkaufsflächen (Beispiel Block 28) • weitere Ergänzung durch große Magnetbetriebe anstreben • Wohnen weiterhin stärken • bisherige Steuerungs politik beibehalten 	<ul style="list-style-type: none"> • Friedrich-Ebert-Straße/ Brandenburger Straße: Zugang zur Haupteinkaufsstraße im Straßenraum durch Pflasterung kennzeichnen • Bassinplatz als innerstädtischen Aufenthaltsbereich weiter entwickeln • Steigerung der Aufenthaltsqualität und der Bedeutung des Platzraumes im Umfeld des Friedhofs und der angrenzenden Grünfläche (z.B. durch Sitzmöbel und Kunstobjekte) • Verzahnung, aber Beibehaltung der Identität der Bereiche • lesbare Wegebeziehung zwischen zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und Neuer Mitte gestalten • weiterhin konsequente Anwendung der Werbeanlagensatzung

⁶⁸ In Basel ist z.B. der Tinguely-Brunnen zum Treffpunkt und zu einer Attraktion in der Innenstadt geworden.

6.4.2 Potsdamer Mitte

Die zwischen Hauptbahnhof und zentralen Versorgungsbereich Innenstadt gelegene Potsdamer Mitte ist durch sehr unterschiedliche bauliche und funktionale Strukturen geprägt. Charakteristisch ist das Nebeneinander von Gebäuden aus den 1960er und 1970er Jahren (Plattenbauten), stadtbildprägenden Gebäuden wie dem Alten Rathaus und der Nikolaikirche, barocken Gebäudeensembles z.B. um den Neuen Markt sowie dem neu errichteten Brandenburgischen Landtag in Form und Ansehen des ehemaligen Potsdamer Stadtschlusses.

Die Nutzungsstruktur ist überwiegend gekennzeichnet durch:

- öffentliche Nutzungen (u.a. Landtag, Bibliothek),
- Kulturnutzungen (u.a. Nikolaikirche, Filmmuseum im Marstall, Potsdam Museum im Alten Rathaus),
- Freizeitnutzungen (u.a. Anlegestelle Weiße Flotte, Lustgarten mit Neptunbassin) und
- Dienstleistungsnutzungen (u.a. Hotel)

Der gesamte Bereich ist momentan im Umbruch: Durch umfangreiche Baumaßnahmen (im seit 1999 förmlich festgelegten Sanierungsgebiet „Potsdamer Mitte“) soll das historische Stadtzentrum im Grund- und Aufriss wiedergewonnen werden, als Identifikationsort für die Bürger und als Anziehungspunkt für Gäste.

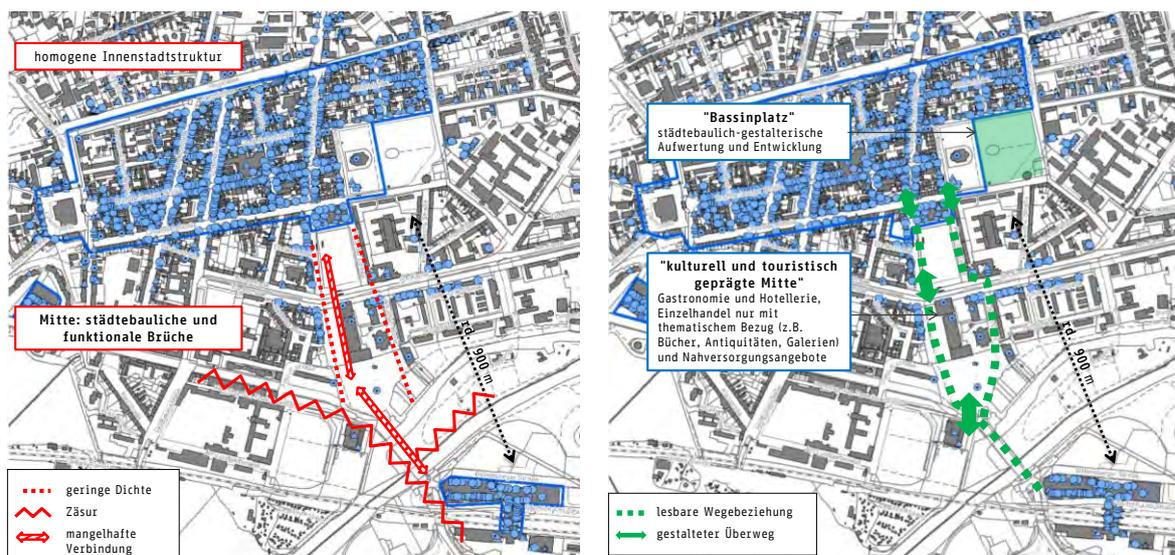
Potsdamer Mitte



Quelle: eigene Fotos, Juli 2013

Neben dem Abriss und Neubau von Gebäuden bzw. Sanierung geht es vor allem darum den öffentlichen Raum, d.h. Straßen und Platzfolgen, entsprechend dem historischen Stadtgrundriss (bis 1945) wiederherzustellen und aufzuwerten.

Potsdamer Mitte - Defizitbetrachtung und Empfehlungen



Quelle: eigene Darstellung

Empfehlungen

Vor dem Hintergrund der Sanierungsziele für die Potsdamer Mitte, der bestehenden Nutzungsstrukturen und der im vorliegenden Konzept erarbeitenden Erkenntnisse ergeben sich folgende Empfehlungen aus Sicht des Einzelhandelskonzeptes:

Angesichts der Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt und der bestehenden städtebaulichen Strukturen sollte keine Erweiterung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt in Richtung Potsdamer Mitte stattfinden. Die Überdehnung von Innenstädten/ zentralen Versorgungsbereichen führt erfahrungsgemäß zur Verlagerung von Passantenströmen und in der Folge zu Leerständen.

Angesichts der Nähe zu den beiden bedeutenden Einkaufsstandorten Innenstadt und Bahnhofspassage sowie zum Markt-Center ist die Schaffung eines weiteren Nahversorgungszentrums/ Stadtteilzentrums im Bereich Potsdamer Mitte nicht zu empfehlen.

Entsprechend den Grundsätzen der vorliegenden Untersuchung wäre somit in der Potsdamer Mitte lediglich nahversorgungsrelevanter Einzelhandel zur Gebietsversorgung möglich. Darüber hinaus könnten Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten angesiedelt werden.

Da es sich bei der Potsdamer Mitte jedoch um einen Bereich handelt in dem sich zentrale Funktionen (u.a. Landtag, Museen) der Landeshauptstadt befinden und der historisch bzw. städtebaulich-architektonisch von hoher Bedeutung ist, bedarf es einer gesonderten Bewertung im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes.

Grundsätzlich sollte Einzelhandel im Bereich der Potsdamer Mitte nur eine ergänzende Funktion haben. Im Hinblick auf die touristische Bedeutung und den Arbeitsplatzstandort Landtag sollten vielmehr Hotels und gastronomische Betriebe im Mittelpunkt der künftigen Nutzungsüberlegungen stehen.

Das Einzelhandelsangebot in der Potsdamer Mitte sollte thematisch zu den bestehenden Nutzungen passen. Vorstellbar wären hier beispielsweise eine Buchhandlung im Umfeld der Bibliothek, Antiquitätengeschäfte, Galerien und Möbelgeschäfte⁶⁹.

Wenngleich diese Ziele über das Einzelhandelskonzept nur eingeschränkt steuerbar sind, so kann die Landeshauptstadt Potsdam als Eigentümer der Flächen über entsprechende Verträge auf die Vorhaben einwirken.

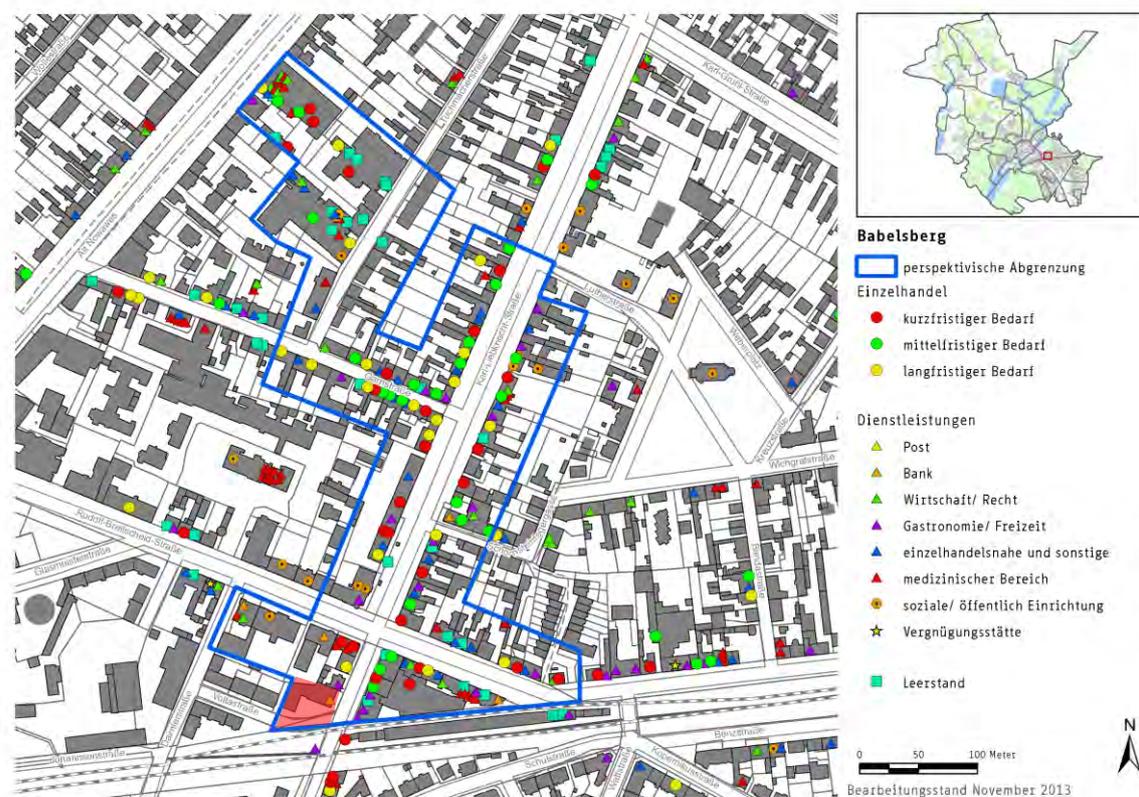
⁶⁹ Angesichts der Flächenknappheit in der Innenstadt, könnte die Potsdamer Mitte auch Entlastungsbe-
reich für nicht-zentrenrelevante Sortimente, z.B. Möbel und Leuchten, sein.

6.4.3 Stadtteilzentrum Babelsberg

Lage und Abgrenzung

Das Stadtteilzentrum Babelsberg liegt südöstlich der Potsdamer Innenstadt und erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Karl-Liebknecht-Straße und der Rudolf-Breitscheid-Straße. Die Abgrenzung des Stadtteilzentrums ergibt sich aus der Dichte des Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatzes. Wenngleich zum Standort Weberpark Besatzlücken bestehen, wird dieser auf Grund seiner Bedeutung für die Nahversorgung in die Abgrenzung einbezogen.

Karte 12: Stadtteilzentrum Babelsberg



Quelle: eigene Erhebung und Begehung Mai bis Juni 2013; eigene Darstellung

Städtebaulich-funktionale Situation

Im Vergleich zum Stadtteilzentrum Waldstadt und den Nahversorgungszentren von Potsdam ist für das Stadtteilzentrum Babelsberg vor allem die hohe Anzahl an Einzelhandelsbetrieben prägend.

Angesichts der vielfältigen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe sowie der städtebaulichen Prägung handelt es sich hier um ein klassisches Stadtteilzentrum mit Versorgungsfunktion für die Stadtteilbewohner.

Tab. 17: Einzelhandelsangebot Stadtteilzentrum Babelsberg

Stadtteilzentrum Babelsberg		Sortimente	Verkaufsfläche in qm ²⁾
Betriebe insgesamt	74	nahversorgungsrelevant	3.100
Lebensmittelbetriebe ¹⁾	2	sonstige zentrenrelevant	2.900
Gesamtverkaufsfläche in qm ²⁾	6175	nicht-zentrenrelevant	175

¹⁾: ab 400 qm Verkaufsfläche

²⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Berechnungen

Stärken	Schwächen
<p>funktional</p> <ul style="list-style-type: none"> • Versorgungsfunktion für den Stadtteil Babelsberg • vielfältiges Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot • individuelle Fachgeschäfte • gesicherte Nahversorgung durch mehrere Lebensmittelbetriebe • viel Gastronomie • Kulturhaus • attraktives Wohnviertel • hervorragende ÖPNV-Anbindung 	<ul style="list-style-type: none"> • kaum Angebote in Konkurrenzsituation • kleinteilige Betriebsstruktur • eingeschränkte räumliche Entwicklungsmöglichkeiten • Leerstände Weberpark • eingeschränkte Anbindung Weberpark (Besatzlücken)
<p>städtebaulich</p> <ul style="list-style-type: none"> • prägnanter Rathausbau • sanierte, historische Gebäudestruktur • Qualität Außengastronomie • hohe Gestaltqualität öffentlicher Raum entlang Karl-Liebknecht-Straße • lebendige Atmosphäre • hohe Identitätsfunktion 	<ul style="list-style-type: none"> • Trennwirkung Gleisanlagen und breiter Straßenraum Rudolf-Breitscheid-Straße • hohes Verkehrsaufkommen • z.T. Gestaltungsdefizite öffentlicher Raum Rudolf-Breitscheid-Straße

Stadtteilzentrum Babelsberg



Quelle: eigene Fotos, Juli 2013

Empfehlungen

Das Stadtteilzentrum Babelsberg sollte hinsichtlich seiner Versorgungsfunktion für den Stadtteil erhalten und gestärkt werden, d.h. neben einem vielfältigen Nahversorgungsangebot sollten hier auch künftig sonstige zentrenrelevante Sortimente angeboten werden.

Angesichts der geringen räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten innerhalb des Stadtteilzentrums sollte insbesondere das Postgrundstück im Hinblick auf eine künftige Einzelhandelsentwicklung geprüft werden. Darüber hinaus sollte geprüft werden, inwieweit durch Umnutzung, Zusammenlegung von Verkaufsflächen und Nutzung von untergenutzten Flächen größere zusammenhängende Verkaufsflächen geschaffen werden können.

Empfehlungen - funktional	Empfehlungen - städtebaulich
<ul style="list-style-type: none">• vorrangig nahversorgungsrelevante und sonstige zentrenrelevante Sortimente (standortgerechte Dimension)• keine wesentliche räumliche Ausdehnung Stadtteilzentrum Babelsberg• Prüfung Innenentwicklung, u.a. Postgrundstück• Leerstände im Weberpark nutzen• Erhaltung Supermarkt Rudolf-Breitscheid-Straße durch konsequente Steuerungspolitik• Multifunktionalität erhalten und stärken (Kino und Kulturhaus als wichtige Identifikationspunkte unterstützen)	<ul style="list-style-type: none">• Straßenraum Rudolf-Breitscheid-Straße aufwerten• Querungsmöglichkeiten im gesamten Zentrumsbereich schaffen• Anbindung Weberpark verbessern

6.4.4 Stadtteilzentrum Waldstadt

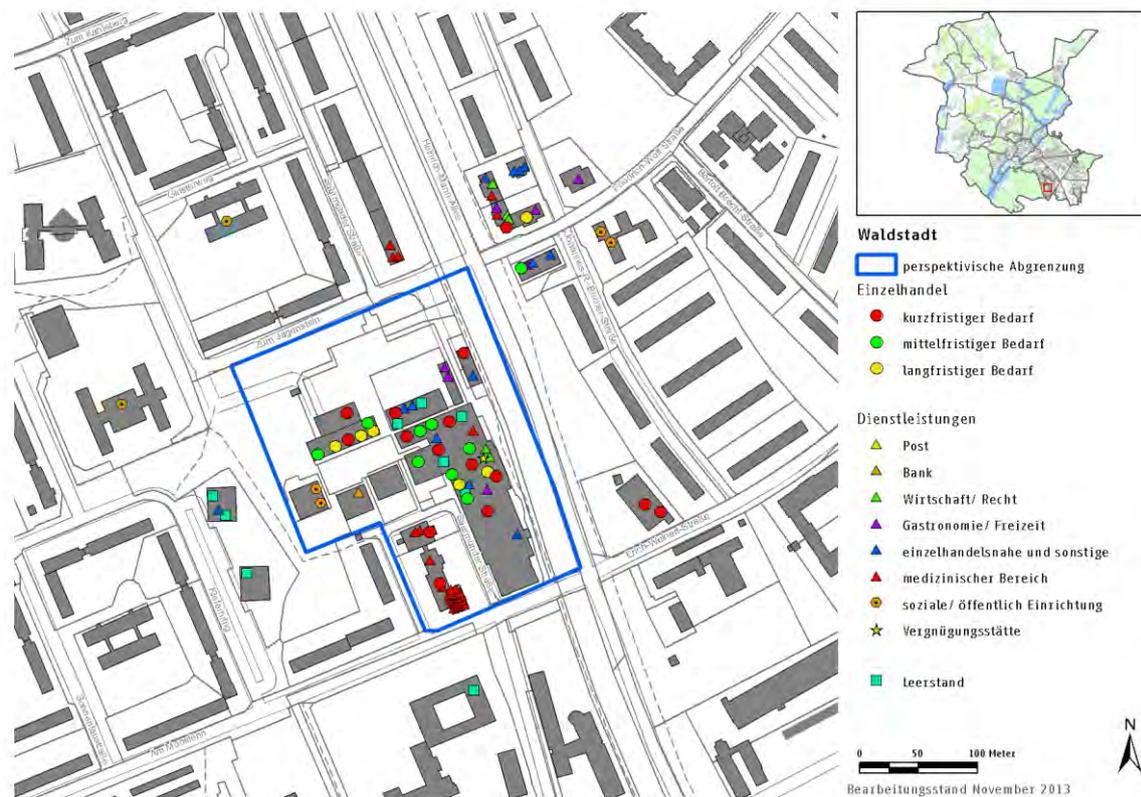
Lage und Abgrenzung

Das Stadtteilzentrum Waldstadt liegt im Potsdamer Süden und ist anders als das historisch geprägte Stadtteilzentrum Babelsberg von Geschosswohnungsbauten der 70er Jahre umgeben.

Das Stadtteilzentrum besteht im Wesentlichen aus einem eingeschossigen Gebäudekomplex mit verschiedenen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben und einigen angrenzenden Gebäuden.

Auf Grund der erheblichen Trennwirkung der Heinrich-Heine-Allee (breiter Straßenraum Straßenbahntrasse) werden die östlich der Verkehrsachse gelegenen Nutzungen nicht in die Abgrenzung des Stadtteilzentrums einbezogen.

Karte 13: Stadtteilzentrum Waldstadt



Quelle: eigene Erhebung und Begehung Mai bis Juni 2013; eigene Darstellung

Städtebaulich-funktionale Situation

Auffällig ist die im Vergleich zum Stadtteilzentrum Babelsberg höhere Gesamtverkaufsfläche und deutlich geringere Betriebszahl. Nahezu die Hälfte der Gesamtverkaufsfläche des Stadtteilzentrums Waldstadt wird durch einen großen Supermarkt wahrgenommen.

Tab. 18: Einzelhandelsangebot Stadtteilzentrum Waldstadt

Stadtteilzentrum Waldstadt		Sortimente	Verkaufsfläche in qm ²⁾
Betriebe insgesamt	30	nahversorgungsrelevant	4.925
Lebensmittelbetriebe ¹⁾	2	sonstige zentrenrelevant	2.250
Gesamtverkaufsfläche in qm ²⁾	7.550	nicht-zentrenrelevant	375

¹⁾: ab 400 qm Verkaufsfläche

²⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Berechnungen

Stärken	Schwächen
funktional	
<ul style="list-style-type: none"> • Versorgungsfunktion für die Wohngebiete im Umfeld • gesicherte Nahversorgung, insbesondere durch einen großen Supermarkt und einen Drogeriemarkt • ergänzende Angebote durch zentrenrelevante Sortimente, u.a. Bekleidung • stabile Einzelhandelsstruktur durch relativ große Betriebsstrukturen • ergänzendes Dienstleistungsangebot • hervorragende ÖPNV-Anbindung 	<ul style="list-style-type: none"> • kaum Angebote in Konkurrenzsituation • geringe Vielfalt, Mangel an individuellen Fachgeschäften • z.T. Leerstände
städtebaulich	
<ul style="list-style-type: none"> • wetterunabhängige Einkaufsmöglichkeit 	<ul style="list-style-type: none"> • wenig attraktiver eingeschossiger Gebäudekomplex/ modernisierungsbedürftig • leerstehende, sanierungsbedürftige Gebäude westlich des Waldstadt-Centers • kein attraktives Umfeld mit Aufenthaltsqualität (vorgelagerter Parkplatz) • keine Zentrumsfunktion außerhalb der Geschäftsöffnungszeiten

Stadtteilzentrum Waldstadt



Quelle: eigene Fotos, Juli 2013

Für das Waldstadt-Center ist eine Erweiterung geplant. Diese betrifft im Wesentlichen die Sortimente Nahrungs-/ Genussmittel (rd. 600 qm Verkaufsfläche), Schuhe (rd. 375 qm Verkaufsfläche) und Bekleidung (rd. 2.100 qm Verkaufsfläche)⁷⁰.

Grundsätzlich ist in einem Stadtteilzentrum die Ansiedlung zusätzlicher nahversorgungs- und zentrenrelevanter Verkaufsflächen nach den Grundsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung zulässig.

Hinsichtlich der standortgerechten Dimensionierung im nahversorgungsrelevanten Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel ist auf die Einwohnerzahl im 1.000 Meter-Radius unter Berücksichtigung nahegelegener Zentren abzustellen. Die dem Stadtteilzentrum Waldstadt zuzuordnende Einwohnerzahl beträgt demnach rd. 14.150 Einwohner. Die Verkaufsfläche des Waldstadt-Centers⁷¹ im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel soll nach der Erweiterung rd. 6.500 qm Mietfläche, entsprechend rd. 4.175 qm Verkaufsfläche, betragen. Demzufolge ist auch nach der Erweiterung eine standortgerechte Dimensionierung gegeben.

Hinsichtlich der geplanten Erweiterung in den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten, insbesondere Bekleidung und Schuhe, sind nach den Grundsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung nicht großflächige Betriebe mit entsprechendem Angebotsschwerpunkt grundsätzlich zulässig. Hinsichtlich großflächiger Betriebe mit sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten ist eine standortgerechte Dimensio-

⁷⁰ In den zur Verfügung gestellten Planunterlagen wurden nur Mietflächen angegeben; davon wurden je rd. zwei Drittel als Verkaufsfläche angesetzt.

⁷¹ Zur Vorhabenbewertung werden allein die (Verkaufs-)Flächen des Waldstadt-Centers herangezogen, welches mit dem Stadtteilzentrum Waldstadt nahezu identisch ist.

nierung erforderlich⁷². Angesichts der Größenordnung des Vorhabens erscheint die Prüfung der standortgerechten Dimensionierung im Rahmen einer gesonderten Verträglichkeitsuntersuchung sinnvoll.

Empfehlungen

Das Stadtteilzentrum Waldstadt sollte hinsichtlich seiner Versorgungsfunktion für die umliegenden Wohngebiete erhalten und qualitativ, d.h. vor allem als Treff- und Identifikationspunkt weiterentwickelt werden.

Empfehlungen - funktional	Empfehlungen - städtebaulich
<ul style="list-style-type: none"> • Erhaltung der Versorgungsfunktion für die Wohngebiete im Umfeld • vorrangig nahversorgungsrelevante und sonstige zentrenrelevante Sortimente (standortgerechte Dimension) • keine wesentliche räumliche Ausdehnung, sondern Umbau und Modernisierung im Bestand 	<ul style="list-style-type: none"> • Modernisierung des Einkaufszentrums und der angrenzenden Gebäude bzw. z.T. Abriss • Umfeldgestaltung und Neuordnung des Parkplatzes • Verbesserung der Wegeführung • Schaffung eines öffentlichen Bereiches, der auch außerhalb der Ladenöffnungszeiten als Treffpunkt dienen kann

⁷² Nach den zur Verfügung stehenden Unterlagen zur geplanten Erweiterung des Waldstadt-Centers ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit sonstigem zentrenrelevanten Sortiment (Bekleidung) und einer Verkaufsfläche von rd. 1.050 qm beabsichtigt.

6.4.5 Nahversorgungszentrum Bornstedt - Potsdamer Straße

Lage und Abgrenzung

Das Nahversorgungszentrum Bornstedt - Potsdamer Straße liegt nordwestlich der Potsdamer Innenstadt und erstreckt sich beiderseits der Potsdamer Straße. Die Abgrenzung ergibt sich im Wesentlichen aus dem Nutzungsbesatz und stellt eine geringfügige Erweiterung gegenüber 2008 dar.

Nördlich der Potsdamer Straße befindet sich ein Gebäudekomplex (90er Jahre) mit verschiedenen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben. Der Bereich südlich der Potsdamer Straße ist durch einzelnstehende Gebäude geprägt.

Karte 14: Nahversorgungszentrum Bornstedt - Potsdamer Straße



Quelle: eigene Erhebung und Begehung Mai bis Juni 2013; eigene Darstellung

Städtebaulich-funktionale Situation

Das Nahversorgungszentrum weist neben einem Lebensmitteldiscounter und einem kleinen Supermarkt verschiedene Betriebe auf, die der Nahversorgung dienen. Zudem gibt es einige Betriebe mit sonstigen zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten.

Tab. 19: Einzelhandelsangebot Nahversorgungszentrum Bornstedt - Potsdamer Straße

Nahversorgungszentrum Bornstedt- Potsdamer Straße		Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾
Betriebe insgesamt	23	nahversorgungsrelevant	2.450
Lebensmittelbetriebe ¹⁾	2	sonstige zentrenrelevant	500
Gesamtverkaufsfläche in qm ²⁾	3.450	nicht-zentrenrelevant	500

¹⁾: ab 400 qm Verkaufsfläche

²⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Berechnungen

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> • vielfältige Nahversorgungsangebote • einige individuelle Fachgeschäfte • verschiedene Dienstleistungsangebote im Bornstedt Carree • relativ moderner Gebäudekomplex Bornstedt Carree - überdachte Einkaufsmöglichkeit 	<ul style="list-style-type: none"> • kleinteilige Betriebsstruktur im Bornstedt Carree • städtebaulicher ungeordneter Bereich südlich Potsdamer Straße und z.T. schlechter Gebäudezustand • breiter Straßenraum Potsdamer Straße mit erheblicher Trennwirkung • hohes Verkehrsaufkommen • eingeschränkte Querungsmöglichkeiten für Fußgänger und Autofahrer • Entwicklungsbedarf Gestaltung öffentlicher Raum

Nahversorgungszentrum Bornstedt - Potsdamer Straße



Quelle: eigene Fotos, Juli 2013

Das Angebot soll durch die Ansiedlung eines Supermarktes und die Erweiterung des bestehenden Lebensmitteldiscounters erweitert werden. Die Gesamtverkaufsfläche der beiden Lebensmittelbetriebe soll rd. 2.900 qm Verkaufsfläche betragen.

Das Vorhaben entspricht in Bezug auf die räumliche Entwicklung (geringfügige Ausdehnung) und die Sortimente den Grundsätzen/ Leitlinien zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung der Landeshauptstadt Potsdam. Angesichts

- der Nähe zu den Nahversorgungszentren Bornstedter Feld - Pappelallee und Bornstedter Feld - Nedlitzer Straße, in denen das Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel ebenfalls erweitert wird, und

- der - unter Berücksichtigung des nahegelegenen Zentrums Bornstedter Feld - Pappelallee - vergleichsweise geringen Einwohnerzahl im näheren Umfeld des Zentrums Bornstedt - Potsdamer Straße

ist die Entwicklung insbesondere im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel nach Realisierung aller Vorhaben in den drei benachbarten Nahversorgungszentren Bornstedt - Potsdamer Straße, Bornstedter Feld - Pappelallee und Bornstedter Feld - Nedlitzer Straße zu beobachten.

Empfehlungen

Das Nahversorgungszentrum Bornstedt - Potsdamer Straße sollte keine weitere wesentliche räumliche Ausdehnung erfahren. Bei der geplanten Entwicklung des Bereiches südlich der Potsdamer Straße sollte eine entsprechende Umfeldgestaltung und eine anspruchsvolle Bebauung berücksichtigt werden. Das kleinteilig strukturierte Bornstedt Carree sollte künftig vor allem als Dienstleistungskomplex profiliert werden.

Empfehlungen - funktional	Empfehlungen - städtebaulich
<ul style="list-style-type: none"> • vorrangig nahversorgungsrelevante Sortimente • Lebensmittelbetriebe auch großflächig, sofern standortgerecht dimensioniert • keine wesentliche räumliche Ausdehnung • Überplanung/ Neuordnung des Bereiches südlich der Potsdamer Straße ist in Planung • Bornstedt Carree eher für Dienstleistungsnutzungen geeignet (kleinteilige Ladenstrukturen) 	<ul style="list-style-type: none"> • Aufwertung/ Neuordnung des Bereiches südlich Potsdamer Straße • Gestaltung öffentlicher Raum/ Lesbarkeit Nahversorgungszentrum • Gestaltung von Querungsmöglichkeiten Potsdamer Straße

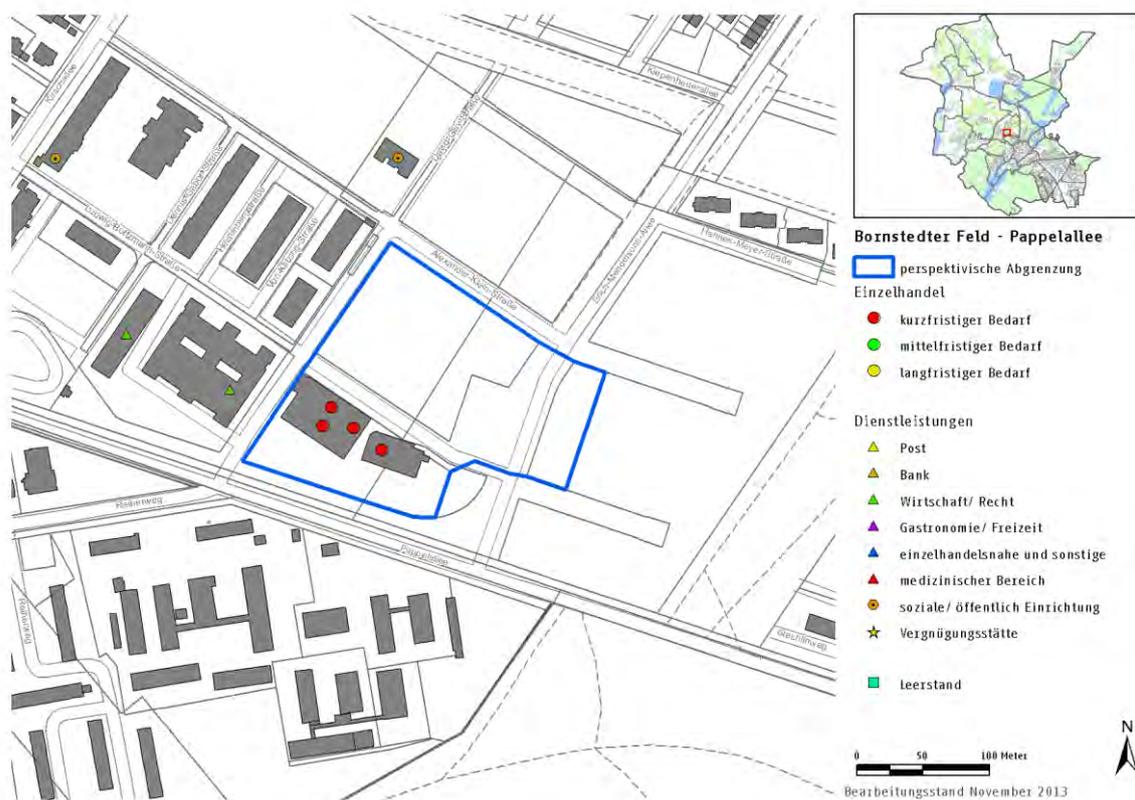
6.4.6 Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Bornstedter Feld - Pappelallee

Lage und Abgrenzung

Das Nahversorgungszentrum liegt nordöstlich der Potsdamer Innenstadt im Bereich Pappelallee/ Alexander-Klein-Straße/ David-Gilly-Straße. Südlich der Pappelallee befinden sich Wohngebiete; nördlich und östlich an das Nahversorgungszentrum angrenzend ist weiterer Wohnungsbau geplant.

Die Abgrenzung erfolgte auf Grundlage der Bestandssituation und der künftigen Planungen zur Entwicklung des Nahversorgungszentrums entsprechend den Angaben der Landeshauptstadt Potsdam.

Karte 15: Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf Bornstedter Feld - Pappelallee



Quelle: eigene Erhebung und Begehung Mai bis Juni 2013; eigene Darstellung

Städtebaulich-funktionale Situation

Das Zentrum weist sehr wenige Einzelhandelsbetriebe und keinerlei Dienstleistungsnutzungen auf. Zudem beschränkt sich das Zentrum auf zwei Gebäude mit den

Einzelhandelsbetrieben und einen vorgelagerten Parkplatz, so dass kein zentraler Versorgungsbereich besteht.

Tab. 20: Einzelhandelsangebot Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Bornstedter Feld- Pappelallee

Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf Bornstedter Feld – Pappelallee		Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾
Betriebe insgesamt	5	nahversorgungsrelevant	2.325
Lebensmittelbetriebe ¹⁾	2	sonstige zentrenrelevant	0
Gesamtverkaufsfläche in qm ²⁾	2.350	nicht-zentrenrelevant	25

¹⁾: ab 400 qm Verkaufsfläche

²⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Berechnungen

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> • umfangreiches Lebensmittelangebot • Nahversorgungsfunktion für Umfeldbewohner 	<ul style="list-style-type: none"> • keine Vielfalt hinsichtlich Einzelhandelsangebot • keine Dienstleistungsangebote • autokundenorientierter Standort • mangelnde Umfeldgestaltung • mangelnde Wegebeziehung zum Wohngebiet südlich Pappelallee

Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Bornstedter Feld - Pappelallee



Quelle: eigene Fotos, Juli 2013

Im Nahversorgungszentrum ist die Erweiterung des dort derzeit angesiedelten Supermarktes beabsichtigt. Letztlich ist - analog zum Planvorhaben im Nahversorgungszentrum Bornstedt - Potsdamer Straße - angesichts

- der räumlichen Nähe der Zentren Bornstedter Feld - Pappelallee, Bornstedter Feld - Nedlitzer Straße und Bornstedt - Potsdamer Straße sowie
- der jeweiligen bevorstehenden Angebotserweiterung

die Entwicklung insbesondere im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel nach Realisierung aller Vorhaben in den drei o.g. Nahversorgungszentren zu beobachten.

Empfehlungen

Die Landeshauptstadt Potsdam beabsichtigt angesichts der Wohnbauentwicklung im Umfeld die Entwicklung eines Nahversorgungszentrums. Die künftige Einzelhandelsentwicklung im Zentrum sollte dabei der Versorgung der umliegenden - bestehenden und zukünftigen - Wohnbereiche unter Berücksichtigung der Versorgungsfunktion der o.g. benachbarten Zentren entsprechen. Das Nahversorgungszentrum weist vor allem Entwicklungsbedarf hinsichtlich der städtebaulichen Situation, der Wegeführung und im Hinblick auf ergänzende Dienstleistungsnutzungen auf.

Empfehlungen - funktional	Empfehlungen - städtebaulich
<ul style="list-style-type: none">• vorrangig nahversorgungsrelevante Sortimente• Lebensmittelbetriebe auch großflächig, sofern standortgerecht dimensioniert• Ergänzung durch Dienstleistungsbetriebe (u.a. Friseur, Gastronomie)	<ul style="list-style-type: none">• städtebauliche Integration• keine "Pappschachtelarchitektur"• Gestaltung öffentlicher Raum/ Lesbarkeit Nahversorgungszentrum• Gestaltung von Querungsmöglichkeiten/ Wegebeziehungen

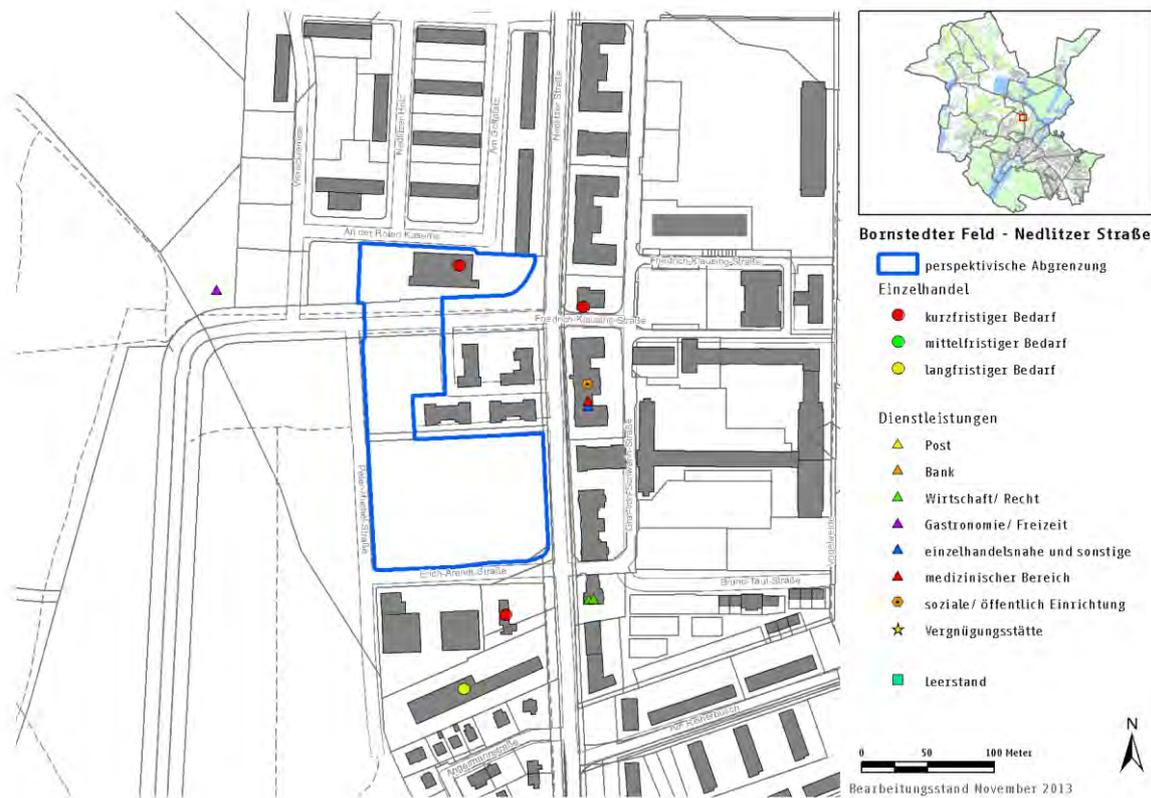
6.4.7 Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Bornstedter Feld - Nedlitzer Straße

Lage und Abgrenzung

Das Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf liegt nördlich der Potsdamer Innenstadt im Bereich Nedlitzer Straße/ Georg-Hermann-Allee/ Erich-Arendt-Straße.

Die Abgrenzung erfolgte auf Grundlage der Bestandssituation und der künftigen Planungen zur Entwicklung des Nahversorgungszentrums entsprechend den Angaben der Landeshauptstadt Potsdam.

Karte 16: Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Bornstedter Feld - Nedlitzer Straße



Quelle: eigene Erhebung und Begehung Mai bis Juni 2013; eigene Darstellung

Städtebaulich-funktionale Situation

Momentan befinden sich im künftigen Nahversorgungszentrum lediglich ein Lebensmitteldiscounter und eine Bäckerei mit Nahversorgungsfunktion für die Umfeldbewohner.

Geplant ist die Ansiedlung verschiedener Betriebe mit nahversorgungsrelevanten und sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten, um die westlich angrenzenden, künftigen Wohnbereiche zu versorgen. Dabei handelt es sich um die Ansiedlung eines Supermarktes und eines Biomarktes mit insgesamt rd. 2.550 qm Verkaufsfläche, eines Drogeriemarktes mit rd. 650 qm Verkaufsfläche und eines Bekleidungsmarktes mit rd. 350 qm geplant. Wiederum analog zum Planvorhaben im Nahversorgungszentrum Bornstedt - Potsdamer Straße ist angesichts

- der räumlichen Nähe der Zentren Bornstedter Feld - Pappelallee, Bornstedter Feld - Nedlitzer Straße und Bornstedt - Potsdamer Straße sowie
 - der jeweiligen bevorstehenden Angebotserweiterung
- die Entwicklung insbesondere im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel nach Realisierung aller Vorhaben in den drei o.g. Nahversorgungszentren zu beobachten.

Tab. 21: Einzelhandelsangebot Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Bornstedter Feld - Nedlitzer Straße

Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf Bornstedter Feld - Nedlitzer Straße		Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾
Betriebe insgesamt	1	nahversorgungsrelevant	700
Lebensmittelbetriebe ¹⁾	1	sonstige zentrenrelevant	0
Gesamtverkaufsfläche in qm ²⁾	825	nicht-zentrenrelevant	125

¹⁾: ab 400 qm Verkaufsfläche

²⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Berechnungen

Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Bornstedter Feld - Nedlitzer Straße



Quelle: eigene Fotos, Juli 2013

Empfehlungen

Die Landeshauptstadt Potsdam beabsichtigt angesichts der Wohnbauentwicklung im Umfeld die Entwicklung eines Nahversorgungszentrums am Standort Nedlitzer Straße.

Die künftige Einzelhandelsentwicklung im Zentrum sollte aus Gutachtersicht dabei maßstabsgerecht dimensioniert sein.

Das Nahversorgungszentrum sollte hinsichtlich seiner baulichen und städtebaulichen Strukturen anspruchsvoll gestaltet werden. Ziel sollte die Etablierung eines Treffpunktes mit Identifikationsfunktion sein.

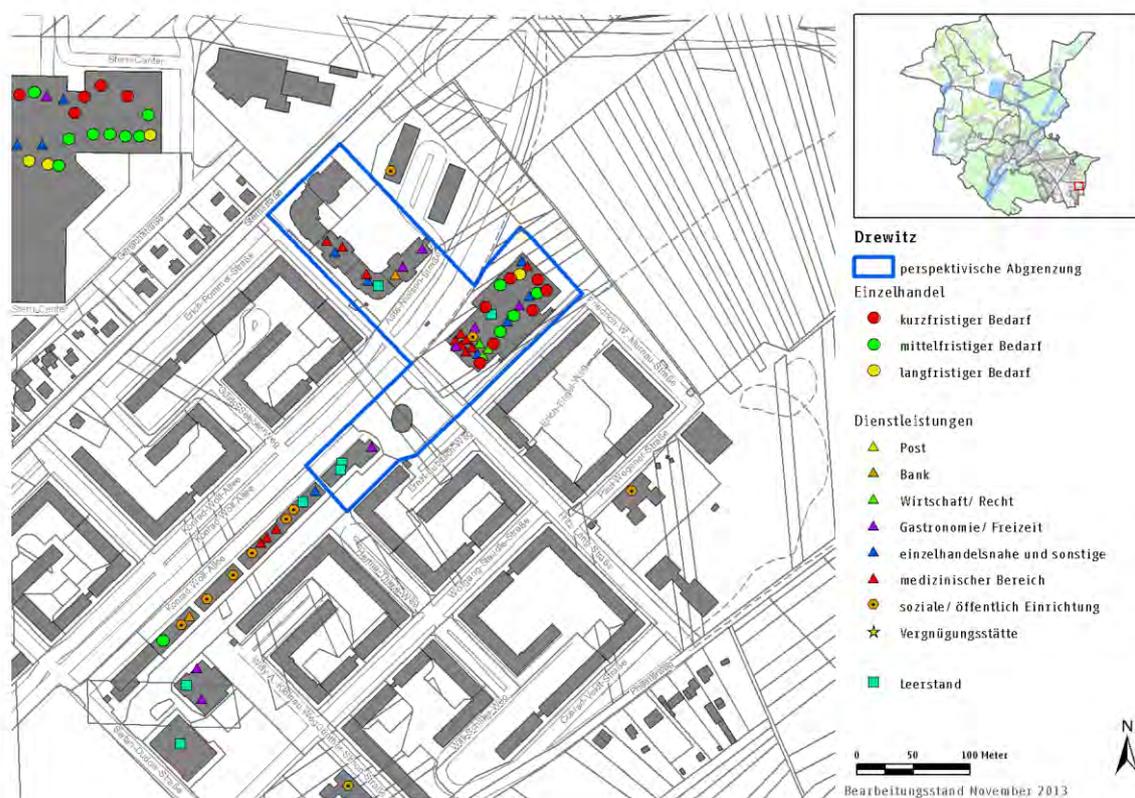
6.4.8 Nahversorgungszentrum Drewitz

Lage und Abgrenzung

Das Nahversorgungszentrum Drewitz liegt am südöstlichen Stadtrand von Potsdam, in unmittelbarer Nähe zum Stern-Center. Das Zentrum nimmt Nahversorgungsfunktion für die Wohnbevölkerung wahr.

Das Nahversorgungszentrum wird im Wesentlichen durch das Havel-Nuthe-Center geprägt. In die Abgrenzung wird zudem ein benachbarter Dienstleistungskomplex einbezogen.

Karte 17: Nahversorgungszentrum Drewitz



Quelle: eigene Erhebung und Begehung Mai bis Juni 2013; eigene Darstellung

Städtebaulich-funktionale Situation

Im Nahversorgungszentrum Drewitz befinden sich neben zwei Lebensmittelbetrieben vor allem Angebote im nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich. Für ein Nahversorgungszentrum ist das Angebot relativ vielfältig.

Tab. 22: Einzelhandelsangebot Nahversorgungszentrum Drewitz

Nahversorgungszentrum Drewitz		Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾
Betriebe insgesamt	12	nahversorgungsrelevant	1.675
Lebensmittelbetriebe ¹⁾	2	sonstige zentrenrelevant	600
Gesamtverkaufsfläche in qm ²⁾	3.325	nicht-zentrenrelevant	1.050

¹⁾: ab 400 qm Verkaufsfläche

²⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Berechnungen

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> • umfangreiches Lebensmittelangebot • Nahversorgungsfunktion für Umfeldbewohner • vielfältiges Einzelhandelsangebot • medizinische Angebote • moderner Dienstleistungskomplex mit Hotel und Gastronomie • hervorragende Anbindung ÖPNV 	<ul style="list-style-type: none"> • Modernisierungsbedarf Havel-Nuthe-Center/ introvertiert/ dunkel • kein direkter Zugang vom Parkplatz zum Center • Gestaltungsdefizite öffentlicher Raum und Wegeführung

Nahversorgungszentrum Drewitz



Quelle: eigene Fotos, Juli 2013

Empfehlungen

Das Nahversorgungszentrum Drewitz nimmt wichtige Versorgungsfunktion für die Anwohner des angrenzenden Wohngebietes wahr und sollte deshalb erhalten und gestärkt werden. In diesem Zusammenhang erscheint insbesondere eine Modernisierung des Havel-Nuthe-Centers von Bedeutung.

Auf Grund der unmittelbaren Nähe zum Stern-Center sind die Entwicklungschancen des Nahversorgungszentrums ohnehin als sehr begrenzt einzuschätzen

Empfehlungen - funktional	Empfehlungen - städtebaulich
<ul style="list-style-type: none"> • vorrangig nahversorgungsrelevante Sortimente • Lebensmittelbetriebe auch großflächig, sofern maßstabsgerecht 	<ul style="list-style-type: none"> • Verbesserung Parkplatzsituation/ direkten Zugang zum Center ermöglichen • Havel-Nuthe-Center modernisieren/ "öffnen" • Einbeziehung Dienstleistungskomplex (Hotel und Gastronomie)

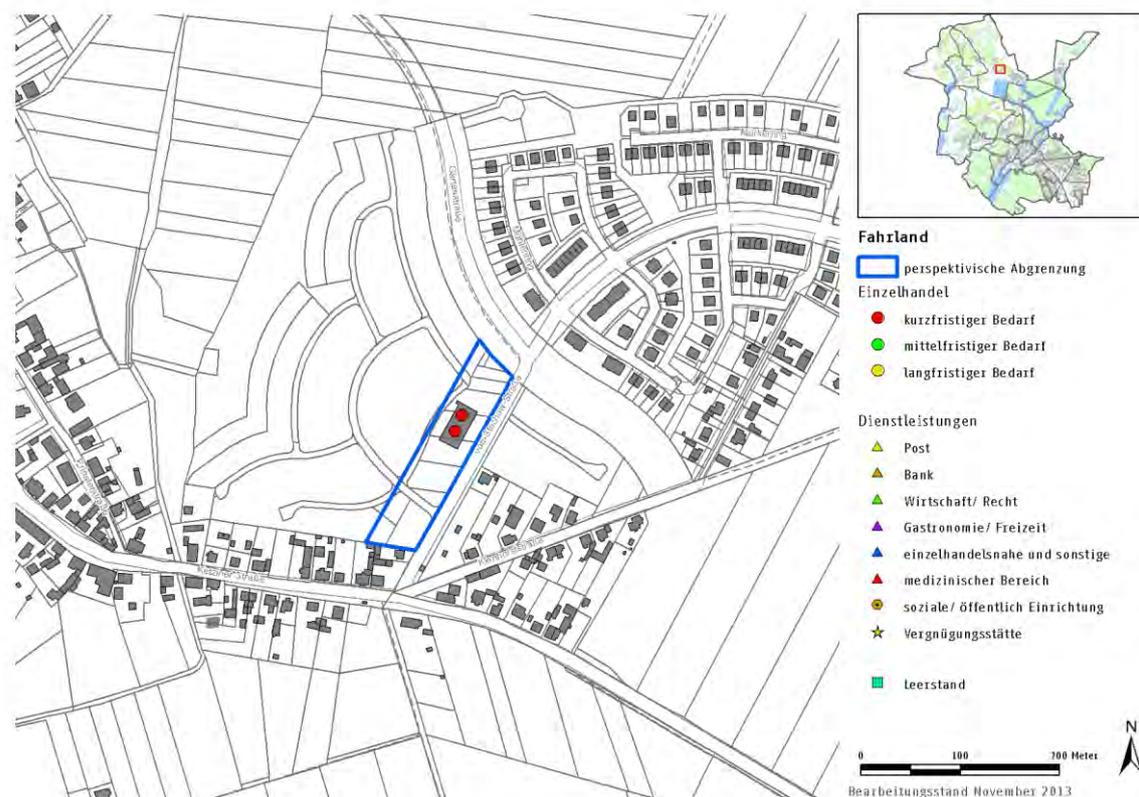
6.4.9 Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Fahrland

Lage und Abgrenzung

Der Stadtteil Fahrland liegt im dünn besiedelten Potsdamer Norden, nördlich des Fahrländer Sees. Zwischen dem dörflichen Ortskern von Fahrland und den Neubaugebieten befinden sich an der von Stechow-Straße ein Lebensmittelmarkt und eine Bäckerei. Unmittelbar angrenzend entstehen momentan weitere Wohngebäude, sodass der Standort künftig von Wohnbebauung umgeben sein wird.

Angesichts der isolierten Lage des Stadtteils und der deutlichen Entfernung zu anderen Versorgungsstandorten erscheint die Entwicklung eines Nahversorgungszentrums am Standort des Lebensmittelmarktes sinnvoll. Die Abgrenzung erfolgte anhand von Plangrundlagen der Landeshauptstadt Potsdam.

Karte 18: Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Fahrland



Quelle: eigene Erhebung und Begehung Mai bis Juni 2013; eigene Darstellung

Städtebaulich-funktionale Situation

Der Standort nimmt momentan wichtige Nahversorgungsfunktionen für die Bewohner von Fahrland wahr. Im Hinblick auf ein Nahversorgungszentrum ist das Nahversor-

gungsangebot jedoch unvollständig und zu gering. Darüber hinaus fehlen ergänzende Dienstleistungsangebote.

Tab. 23: Einzelhandelsangebot Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Fahrland

Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Fahrland		Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾
Betriebe insgesamt	2	nahversorgungsrelevant	625
Lebensmittelbetriebe ¹⁾	1	sonstige zentrenrelevant	25
Gesamtverkaufsfläche in qm ²⁾	650	nicht-zentrenrelevant	0

¹⁾: ab 400 qm Verkaufsfläche

²⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Berechnungen

Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Fahrland



Quelle: eigene Fotos, Juli 2013

Innerhalb des Nahversorgungszentrums mit Entwicklungsbedarf Fahrland sowie unmittelbar an dieses angrenzend ist eine Stärkung der Bestandsstrukturen durch die Erweiterung des bestehenden Supermarktes sowie die Ansiedlung weiterer Läden mit nahversorgungsrelevantem Angebotsschwerpunkt (z.B. Apotheke) und korrespondierender Dienstleistungen (z.B. Arzt) beabsichtigt. Weiterhin ist im unmittelbaren Umfeld des Zentrums weitere Wohnbebauung geplant.

Dem Vorhaben wird grundsätzlich zugestimmt, da

- das Zentrum sich vergleichsweise zentral innerhalb der bestehenden und geplanten Wohnsiedlungsbereiche des Stadtteils befindet,
- dem Zentrum auf Grund der peripheren Lage der Wohnsiedlungsbereiche zu den Kernsiedlungsbereichen in jedem Fall eine stadtteilbezogene Versorgungsfunktion zukommt und
- vor dem Hintergrund der derzeitigen Zahl von rd. 3.700 Einwohnern im Stadtteil Fahrland das erforderliche Kaufkraftpotenzial selbst für einen großflächigen Lebensmittelbetrieb und arrondierende Läden zur Gebietsversorgung gegeben ist.

Empfehlungen

Die Entwicklung eines Nahversorgungszentrums im Stadtteil Fahrland ist im Hinblick auf eine gesicherte Nahversorgung der Stadtteilbewohner anzustreben. Der Standort erscheint auf Grund seiner Lage zwischen historischem Dorfkern und Neubaugebiet sehr gut geeignet. Hinsichtlich eines Nahversorgungszentrums ist der Standort sowohl städtebaulich als auch funktional entsprechend zu entwickeln.

Empfehlungen - funktional	Empfehlungen - städtebaulich
<ul style="list-style-type: none">• vorrangig nahversorgungsrelevante Sortimente• Lebensmittelbetriebe auch großflächig, sofern standortgerecht dimensioniert• Ergänzung durch Dienstleistungsangebote (u.a. Gastronomie, Friseur, Ärzte, Reisebüro)	<ul style="list-style-type: none">• anspruchsvolle Bebauung und Umfeldgestaltung• Treff- und Kommunikationspunkt schaffen• Wegebeziehungen zu den neuen Wohngebieten und zum historischen Ortskern

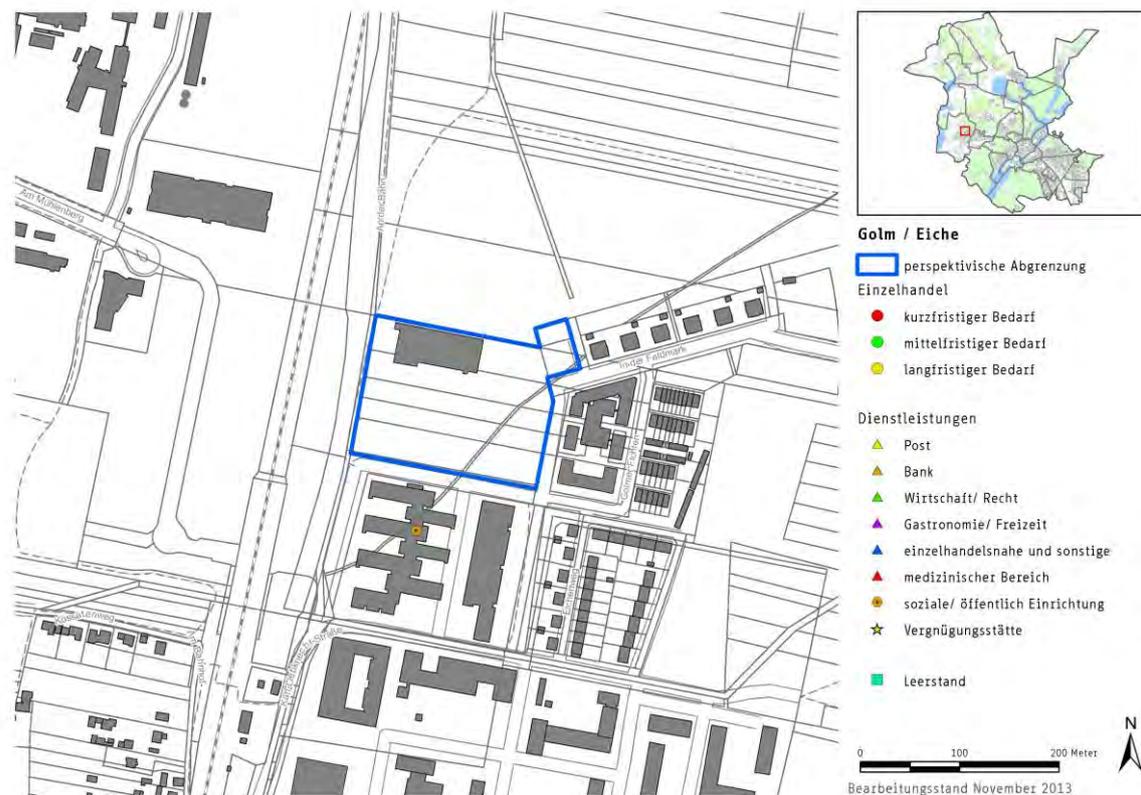
6.4.10 Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Golm/ Eiche

Lage und Abgrenzung

Der Stadtteil Golm liegt an der westlichen Stadtgrenze von Potsdam und weist eine relativ isolierte Lage auf. Im Bereich In der Feldmark beabsichtigt die Landeshauptstadt Potsdam die Entwicklung eines Nahversorgungszentrums zur Versorgung der Wohnbevölkerung. Im Umfeld des geplanten Nahversorgungszentrums entstehen künftig weitere Wohnungen.

Während der Bearbeitung des vorliegenden Konzeptes wurde bereits ein Lebensmittelmarkt ein Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.600 qm eröffnet. Auf Grund der Lage des Betriebs innerhalb des Zentrums und der Einwohnerzahl von rd. 3.700 Einwohnern im Umfeld (1.000 Meter-Radius) entspricht dieser den Grundsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung hinsichtlich des Standortes und - bei Berücksichtigung der Verkaufsfläche von Ergänzungs- und Randsortimenten - auch bezüglich der Dimensionierung. Hinsichtlich weiterer arrondierender Einzelhandelsbetriebe, die zur Funktionserfüllung eines Zentrums erforderlich sind, sind die entsprechenden Grundsätze zur weiteren Einzelhandelsentwicklung für Nahversorgungszentren zu beachten.

Karte 19: Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Golm/ Eiche



Quelle: eigene Erhebung und Begehung Mai bis Juni 2013; eigene Darstellung

Empfehlungen

Die Etablierung eines Nahversorgungszentrums am Planstandort bedarf einer funktionalen (weitere Nahversorgungsangebote und Dienstleistungen) und städtebaulichen Weiterentwicklung.

Empfehlungen - funktional	Empfehlungen - städtebaulich
<ul style="list-style-type: none"> vorrangig nahversorgungsrelevante Sortimente Lebensmittelbetriebe auch großflächig, sofern standortgerecht dimensioniert Ergänzung durch Dienstleistungsangebote (u.a. Gastronomie, Friseur, Ärzte, Reisebüro) 	<ul style="list-style-type: none"> anspruchsvolle Bebauung und Umfeldgestaltung Treff- und Kommunikationspunkt schaffen Wegebeziehungen zum Wohnumfeld

6.4.11 Nahversorgungszentrum Groß Glienicke

Lage und Abgrenzung

Im äußersten Potsdamer Nordosten, deutlich abgetrennt von den übrigen Siedlungsbereichen der Stadt, liegt der Stadtteil Groß Glienicke.

An der Potsdamer Chaussee/ Sacrower Allee befindet sich das Nahversorgungszentrum von Groß Glienicke. In Bezug auf das Nahversorgungszentrum ist eine deutliche räumliche und funktionale Erweiterung (nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente) geplant. Die hier dargestellte Abgrenzung erfolgte auf der Grundlage der Planungen der Landeshauptstadt Potsdam.

Einen weiteren Nahversorgungstandort stellt das an der Dorfstraße gelegene See-Center (u.a. Lebensmittelmarkt, Apotheke) dar. Das See-Center weist keine räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten auf und ist derzeit bereits durch Leerstände geprägt. Anders als im Einzelhandelskonzept 2008 wird das See-Center nicht mehr als bipolarer Zentrumsbereich in die Zentrenhierarchie aufgenommen.

Karte 20: Nahversorgungszentrum Groß Glienicke



Quelle: eigene Erhebung und Begehung Mai bis Juni 2013; eigene Darstellung

Städtebaulich-funktionale Situation

Momentan beschränkt sich das Nahversorgungszentrum Groß Glienicke auf einen Gebäudekomplex mit einem Lebensmitteldiscounter, einigen weiteren Nahversorgungsbetrieben und einigen Dienstleistern (u.a. Ärzte, Gastronomie).

Tab. 24: Einzelhandelsangebot Nahversorgungszentrum Groß Glienicke⁷³

Nahversorgungszentrum Groß Glienicke		Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾
Betriebe insgesamt	8	nahversorgungsrelevant	1.350
Lebensmittelbetriebe ¹⁾	2	sonstige zentrenrelevant	25
Gesamtverkaufsfläche in qm ²⁾	1.425	nicht-zentrenrelevant	75

¹⁾: ab 400 qm Verkaufsfläche

²⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Berechnungen

⁷³ Die Auswertungen zu den Zentren basieren auf der bisherigen Abgrenzung/ Zentrenhierarchie, so dass in der Tabelle das See-Center noch mit enthalten ist.

Nahversorgungszentrum Groß Glienicke



Quelle: eigene Fotos, Juli 2013

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> • Nahversorgungsfunktion für Umfeldbewohner • medizinische Angebote • Dienstleistungsangebote 	<ul style="list-style-type: none"> • geringes Angebot/ geringe Vielfalt

Empfehlungen

Groß Glienicke weist künftig kein bipolares Zentrum mehr auf, sondern lediglich ein Nahversorgungszentrum (siehe Abgrenzung Karte 20).

Das Nahversorgungszentrum sollte funktional entsprechend der Gebietsversorgung weiterentwickelt werden, wobei neben einer städtebaulich anspruchsvollen Entwicklung des Zentrums eine Einbeziehung des Bestandsgebäudes erforderlich ist. Diesbezüglich ist bereits - zusätzlich zum bereits bestehenden Discounter⁷⁴ - die Ansiedlung eines Supermarktes mit rd. 1.600 qm Verkaufsfläche, eines Drogeriemarktes mit rd. 650 qm Verkaufsfläche und eines Bekleidungsfachmarktes mit rd. 800 qm beabsichtigt. Nach Realisierung dieser Planung ist in den Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel, Drogerie/ Parfümerie und Bekleidung ein großes Angebot zu verzeichnen, dessen Ausstrahlung über Groß Glienicke hinausreichen wird.

Empfehlungen - funktional	Empfehlungen - städtebaulich
<ul style="list-style-type: none"> • vorrangig nahversorgungsrelevante Sortimente • Lebensmittelbetriebe auch großflächig, sofern standortgerecht dimensioniert • Ergänzung durch Dienstleistungsangebote (u.a. Gastronomie, Friseur, Ärzte, Reisebüro) • See-Center als Büro- und Dienstleistungsstandort etablieren 	<ul style="list-style-type: none"> • anspruchsvolle Bebauung und Umfeldgestaltung • Treff- und Kommunikationspunkt schaffen • Wegebeziehungen zum bestehenden Zentrumsbereich • Querung Potsdamer Chaussee • Integration des Standortes durch Wohnbebauung anstreben

⁷⁴ Für den im See-Center ansässigen Supermarkt ist bei Realisierung des beabsichtigten Supermarktes eine Schließung mit hoher Wahrscheinlichkeit anzunehmen.

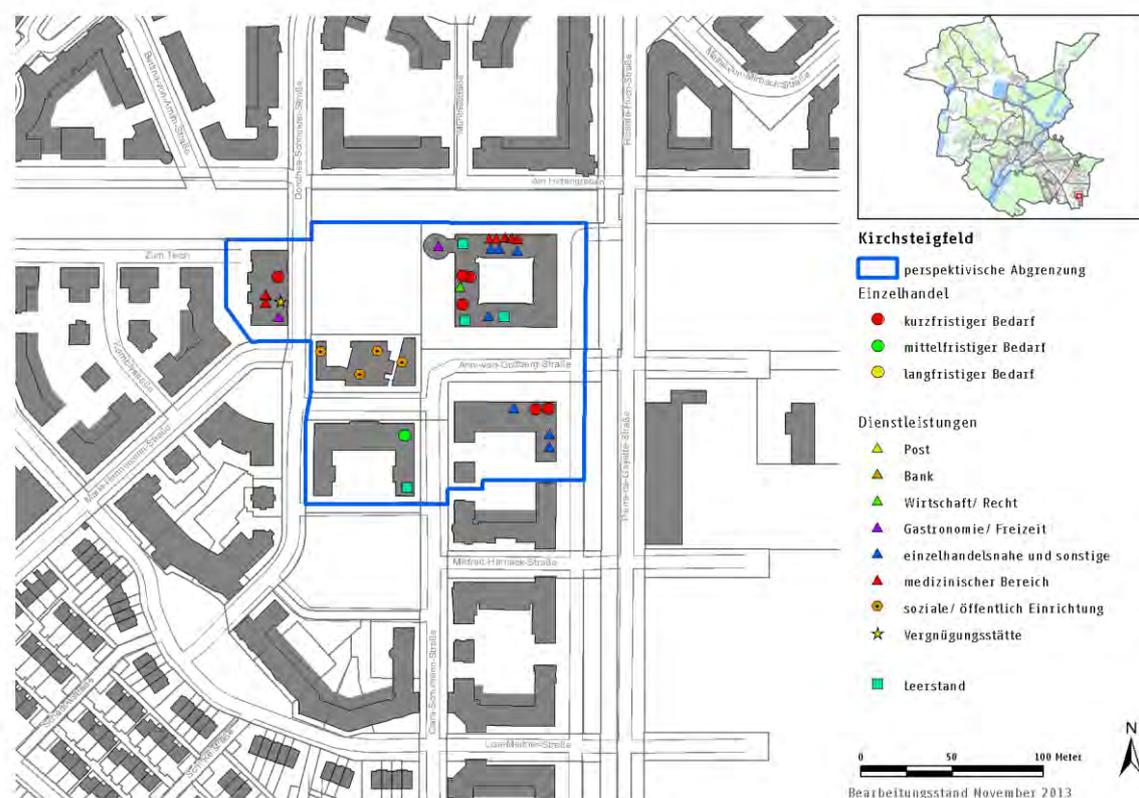
6.4.12 Nahversorgungszentrum Kirchsteigfeld

Lage und Abgrenzung

Das Nahversorgungszentrum Kirchsteigfeld liegt im äußersten Südwesten von Potsdam und bildet das Versorgungszentrum für ein in den 90er Jahren neu errichtetes Wohngebiet⁷⁵. Das Nahversorgungszentrum befindet sich im Bereich Clara-Schuhmann-Straße/ Anni von Gottberg-Straße.

Die Abgrenzung folgt dem Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz und der städtebaulichen Situation.

Karte 21: Nahversorgungszentrum Kirchsteigfeld



Quelle: eigene Erhebung und Begehung Mai bis Juni 2013; eigene Darstellung

Städtebaulich-funktionale Situation

Das Einzelhandelsangebot innerhalb des Nahversorgungszentrums beschränkt sich auf einen Supermarkt und einige ergänzende Nahversorgungsbetriebe.

⁷⁵ Das neue Stadtviertel mit rd. 4.900 Einwohnern stellt eines der größten Bauvorhaben Ostdeutschlands dar. Es handelt sich um mehrgeschossige Wohngebäude in architektonisch anspruchsvoller Bauweise.

Tab. 25: Einzelhandelsangebot Nahversorgungszentrum Kirchsteigfeld

Nahversorgungszentrum Kirchsteigfeld		Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾
Betriebe insgesamt	7	nahversorgungsrelevant	1.150
Lebensmittelbetriebe ¹⁾	1	sonstige zentrenrelevant	325
Gesamtverkaufsfläche in qm ²⁾	1.650	nicht-zentrenrelevant	175

¹⁾: ab 400 qm Verkaufsfläche

²⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Berechnungen

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> Nahversorgungsfunktion für Bewohner des Stadtviertels, insbesondere durch Supermarkt und Bäckerei medizinische Angebote/ Apotheke gastronomische Betriebe mit Außen-gastronomie hochwertige städtebauliche Qualität - Anordnung der Nutzungen um einen Platzbereich, der z.T. Parkplatz und Aufenthaltsbereich ist Kirche als Identifikations- und Orientierungspunkt Stadtteilladen als Treffpunkt 	<ul style="list-style-type: none"> geringe Vielfalt keine Angebote in Konkurrenzsituation keine erkennbaren räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten

Nahversorgungszentrum Kirchsteigfeld



Quelle: eigene Fotos, Juli 2013

Empfehlungen

Für das Wohngebiet Kirchsteigfeld ist das zentral gelegene Nahversorgungszentrum als Versorgungsstandort und Identifikationspunkt von wesentlicher Bedeutung und sollte entsprechend erhalten und gestärkt werden. In diesem Zusammenhang sollte die Ansiedlung weiterer Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten angestrebt werden.

Empfehlungen - funktional	Empfehlungen - städtebaulich
<ul style="list-style-type: none"> • vorrangig nahversorgungsrelevante Sortimente • Lebensmittelbetriebe auch großflächig, sofern standortgerecht dimensioniert • Ergänzung durch weitere Dienstleistungsangebote • konsequente Umsetzung Einzelhandelskonzept 	<ul style="list-style-type: none"> • Prüfung räumlicher Entwicklungsmöglichkeiten

6.4.13 Nahversorgungszentrum Markt-Center

Lage und Abgrenzung

Das in südwestlicher Randlage zur Potsdamer Innenstadt, an der Breiten Straße gelegene Markt-Center ist von Geschosswohnungsbauten und Hochhäusern umgeben. Unmittelbar gegenüber besteht ein Zugang zur Havelbucht.

In der Abgrenzung sind das Markt-Center und der angrenzende Parkplatz enthalten.

Karte 22: Nahversorgungszentrum Markt-Center



Quelle: eigene Erhebung und Begehung Mai bis Juni 2013; eigene Darstellung

Städtebaulich-funktionale Situation

Das Markt-Center weist ein vergleichsweise umfangreiches Einzelhandelsangebot mit nahversorgungsrelevanten und sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten auf. Bei einem vor geringer Zeit erfolgten Umbau des Centers wurde u.a. der bestehende Supermarkt erweitert. Derzeit bestehen neben dem nunmehr großflächigen Supermarkt u.a. ein Drogeriemarkt sowie ein Schuh- und ein Bekleidungsfachmarkt.

Das Markt-Center ist bezogen auf die Verkaufsfläche nach dem Nahversorgungszentrum Zeppelinstraße (Kaufland) das größte Nahversorgungszentrum von Potsdam.

Tab. 26: Einzelhandelsangebot Nahversorgungszentrum Markt-Center

Nahversorgungszentrum Markt-Center		Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾
Betriebe insgesamt	17	nahversorgungsrelevant	3.100
Lebensmittelbetriebe ¹⁾	2	sonstige zentrenrelevant	1.750
Gesamtverkaufsfläche in qm ²⁾	4.925	nicht-zentrenrelevant	75

¹⁾: ab 400 qm Verkaufsfläche

²⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Berechnungen

Nahversorgungszentrum Markt-Center



Quelle: eigene Fotos, Juli 2013

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> • umfangreiches Einzelhandelsangebot mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten • Magnetbetriebe vorhanden (u.a. Supermarkt und Drogeriemarkt) • gastronomische Angebote, z.T. Außengastronomie • attraktiver/ modernisierter Gebäudekomplex 	<ul style="list-style-type: none"> • Leerstände • Wegebeziehungen zu den angrenzenden Wohngebieten sind verbesserungsbedürftig • keine direkte Querungsmöglichkeit der Breiten Straße für Fußgänger

Empfehlungen

Angesichts der unmittelbaren Nähe zur Innenstadt, kommt es in Bezug auf das Center im besonderen Maße darauf an die Nahversorgungsfunktion zu wahren. Ziel muss es sein, das Markt-Center als eigenständiges Zentrum mit einem auf die unmittelbaren Umfeldbewohner ausgerichteten Angebot zu erhalten bzw. ggf. weiter zu entwickeln.

Empfehlungen - funktional	Empfehlungen - städtebaulich
<ul style="list-style-type: none"> • vorrangig nahversorgungsrelevante Sortimente • Lebensmittelbetriebe auch großflächig, sofern standortgerecht dimensioniert • Ergänzung durch weitere Dienstleistungsangebote • konsequente Umsetzung Einzelhandelskonzept 	<ul style="list-style-type: none"> • Prüfung Leerstandssituation • Verbesserung der Wegebeziehungen zu den angrenzenden Wohngebieten • Querungsmöglichkeit Breite Straße im Bereich Markt-Center (Zugang zum Wasser)

Hinsichtlich des geplanten Wohn- und Geschäftshauses auf der derzeitigen Parkplatzfläche, einem städtischen Grundstück, ist für Einzelhandelsnutzungen festzustellen, dass das Markt-Center

- als Nahversorgungszentrum die Grund-/ Nahversorgung der umliegenden Wohnbereiche gewährleisten soll,
- diese Nahversorgung in hinreichendem Maße mittels eines kürzlich erweiterten Supermarktes, eines Discounters, drei Betrieben des Lebensmittelhandwerks, eines Drogeriemarktes, einer Apotheke, eines Tabakwaren- und Zeitungsgeschäftes, eines Schreibwaren- und Buchladens sowie eines Blumenladens gewährleistet wird,
- darüber hinaus insbesondere je ein Bekleidungs-, Schuh- und Sonderpostenmarkt, d.h. Betriebe mit sonstigem zentrenrelevanten Sortimentsschwerpunkt, das nahversorgungsrelevante Angebot ergänzen,
- die Versorgungsfunktion mit sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten in der Landeshauptstadt Potsdam in besonderem Maße dem nahegelegenen zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zukommt.

Vorrangig sollten ergänzende Dienstleistungsangebote den zentralen Versorgungsbereich funktional ergänzen. Kleinteilige Einzelhandelsangebote sind jedoch ebenfalls möglich.

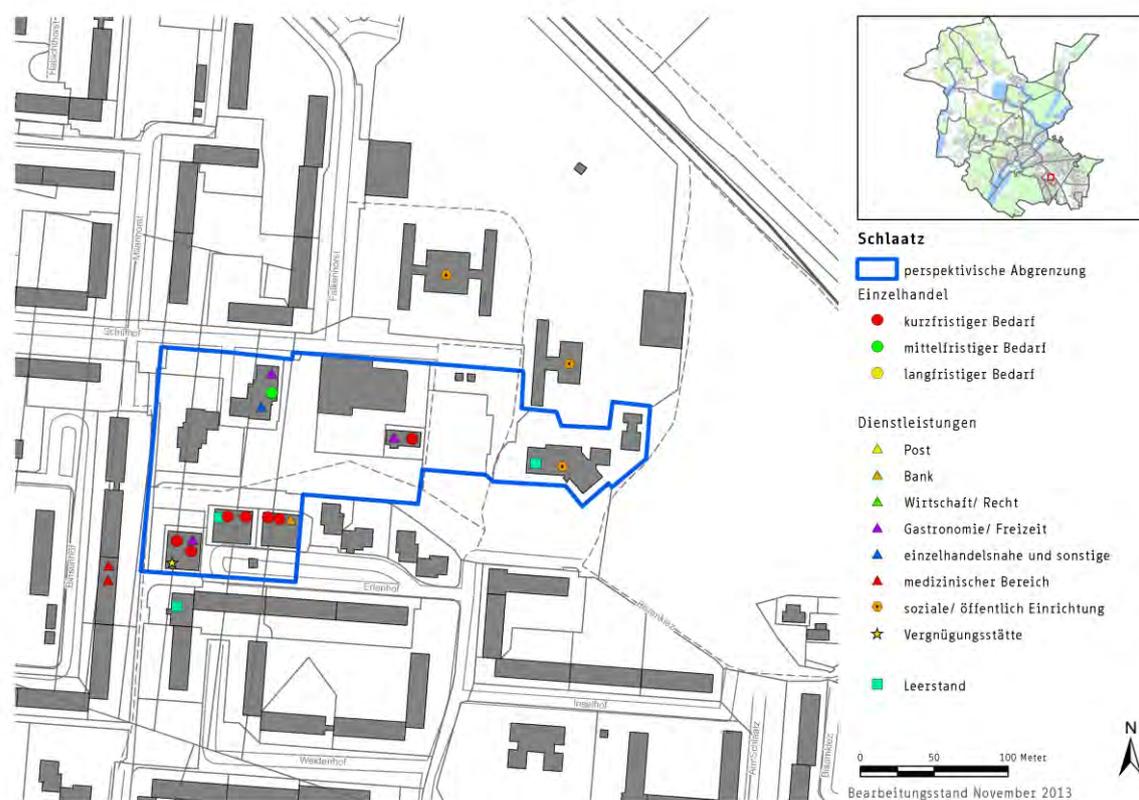
6.4.14 Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Schlaatz

Lage und Abgrenzung

Das Nahversorgungszentrum Schlaatz liegt im Süden der Landeshauptstadt Potsdam zwischen Drewitzer Straße und Nuthe Straße im Bereich Schilfhof/ Erlenhof und ist Bestandteil einer Plattenbausiedlung. Die Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe befinden sich z.T. in den Erdgeschosszonen von Plattenbauten.

In die Abgrenzung wurden im Wesentlichen die um den Schilfhof orientierten Nutzungen und das Bürgerhaus einbezogen.

Karte 23: Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Schlaatz



Quelle: eigene Erhebung und Begehung Mai bis Juni 2013; eigene Darstellung

Städtebaulich-funktionale Situation

Inzwischen hat im Nahversorgungszentrum ein Supermarkt mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.600 qm eröffnet, der zum Zeitpunkt der Erhebungen für die vorliegende Untersuchung noch in Bau war. Auf Grund der Lage des Betriebs innerhalb eines Zentrums und der Einwohnerzahl von rd. 12.000 Einwohnern im Umfeld (1.000 Meter-Radius) - unter Berücksichtigung benachbarter Zentren - entspricht dieser in

jedem Fall den Grundsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung hinsichtlich des Standortes und der Dimensionierung. Mit dem Supermarkt und den weiteren Nahversorgungsbetrieben besteht ein nahezu vollständiges Nahversorgungsangebot für die Stadtteilbewohner.

Tab. 27: Einzelhandelsangebot Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Schlaatz

Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Schlaatz		Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾
Betriebe insgesamt	8	nahversorgungsrelevant	550
Lebensmittelbetriebe ¹⁾	0	zentrenrelevant	25
Gesamtverkaufsfläche in qm ²⁾	575	nicht-zentrenrelevant	0

¹⁾: ab 400 qm Verkaufsfläche

²⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Berechnungen

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> • Einzelhandelsangebote mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten • Magnetbetrieb vorhanden (Supermarkt) • ergänzende Dienstleistungsangebote, u.a. Friseur, Gastronomie • Platzbereich und Spielplatz • modernes Bürgerhaus als Treff- und Identifikationspunkt/ Veranstaltungsort 	<ul style="list-style-type: none"> • geringes Einzelhandelsangebot • Teilbereiche des Wohngebietes und des Zentrums wirken verwahrlost • sanierungsbedürftige Gebäude des früheren Versorgungszentrums • "versteckte" Lage des Nahversorgungszentrums innerhalb des Wohngebietes • eingeschränkte räumliche Entwicklungsmöglichkeiten

Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Schlaatz



Quelle: eigene Fotos, Juli 2013

Empfehlungen

Für die Plattenbausiedlung Schlaatz ist das Nahversorgungszentrum nicht nur unter Versorgungsaspekten, sondern insbesondere als Identifikations- und Treffpunkt von besonderer Bedeutung. Eine Erhaltung und Stärkung des Nahversorgungszentrums sollte deshalb angestrebt werden. Ein wesentlicher Beitrag dazu ist eine aktive - auf die Zentren ausgerichtete - Steuerungspolitik der Einzelhandelsentwicklung.

Empfehlungen - funktional	Empfehlungen - städtebaulich
<ul style="list-style-type: none"> • vorrangig nahversorgungsrelevante Sortimente • Lebensmittelbetriebe auch großflächig, sofern standortgerecht dimensioniert • Ergänzung durch weitere Nahversorgungs- und Dienstleistungsbetriebe • konsequente Umsetzung Einzelhandelskonzept 	<ul style="list-style-type: none"> • Sanierung/ oder Abriss und Neubau ursprüngliches Einkaufszentrum - mögliches räumliches Entwicklungspotenzial für weitere Einzelhandelsbetriebe • weitere Aufwertung des Platzbereiches (Schilfhof)

6.4.15 Nahversorgungszentrum Stern

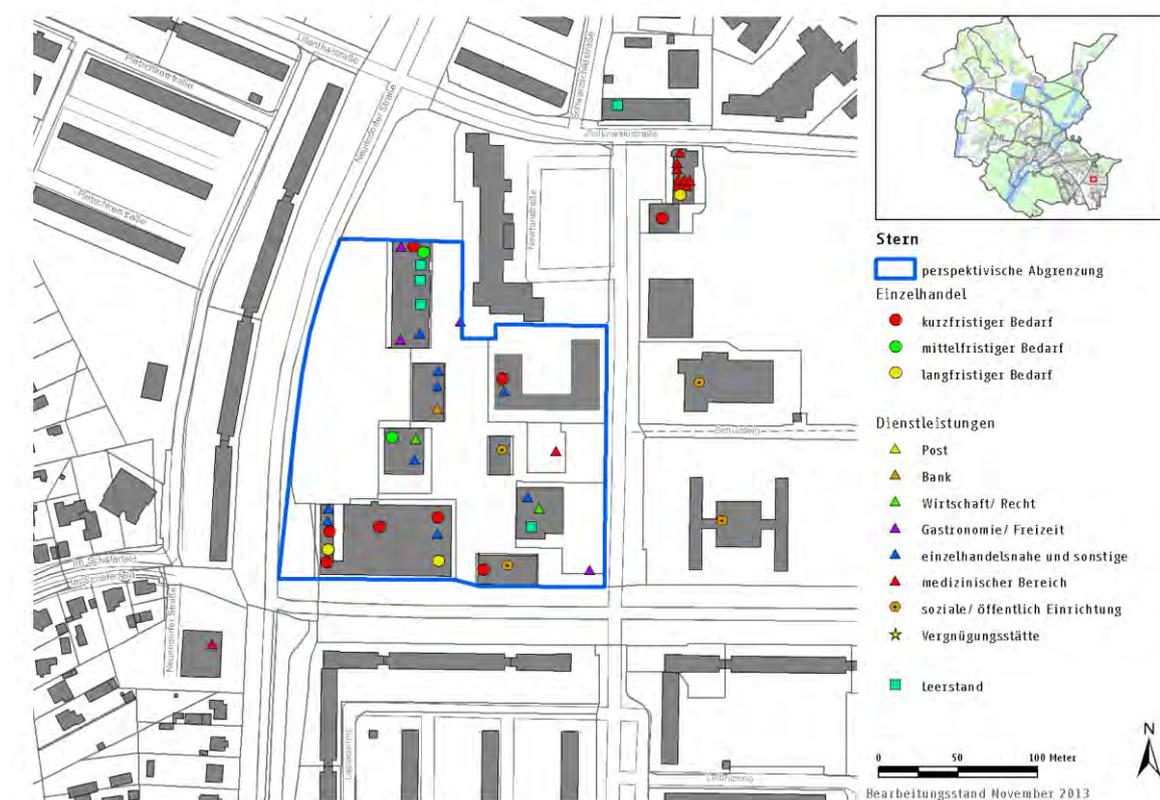
Lage und Abgrenzung

Der Stadtteil Stern liegt im Südosten des Potsdamer Stadtgebietes zwischen den Stadtteilen Babelsberg und Drewitz.

Das Nahversorgungszentrum Stern orientiert sich um den Johannes-Kepler-Platz im Bereich Galileistraße und Neuendorfer Straße und nimmt Nahversorgungsfunktion für das Wohngebiet "Am Stern" wahr⁷⁶.

Das gesamtstädtisch und regional bedeutsame Einkaufszentrum Stern-Center liegt südlich des Nahversorgungszentrums.

Karte 24: Nahversorgungszentrum Stern



Quelle: eigene Erhebung und Begehung Mai bis Juni 2013; eigene Darstellung

⁷⁶ Die Plattenbausiedlung wurde in den 70er Jahren mit ca. 7.400 Wohnungen errichtet.

Städtebaulich-funktionale Situation

Neben einem großflächigen Supermarkt befinden sich im Zentrum einige ergänzende Nahversorgungsbetriebe. Angebote mit sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten sind kaum vorhanden.

Tab. 28: Einzelhandelsangebot nahversorgungszentrum Stern

Stadtteilzentrum Stern		Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾
Betriebe insgesamt	11	nahversorgungsrelevant	2.200
Lebensmittelbetriebe ¹⁾	1	sonstige zentrenrelevant	200
Gesamtverkaufsfläche in qm ²⁾	2.375	nicht-zentrenrelevant	0

¹⁾: ab 400 qm Verkaufsfläche

²⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Berechnungen

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> • Einzelhandelsangebote mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten • Magnetbetrieb vorhanden (Supermarkt) • ergänzende Dienstleistungsangebote, u.a. Friseur, Gastronomie, Café mit Außengastronomie • Platzbereich mit Aufenthaltsqualität und Wochenmarktfunktion • überwiegend attraktiv gestalteter öffentlicher Raum • moderne Bibliothek (auch Treff- und Identifikationspunkt) • hervorragende ÖPNV-Anbindung 	<ul style="list-style-type: none"> • keine Angebote in Konkurrenzsituation/ geringe Vielfalt • verfallener Gebäudekomplex des früheren Versorgungszentrums/ Leerstände/ verfallenes Umfeld • unattraktiver Zugang/ Parkplatz an der Neuendorfer Straße

Nahversorgungszentrum - Stern



Quelle: eigene Fotos, Juli 2013

Empfehlungen

Das Nahversorgungszentrum hat für die Bewohner des Wohngebietes Stern wichtige Nahversorgungs- und Identifikationsfunktionen. Hinsichtlich seiner künftigen Entwicklung sollte das Nahversorgungszentrum erhalten und gestärkt werden.

Empfehlungen - funktional	Empfehlungen - städtebaulich
<ul style="list-style-type: none"> • vorrangig nahversorgungsrelevante Sortimente • Lebensmittelbetriebe auch großflächig, sofern standortgerecht dimensioniert • Ergänzung durch weitere Nahversorgungs- und Dienstleistungsbetriebe • konsequente Umsetzung Einzelhandelskonzept 	<ul style="list-style-type: none"> • Abriss und Neubau (Gebäude früheres Versorgungszentrum) - mögliches räumliches Entwicklungspotenzial für weitere Einzelhandelsbetriebe • Aufwertung Parkplatzbereich

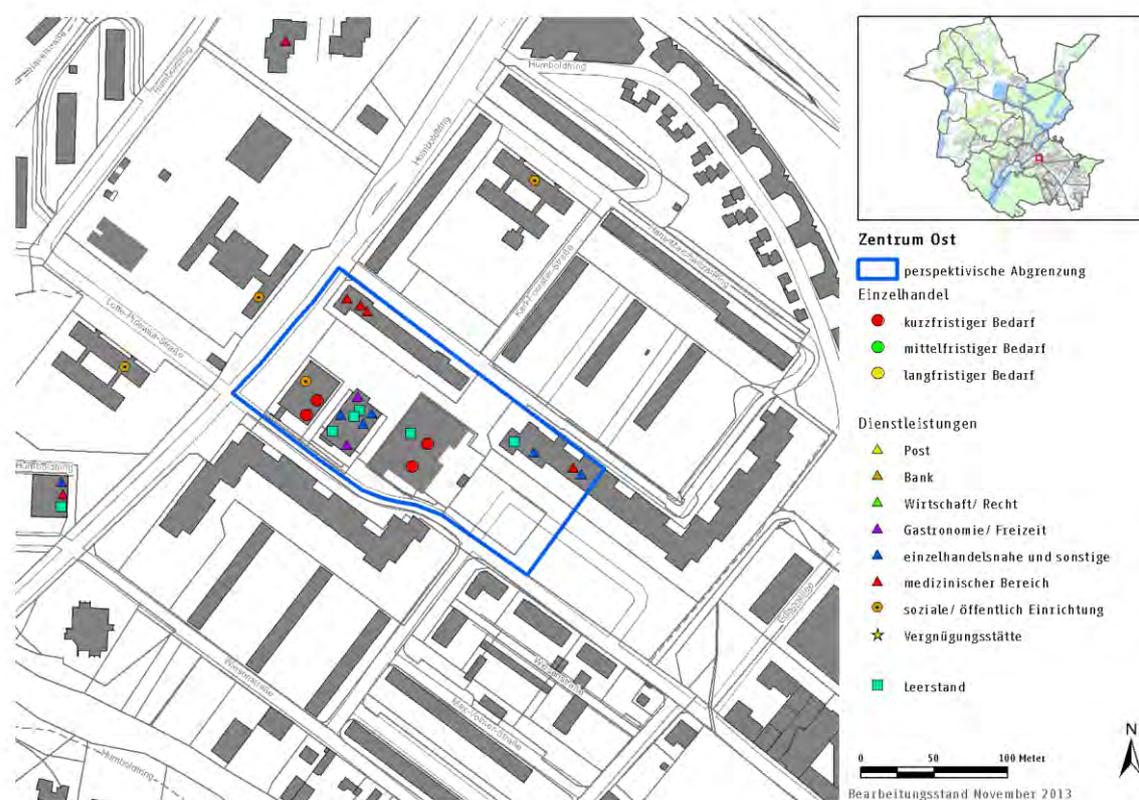
6.4.16 Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Zentrum Ost

Lage und Abgrenzung

Das durch Plattenbauten geprägte Zentrum Ost liegt zwischen Hauptbahnhof, Innenstadt und Babelsberg und wird durch den Tiefen See vom Innenstadtbereich abgetrennt.

Die Abgrenzung des Nahversorgungszentrums bezieht die vorhandenen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe an der Lotte-Pulewka-Straße ein.

Karte 25: Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Zentrum Ost



Quelle: eigene Erhebung und Begehung Mai bis Juni 2013; eigene Darstellung

Städtebaulich-funktionale Situation

Das Nahversorgungszentrum beschränkte sich zum Zeitpunkt der Erhebung auf lediglich vier Einzelhandelsbetriebe mit ausschließlich nahversorgungsrelevanten Sortimenten und einer geringen Gesamtverkaufsfläche; aktuell eröffnet ein kleiner Biomarkt. Ein zentraler Versorgungsbereich liegt auf Grund der geringen Angebotsbreite noch nicht vor.

Tab. 29: Einzelhandelsangebot Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Zentrum Ost

Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Zentrum Ost		Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾
Betriebe insgesamt	4	nahversorgungsrelevant	1.450
Lebensmittelbetriebe ¹⁾	1	sonstige zentrenrelevant	0
Gesamtverkaufsfläche in qm ²⁾	1.500	nicht-zentrenrelevant	50

¹⁾: ab 400 qm Verkaufsfläche

²⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Berechnungen

Nahversorgungszentrum mit Entwicklungsbedarf - Zentrum Ost



Quelle: eigene Fotos, Juli 2013

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> • Einzelhandelsangebote mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten • Magnetbetrieb vorhanden (großflächiger Supermarkt) • ergänzende Dienstleistungsangebote, u.a. Friseur, Ärzte • Bäckerei mit Café 	<ul style="list-style-type: none"> • geringes Angebot • Leerstände • z.T. verfallene Gebäudekomplexe des früheren Versorgungszentrums/ Leerstände/ • Sanierungsbedarf öffentlicher Raum

Empfehlungen

Im Hinblick auf ein Nahversorgungszentrum (zentraler Versorgungsbereich) bedarf das Zentrum Ost einer städtebaulichen und funktionalen Weiterentwicklung. Der durch Leerstände und Sanierungsbedarf geprägte Gebäudekomplex unmittelbar neben dem Supermarkt sollte durch Neubau mit entsprechenden Geschäften ersetzt werden.

Empfehlungen - funktional	Empfehlungen - städtebaulich
<ul style="list-style-type: none"> • vorrangig nahversorgungsrelevante Sortimente • Lebensmittelbetriebe auch großflächig, sofern standortgerecht dimensioniert • Ergänzung durch weitere Nahversorgungs- und Dienstleistungsbetriebe • konsequente Umsetzung Einzelhandelskonzept 	<ul style="list-style-type: none"> • Abriss und Neubau (Gebäude früheres Versorgungszentrum) - mögliches räumliches Entwicklungspotenzial für weitere Einzelhandelsbetriebe • Aufwertung Parkplatzbereich

6.4.17 Nahversorgungszentrum Zeppelinstraße

Lage und Abgrenzung

Das Nahversorgungszentrum Zeppelinstraße liegt im südwestlichen Stadtgebiet von Potsdam im Bereich Zeppelinstraße/ Kastanienallee und umfasst im Wesentlichen einen großen Supermarkt, einen Lebensmitteldiscounter und einer Zoofachmarkt.

Die Zeppelinstraße weist in diesem Teilabschnitt den Charakter einer durch hohes Verkehrsaufkommen gekennzeichneten Ausfallstraße auf. Das eher autokundenorientierte Nahversorgungszentrum liegt am Siedlungsrand.

Karte 26: Nahversorgungszentrum Zeppelinstraße



Quelle: eigene Erhebung und Begehung Mai bis Juni 2013; eigene Darstellung

Städtebaulich-funktionale Situation

Mit 5.300 qm weist das Nahversorgungszentrum Zeppelinstraße die höchste Verkaufsfläche der Potsdamer Nahversorgungszentren auf. Das Angebot beschränkt sich nahezu ausschließlich auf nahversorgungsrelevante Sortimente in wenigen großen Betrieben.

Tab. 30: Einzelhandelsangebot Nahversorgungszentrum Zeppelinstraße

Nahversorgungszentrum Zeppelinstraße		Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾
Betriebe insgesamt	10	nahversorgungsrelevant	5.025
Lebensmittelbetriebe ¹⁾	2	zentrenrelevant	75
Gesamtverkaufsfläche in qm ²⁾	5.300	nicht-zentrenrelevant	200

¹⁾: ab 400 qm Verkaufsfläche

²⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Berechnungen

Nahversorgungszentrum Zeppelinstraße



Quelle: eigene Fotos, Juli 2013

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> • Einzelhandelsangebote mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten • Magnetbetriebe vorhanden • mehrere große Betriebe 	<ul style="list-style-type: none"> • nicht als zusammenhängendes Nahversorgungszentrum lesbar • Ansammlung von einzelnen Betrieben mit z.T. vorgelagerten Parkplätzen • keine gestalterischen Qualitäten öffentlicher Raum • Trennwirkung Zeppelinstraße (hohes Verkehrsaufkommen)

Empfehlungen

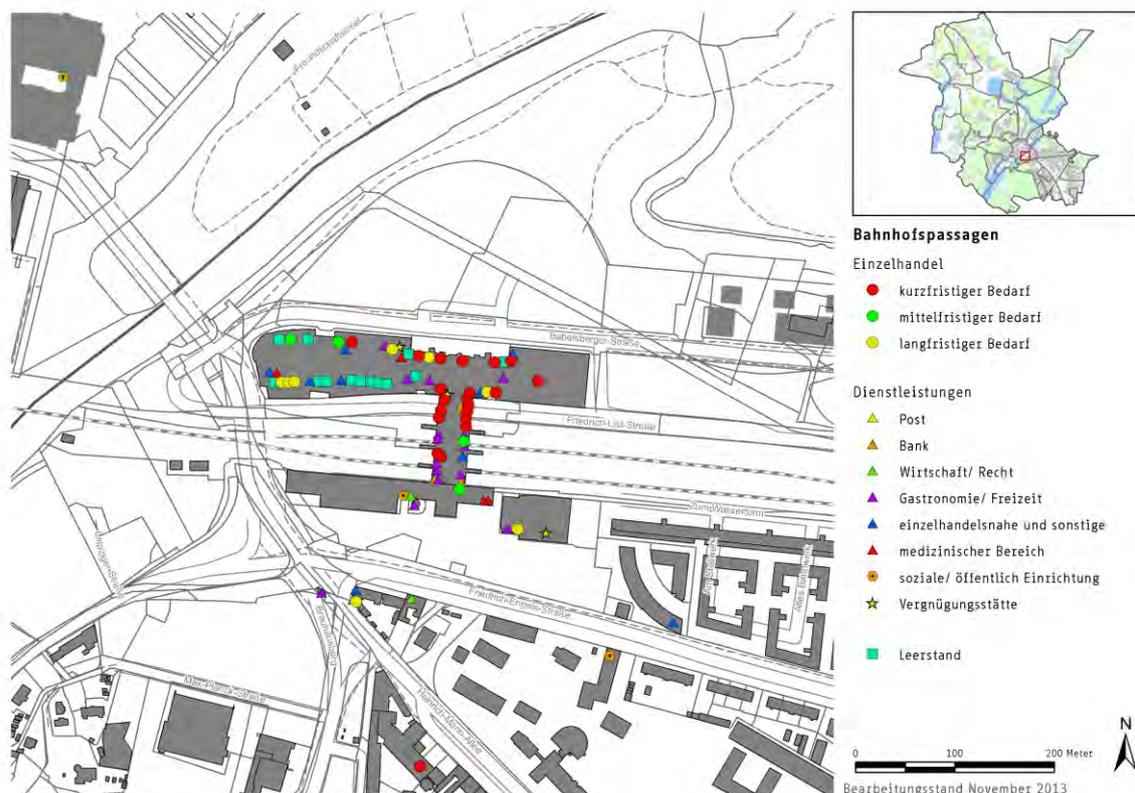
Das Nahversorgungszentrum Zeppelinstraße sollte auf Grund seiner Lage im Potsdamer Siedlungsgefüges und seines bereits bestehenden Angebotes quantitativ nicht weiter ausgebaut werden. Wünschenswert wäre dagegen eine Aufwertung des öffentlichen Raumes, um die Lesbarkeit des Zentrumsbereiches zu verbessern.

Empfehlungen - funktional	Empfehlungen - städtebaulich
<ul style="list-style-type: none"> • keine weitere Einzelhandelsentwicklung • Ergänzung durch Dienstleistungsbetriebe 	<ul style="list-style-type: none"> • Aufwertung öffentlicher Raum • Querungsmöglichkeiten Zeppelinstraße

6.4.18 Sonderstandort Bahnhofspassagen

Die Bahnhofspassagen im Potsdamer Hauptbahnhof sind rund einen Kilometer von der Potsdamer Innenstadt (zentraler Versorgungsbereich) entfernt.

Karte 27: Sonderstandort Bahnhofspassage



Quelle: eigene Erhebung und Begehung Mai bis Juni 2013; eigene Darstellung

Sonderstandort Bahnhofspassagen



Quelle: eigene Fotos, Juli 2013

Die Bahnhofspassagen weisen ein umfangreiches Angebot in Bezug auf die nahver- sorgungs- und sonstigen zentrenrelevanten Sortimente auf, das deutlich über den üblichen Reisebedarf an Bahnhöfen hinausgeht: Nach der kürzlichen Wiederbelegung leerstehender Ladenflächen mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 8.400 qm - nach Änderungen bei den sortimentsweisen Verkaufsflächenobergrenzen - ist die Ver-

kaufsfläche der Bahnhofspassagen insgesamt etwa halb so groß wie diejenige des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt. Neben dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und dem Sonderstandort Stern-Center ist somit ein dritter Einzelhandelsstandort mit gesamtstädtischer, in einzelnen Sortimenten - z.B. Medien und Elektro/ Leuchten - überörtlicher Versorgungsfunktion entstanden, der u.a. ein SB-Warenhaus, einen Elektrofachmarkt⁷⁷ und einen großflächigen Spielwarenfachmarkt sowie eine Vielzahl an weiteren Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben umfasst. Darüber hinaus befindet sich in den Bahnhofspassagen ein Multiplexkino.

Damit nehmen die Bahnhofspassagen zum Einen Nahversorgungsfunktionen für die Bevölkerung in den südlich angrenzenden Wohngebieten wahr, zum Anderen geht die Versorgungsfunktion deutlich über den unmittelbaren Nahbereich hinaus.

Beispiel: Der großflächige Fachmarkt für Spielwaren versorgt rechnerisch allein mehr als 30.000 Einwohner in diesem Sortiment und hat damit bereits gesamtstädtische Bedeutung.

Tab. 31: Einzelhandelsangebot Sonderstandort Bahnhofspassagen

Sonderstandort Bahnhofspassagen		Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾
Betriebe insgesamt	31	nahversorgungsrelevant	7.525
Lebensmittelbetriebe ¹⁾	1	sonstige zentrenrelevant	3.500
Gesamtverkaufsfläche in qm ²⁾	11.275	nicht-zentrenrelevant	250

¹⁾: ab 400 qm Verkaufsfläche

²⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Berechnungen

Empfehlungen

Ziel sollte es sein, den Standort Bahnhofspassagen in seinem jetzigen Stand zu sichern. Die originäre Bahnhofs-Versorgungsfunktion für den erweiterten Reisebedarf als auch die Versorgungsfunktion als integrierter Nah-/ Grundversorgungsstandort wird bereits in sehr hohem Maße erfüllt. Um weder die Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt noch der Nahversorgungsstrukturen im Umfeld des Sonderstandortes Bahnhofspassagen zu beeinträchtigen wird empfohlen, diesen bezogen auf Einzelhandel nicht weiter auszubauen und auf Sortimentsebene

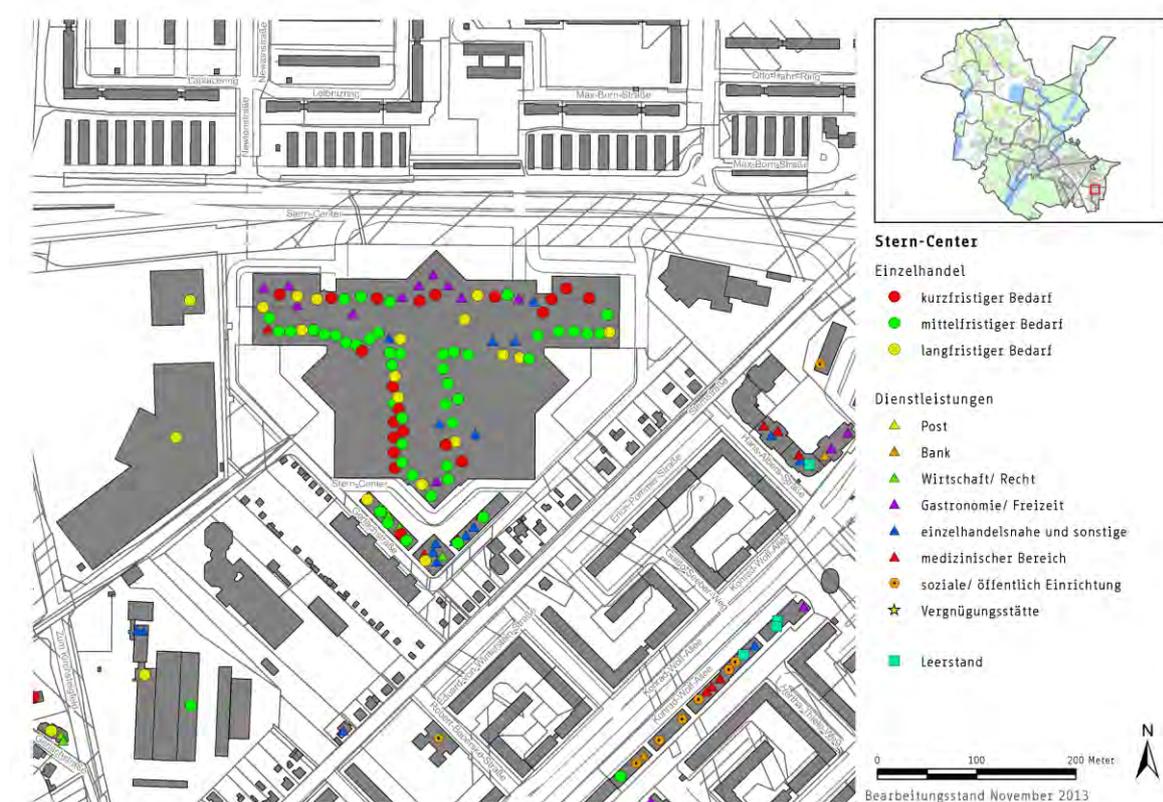
⁷⁷ Dieser und weitere Geschäfte sind in den vorliegenden Daten noch nicht enthalten, da sie erst im Herbst 2013 eröffnet haben.

festzuschreiben. Bei der Festlegung der sortimentsbezogenen Verkaufsflächen wurden in der Bebauungsplanänderung Spielräume für Sortimentsverschiebungen berücksichtigt. Wesentlich ist die Festlegung der aus dem aktuellen Bestand abgeleiteten Verkaufsflächenobergrenze für die Bahnhofspassagen insgesamt.

6.4.19 Sonderstandort Stern-Center

Der Sonderstandort Stern-Center befindet sich im Südosten des Potsdamer Stadtgebietes zwischen den Wohngebieten Drewitz und Am Stern, unmittelbar an der Nuthestraße.

Karte 28: Sonderstandort Stern-Center



Quelle: eigene Erhebung und Begehung Mai bis Juni 2013; eigene Darstellung

Das Einkaufszentrum ist zwar angesichts der Parkplätze und verkehrlichen Erreichbarkeit eindeutig autokundenorientiert ausgerichtet. Für die Bevölkerung der angrenzenden Wohngebiete ist das Einkaufszentrum jedoch auch fußläufig erreichbar und somit als integriert einzustufen.

Das Stern-Center stellt auf Grund seiner umfangreichen Einzelhandelsangebote einen Ergänzungsstandort zur Potsdamer Innenstadt mit gesamtstädtischer und regionaler Ausstrahlung dar.

Der Angebotsschwerpunkt liegt wie in der Potsdamer Innenstadt auch bei den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten. Das Stern-Center weist mit rd. 36.250 qm -

ohne das benachbarte Möbelhaus - die größte Verkaufsfläche unter den Einzelhandelsstandorten der Landeshauptstadt Potsdam auf. Der Anteil sonstiger zentrenrelevanter Sortimente liegt bei knapp 80%.

Aktuell steht eine Erweiterung um annähernd weitere 10.000 qm bevor, wobei sortimentsbezogen die Schwerpunkte bei den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten Sportbekleidung und -geräte (rd. 4.000 qm Verkaufsfläche) und Bekleidung/ Textilien (rd. 3.100 qm Verkaufsfläche) liegen. Die bereits bestehende gesamtstädtische/ überörtliche Versorgungsfunktion des Stern-Centers wird dadurch deutlich gestärkt: Beispielsweise versorgt das o.g. Angebot im Sortiment Sportbekleidung und -geräte rechnerisch - in Abhängigkeit der angesetzten Flächenleistung - rechnerisch rd. 80.000 bis 120.000 Einwohner.

Sonderstandort Stern-Center



Quelle: eigene Fotos, Juli 2013

Tab. 32: Einzelhandelsangebot Sonderstandort Stern-Center

Sonderstandort Stern-Center		Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾
Betriebe insgesamt	73	nahversorgungsrelevant	6.875
Lebensmittelbetriebe ¹⁾	1	sonstige zentrenrelevant	28.300
Gesamtverkaufsfläche in qm ²⁾	36.250	nicht-zentrenrelevant	1.075

¹⁾: ab 400 qm Verkaufsfläche

²⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Berechnungen

Empfehlungen

Ziel sollte es sein, den Standort Stern-Center als Ergänzungsstandort zur Potsdamer Innenstadt zu erhalten. Um kein Ungleichgewicht zwischen den Standorten Innenstadt und Stern-Center zu erzeugen wird empfohlen, den Einzelhandelsbestand im Stern-Center nicht über den Rahmen hinaus zu erweitern, der sich aus der im Vorfeld der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes gutachterlich untersuchten Variante 1 ergibt und auf Sortimentsebene festzuschreiben.

6.5 BEWERTUNG VON PLANVORHABEN UND BEREITS REALISIERTEN PLANUNGEN

Nachfolgend erfolgt eine Kurzbewertung von Planvorhaben, die größtenteils einen hohen Konkretisierungsgrad aufweisen, zum Teil jedoch als allgemeine Anfragen zu bewerten sind. Bewertungsgrundlagen stellen die Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung dar (vgl. Kap. 6.3); Weiterhin wurden für die Gesamtheit der Planvorhaben die Ergebnisse der Verkaufsflächenprognose (vgl. Kap. 5.6) berücksichtigt: Durch die seit der Erhebung im Mai/ Juni 2013 stattgefundenen Ansiedlungen und die derzeit in der Umsetzung befindlichen bzw. konkret geplanten Projekte werden in einzelnen Sortimenten hohe Anteile des ermittelten Verkaufsflächenspielraumes rechnerisch aufgebraucht.

Vor diesem Hintergrund wurde für die nahversorgungsrelevanten Sortimente ein Prüfraster entwickelt, das den beiden miteinander konkurrierenden Zielen *Erhalt/ Stärkung der Einzelhandels- und Funktionsvielfalt in den Zentren* und *Erhalt/ Stärkung einer flächendeckenden Nahversorgungsstruktur, insbesondere im Nahrungs-/ Genussmittelbereich* (vgl. Kap. 4) Rechnung trägt:

- Basis stellen die Daten der Einzelhandelserhebung vom Zeitraum Mai bis Juni 2013 und die Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung dar. Dies betrifft insbesondere den Standorttyp.
- Hinsichtlich der standortgerechten Dimensionierung wurde nach Stadtteil- und Nahversorgungszentren sowie sonstigen integrierten Standorten differenziert:
 - Bei den Stadtteil- und Nahversorgungszentren kann ein Planvorhaben als standortgerecht dimensioniert angenommen werden, wenn dieses inklusive dem Bestand im Ansiedlungs-Zentrum rechnerisch die Einwohner im 1.000 Meter-Radius (oder weniger) versorgt⁷⁸. Dabei sind ggf. Überlappungsbereiche mit anderen Zentren zu berücksichtigen, d.h. die Einwohner jeweils dem näher gelegenen Zentrum zugeordnet.
 - Für Planvorhaben an sonstigen integrierten Standorten wurde auf den 500 Meter-Umkreis abgestellt. Dabei wurden ggf. Überlappungsbereiche mit anderen integrierten Standorten (Zentren und sonstigen integrierten Standorte) berücksichtigt, d.h. die Einwohner jeweils dem näher gelegenen Standort zugeordnet.

⁷⁸ Bei geplanten Lebensmittelbetrieben wurde der Bestand an Lebensmittelbetrieben herangezogen, bei den sonstigen nahversorgungsrelevanten Sortimenten die sortimentsbezogene Bestandsverkaufsfläche. Die Zahl der rechnerisch versorgten Einwohner wurde durch Tab. 14 ermittelt.

6.5.1 Standort Fahrland Bebauungsplan Marquardter Chaussee

Hinsichtlich etwaiger Überlegungen von Projektentwicklern o.ä. zur Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevantem Angebotsschwerpunkt ist zu berücksichtigen, dass es sich um einen nicht-integrierten Standort ohne Wohnbevölkerung im näheren Umfeld (500 Meter-Radius) handelt. Derartige Ansiedlungen würden den Grundsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung widersprechen, wonach für nahversorgungsrelevante Sortimente ein integrierter Standort - Zentrum oder sonstiger integrierter Standort - eine unabdingbare Voraussetzung ist. Zudem würden Entwicklungsabsichten im Nahversorgungszentrum Fahrland damit konterkariert und gefährdet.

Karte 29: Standort Fahrland Bebauungsplan Marquardter Chaussee



Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Darstellung

6.5.2 Standort Kaserne Krampnitz

Auf dem Gebiet der ehemaligen Kaserne Krampnitz sollen in den nächsten zehn Jahren rd. 1.600 Wohneinheiten für rd. 3.800 Einwohner entstehen. Ein Lebensmittelbetrieb ist deswegen perspektivisch sinnvoll. Er ist auch unter Berücksichtigung der Bestands- und der geplanten Angebotsstrukturen im Umfeld, insbesondere im Zentrum Fahrland, nach den aktuellen Grundsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung möglich. Der Standort sollte städtebaulich integriert sein und einen un-

mittelbaren Bezug zur Wohnbebauung haben. Der Betrieb sollte in Relation zur Einwohnerzahl im unmittelbaren Umfeld standortgerecht dimensioniert sein.

Die konkrete Ausgestaltung des Lebensmittelbetriebes wird im Zuge der Entwicklungsmaßnahme konkretisiert. Gleiches gilt für eine kleinteilige Ansiedlung von ergänzenden Betrieben mit nahversorgungsrelevanten und sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten.

Bei der nächsten Aktualisierung des Einzelhandelskonzeptes sind die Empfehlungen und Zielaussagen für den Standort zu überprüfen.

Karte 30: Standort Kaserne Krampnitz



Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Darstellung

6.5.3 Standort Neu Fahrland Insel

Für den Standort Neu Fahrland Insel besteht seitens Teilen der Einwohner im nahen Umfeld der Wunsch nach einem der Ansiedlung eines Lebensmittelbetriebes (z.B. Discounter, Supermarkt) anstelle bestehender gewerblicher Nutzungen. Der Bereich Neu Fahrland Insel/ Tschudistraße weist eine Insellage auf und ist derzeit überwiegend gewerblich geprägt; Wohnbebauung im unmittelbaren Umfeld ist nahezu nicht existent.

Auf Grund des nicht-integrierten Standortes würde eine Ansiedlung eines Lebensmittelbetriebes den Grundsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung widersprechen, wonach nahversorgungsrelevanter Einzelhandel nur an integrierten Standorten zulässig ist. Zudem wäre vor dem Hintergrund der sehr geringen Einwohnerzahl im unmittelbaren Umfeld des Standortes - selbst bei Errichtung auch von Wohnbebauung am Standort selbst - ein Lebensmittelbetrieb (Discounter, Supermarkt) nicht standortgerecht dimensioniert. Die Nahversorgung der Einwohner in den Siedlungsbereichen von Neu Fahrland sollte - auf Grund der geringen Einwohnerzahlen - durch kleinteilige Angebote erfolgen.

Standort Neufahrland Insel



Quelle: eigene Fotos, August 2013

6.5.4 Standort Friedrichspark

Am Standort Friedrichspark, der westlich an die Autobahn A10 angrenzt und nördlich der Bundesstraße B273 liegt, besteht Baurecht für ein Möbelhaus mit einer Verkaufsfläche von bis zu 15.000 qm (inkl. bis 10% zentrenrelevanter Randsortimente) sowie - in anderen Sondergebieten dieses Bereichs - für 1.000 qm sport- und freizeitorientierter Sortimente, für 500 qm Verkaufsfläche im Sortiment Blumen, Pflanzen und Sämereien und für 1.500 qm Verkaufsfläche im Sortiment Kraftwagen, Kraftwagenteile und Zubehör.

Der Standort und sein Umfeld werden derzeit überwiegend landwirtschaftlich genutzt. Südlich des Standortes ist ein Baumarkt angesiedelt.

Baumarkt südlich Standort Satzkorn/ Friedrichspark



Quelle: eigene Fotos, August 2013

Auf Grund des nicht-integrierten Standortes sind nahversorgungs- und sonstige zentrenrelevante Sortimente am Standort Friedrichspark nicht zulässig; hier sollte der bestehende Bebauungsplan angepasst werden. Hinsichtlich der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevantem Angebot ist zu bedenken, dass der Standort deutlich abseits zusammenhängender Siedlungsbereiche der Landeshauptstadt Potsdam liegt und es sich trotz des bereits bestehenden Baumarktes nicht um einen etablierten einzelhandelsgeprägten Gewerbestandort handelt. Demzufolge sollte der Bebauungsplan auch hinsichtlich der Möglichkeit der Ansiedlung eines Möbelhauses angepasst werden, zumal nach dem Prognoseergebnis der Verkaufsflächenentwicklungsspielraum selbst in der oberen Variante der Entwicklungsprognose mit rd. 8.700 qm bis zum Jahr 2025 deutlich unter der o.g. maximal zulässigen Verkaufsfläche von 15.000 qm liegt.

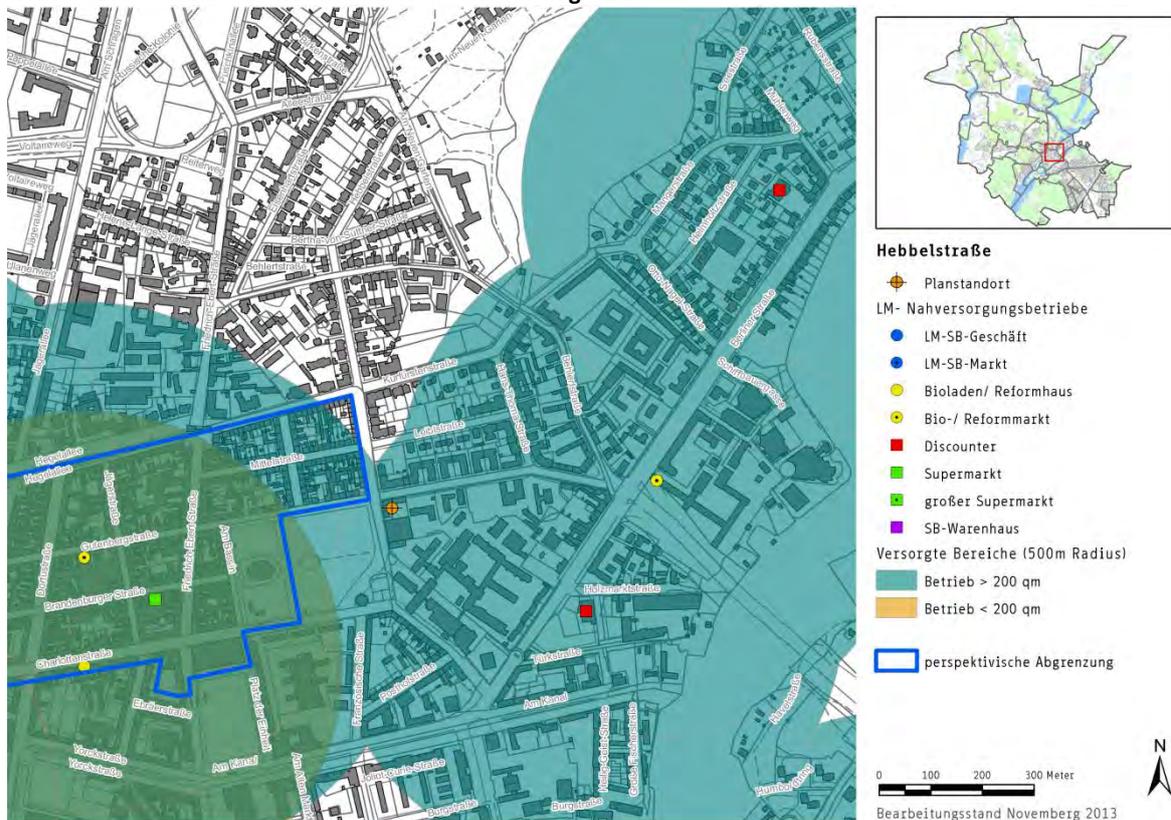
6.5.5 Standort Hebbelstraße/ Gutenbergstraße

Am Standort Hebbelstraße/ Gutenbergstraße ist die Ansiedlung eines Biomarktes mit einer Verkaufsfläche von rd. 600 qm beabsichtigt. Der Vorhabenstandort weist eine integrierte Lage auf, sodass diese unabdingbare Voraussetzung für Neuansiedlungen von Lebensmittelbetrieben erfüllt ist.

Hinsichtlich einer standortgerechten Dimensionierung ist bei Neuansiedlungen an sonstigen integrierten Standorten auf die Einwohnerzahl im unmittelbaren Umfeld - 500 Meter-Radius - unter Berücksichtigung bestehender Lebensmittelbetriebe abzustellen. Zusätzlich nahversorgt würden durch das Planvorhaben nur rd. 675 Einwohner; demzufolge würde eine standortgerechte Dimensionierung nur bis zu einer Verkaufsfläche von bis zu rd. 250 qm vorliegen. Das Vorhaben entspricht somit nicht den Grundsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung. Letztlich entscheidend

für die Vorhabenrealisierung sind u.U. jedoch bereits bestehende rechtliche Voraussetzungen.

Karte 31: Standort Hebbelstraße/ Gutenbergstraße



Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Darstellung

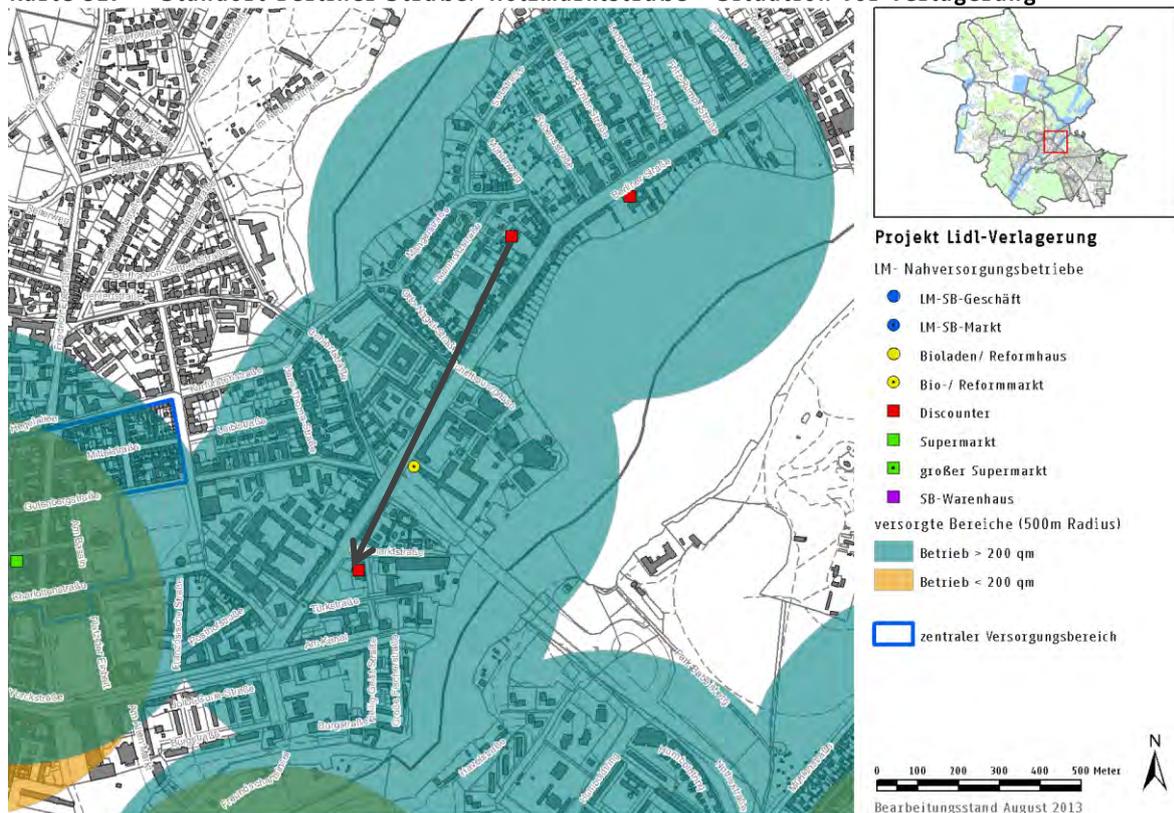
6.5.6 Standort Berliner Straße/ Holzmarktstraße

Der derzeit am Standort Berliner Straße/ Mangerstraße angesiedelte Lidl-Lebensmitteldiscounter beabsichtigt eine Verlagerung an einen Standort im Bereich Berliner Straße/ Holzmarktstraße. Sowohl der aktuelle Standort als auch der Planstandort sind als sonstige integrierte Standort einzustufen. Damit ist die wesentliche Voraussetzung für die Zulässigkeit eines Betriebs für nahversorgungsrelevante Sortimente gegeben. Weiterhin ist den beiden Plandarstellungen zum Vorhaben zu entnehmen, dass durch die Verlagerung auf Grund der im benachbarten Umfeld des derzeitigen Discounterstandortes bereits ansässigen Lebensmittelbetriebe keine signifikante Verschlechterung der fußläufigen Nahversorgungssituation - dargestellt durch 500 Meter-Umkreise - zu verzeichnen ist.

Kritisch hinsichtlich der beabsichtigten Verlagerung ist die Bildung eines Doppelstandortes am Standort Berliner Straße/ Holzmarktstraße zu werten: Bei Doppelstandorten ist i.d.R. davon auszugehen, dass ihre rechnerische Versorgungsleistung deutlich über das unmittelbare Wohnumfeld hinausreicht und somit keine standortgerechte Dimensionierung vorliegt⁷⁹. Zudem besteht bei Angebotskonzentrationen durch Doppel- und Mehrfachstandorte grundsätzlich die Gefahr einer - zumindest perspektivischen - Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes.

Da es sich im vorliegenden Fall um eine Verlagerung und nicht um eine Neuansiedlung sowie um einen integrierten Planstandort handelt, zudem keine signifikante Verschlechterung der Nahversorgungssituation festzustellen ist, kann der beabsichtigten Verlagerung grundsätzlich zugestimmt werden.

Karte 32: Standort Berliner Straße/ Holzmarktstraße - Situation vor Verlagerung



Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Darstellung

⁷⁹ Die standortgerechte Dimensionierung wird in den kernstädtischen Wohnsiedlungsbereichen anhand der Einwohnerzahl innerhalb eines 500 Meter Radius um den jeweiligen (Doppel-)Standort unter Berücksichtigung bereits bestehender, integrierter Lebensmittelbetriebe ermittelt. Eine standortgerechte Dimensionierung kann dann angenommen werden, wenn die ermittelte Einwohnerzahl mindestens das Dreifache der beabsichtigten Verkaufsfläche ggf. inklusive Bestand (bei Doppelstandorten beträgt).

Karte 33: Standort Berliner Straße/ Holzmarktstraße - Situation nach Verlagerung



Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Darstellung

6.5.7 Standort Friedrich-Engels-Straße/ Neue Halle

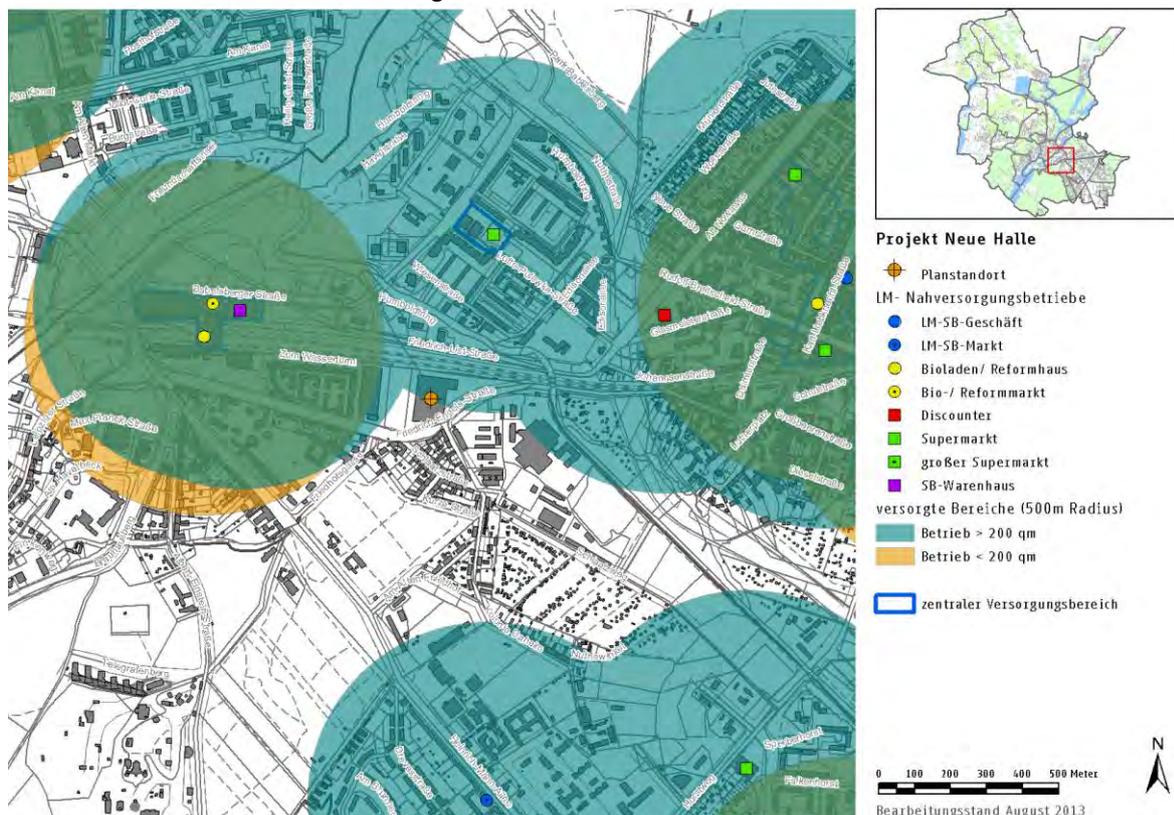
Am Standort Friedrich-Engels-Straße/ Neue Halle, der sich unmittelbar nördlich der Einmündung der Schlaatzstraße in die Friedrich-Engels-Straße befindet, ist die Ansiedlung eines Lebensmittelbetriebs (Supermarkt/ Vollsortimenter) durch den Eigentümer bzw. durch eine Handelskette beabsichtigt. Auf Grund der südlich angrenzenden Wohnbebauung handelt es sich zwar um einen sonstigen integrierten Standort. Im unmittelbaren Umfeld wohnen unter Berücksichtigung bestehender Angebotsstrukturen - Bahnhofspassagen sowie Lebensmittelbetriebe im Bereich Heinrich-Mann-Allee/ Horstweg - jedoch nur rd. 1.000 Einwohner⁸⁰. Ein Supermarkt mit einer seitens der Betreiber geforderten (Mindest-)Verkaufsfläche⁸¹ wäre demnach auf Grund des Fehlens einer entsprechenden Nahversorgungslücke auch bei mehr Wohnbebauung nicht standortgerecht dimensioniert.

⁸⁰ Hinsichtlich beabsichtigter zusätzlicher Wohnbebauung südlich der Bahnlinie und des Planstandortes sind ebenfalls die bestehenden Angebotsstrukturen - Bahnhofspassagen sowie im Bereich Heinrich-Mann-Allee/ Horstweg zu berücksichtigen.

⁸¹ Die Verkaufsfläche derzeit in Potsdam realisierter Supermärkte liegt i.d.R. bei rd. 1.600 qm.

Das Planvorhaben ist auf Grund der nicht standortgerechten Dimensionierung nicht zulässig, zumal mehrere an integrierten Standorten angesiedelte Lebensmittelbetriebe im Umfeld bereits Nahversorgungsfunktion wahrnehmen.

Karte 34: Standort Friedrich-Engels-Straße/ Neue Halle



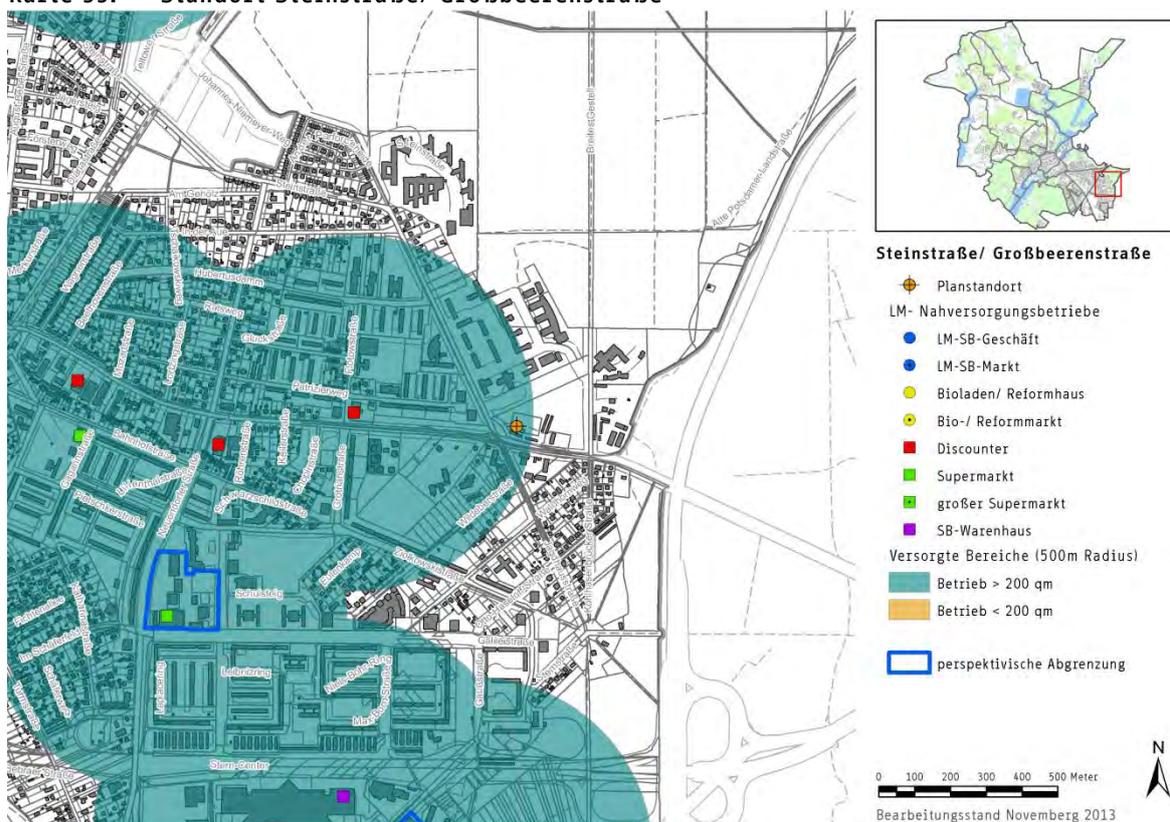
Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Darstellung

6.5.8 Standort Steinstraße/ Großbeerenstraße

Am Standort Steinstraße/ Großbeerenstraße ist die Ansiedlung eines Lebensmittelbetriebs mit einer Verkaufsfläche von rd. 800 qm beabsichtigt. Der Vorhabenstandort befindet sich in Randlage zu den Wohnsiedlungsbereichen des Stern; die Einstufung als integrierter oder nicht-integrierter Standort ist letztlich von der Ausrichtung des Eingangsbereiches und der kleinräumigen fußläufigen Anbindung an die benachbarten Wohnsiedlungsbereiche abhängig.

Unabhängig davon würden durch einen Lebensmittelbetrieb am Planstandort auf Grund der - bei Berücksichtigung der bestehenden Lebensmittelbetriebe, insbesondere eines im Bereich Großbeerenstraße/ Flotowstraße ansässigen Discounters - in seinem unmittelbaren Umfeld (500 Meter-Radius) nur rd. 500 Einwohner zusätzlich nahversorgt. Eine standortgerechte Dimensionierung ist damit nicht gegeben.

Karte 35: Standort Steinstraße/ Großbeerenstraße



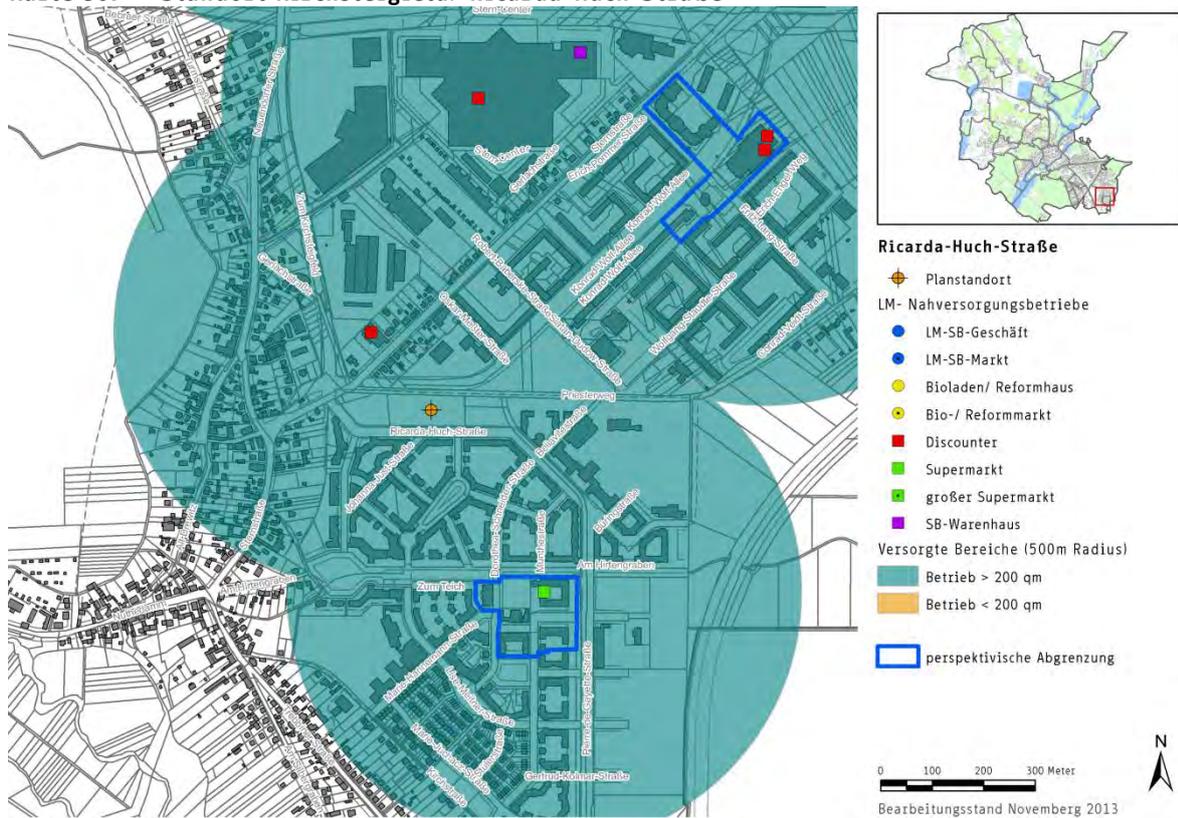
Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Darstellung

6.5.9 Standort Kirchsteigfeld/ Ricarda-Huch-Straße

Am Standort Kirchsteigfeld/ Ricarda-Huch-Straße ist die Ansiedlung eines Lebensmittelbetriebs (Supermarkt) mit einer Verkaufsfläche von rd. 2.000 qm durch eine Handelskette beabsichtigt. Der Vorhabenstandort weist auf Grund der südlich angrenzenden Wohnbebauung eine integrierte Lage auf, sodass diese wesentliche Voraussetzung für Neuansiedlungen von Lebensmittelbetrieben erfüllt ist.

Hinsichtlich einer standortgerechten Dimensionierung ist bei Neuansiedlungen an sonstigen integrierten Standorten auf die Einwohnerzahl im unmittelbaren Umfeld - 500 Meter-Radius - unter Berücksichtigung bestehender Lebensmittelbetriebe abzustellen. Auf Grund der zahlreichen Standorte von Lebensmittelbetrieben im Umfeld des Planstandortes - u.a. Nahversorgungszentren Kirchsteigfeld und Drewitz sowie Sonderstandort Stern-Center - würden jedoch keine Einwohner durch das Vorhaben zusätzlich nahversorgt. Auf Grund des Fehlens einer Nahversorgungslücke entspricht das Vorhaben damit nicht den Grundsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung.

Karte 36: Standort Kirchsteigfeld/ Ricarda-Huch-Straße



Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Darstellung

6.5.10 Standort Speicherstadt Nord

Der Standort Speicherstadt Nord befindet sich im Stadtteil Südliche Innenstadt westlich des Potsdamer Hauptbahnhofs zwischen Havel und Leipziger Straße. Auf Grund der geringen Entfernung des Standortes zum Sonderstandort Bahnhofspassagen von rd. 500 Metern und des großen nahversorgungsrelevanten wie auch sonstigen zentrenrelevanten Angebotes des Sonderstandortes Bahnhofspassagen wird empfohlen, am Standort Speicherstadt Nord keinen Einzelhandel anzusiedeln. Die Versorgung der Einwohner der bereits realisierten wie auch der zukünftig entstehenden Wohnbebauung sollte durch Läden, die der Gebietsversorgung dienen, erfolgen.

6.5.11 Standort Kulturbodendeponie/ GESA

Am Standort Kulturbodendeponie/ GESA - zwischen der Straße Am Stadtrand und der Bahnlinie - beabsichtigt der Grundstückseigentümer auf einem Teilbereich des Geländes die Ansiedlung eines Baumarktes, wozu jedoch eine Änderung des Flächennutzungsplanes erforderlich ist. Die Verkehrsanbindung soll ggf. durch eine Verlänge-

rung der Wetzlarer Straße erfolgen, wodurch gleichzeitig eine Verbindung der Stadtteile Babelsberg und Industriegelände/ Schlaatz geschaffen würde.

Nach den Grundsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung soll sich Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevantem Sortimentsschwerpunkt vorrangig an bereits bestehenden nicht-integrierten und etablierten einzelhandelsgeprägten Standortbereichen ansiedeln. Sofern keine derartigen Flächen vorhanden sind, können derartige Betriebe auch an Standorten mit unmittelbarer Verkehrsanbindung an das städtische Hauptverkehrsnetz und in direkter Nachbarschaft zu Siedlungsbereichen angesiedelt werden. Der Standort Kulturbodendeponie/ GESA würde bei Verlängerung der Wetzlarer Straße bis zur Heinrich-Mann-Allee diese Anforderungen erfüllen. Zu berücksichtigen ist hinsichtlich dieses Vorhabens jedoch, dass nach den Prognoseergebnissen erst ab dem Jahr 2020 ein hinreichender Verkaufsflächenspielraum für einen zusätzlichen Baumarkt in einer Größenordnung von bis zu etwa 10.000 qm Verkaufsfläche - unter Einbeziehung von Rand- und Ergänzungssortimenten - besteht⁸².

6.5.12 Standort Marlene-Dietrich-Allee/ Medienstadt Nord

Am Standort Marlene-Dietrich-Allee beabsichtigt der Eigentümer der Flächen die Ansiedlung eines Lebensmittelbetriebs mit einer Verkaufsfläche im Bereich der Schwelle zur Großflächigkeit von 800 qm. Auf Grund der benachbarten bestehenden Nutzungen (z.B. Filmpark Babelsberg) handelt es sich derzeit um einen nicht-integrierten Standort, demzufolge ist auch die Ansiedlung eines derartigen Betriebs nach den Grundsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung nicht zulässig.

Eine "(Gebiets-)Versorgung" für die Beschäftigten und Besucher des Bereichs Medienstadt - z.B. in der Mittagspause - kann durch gastronomische Einrichtungen mit ergänzendem Nahversorgungsangebot (Kombination Café/ Bäcker) erfolgen. Hinsichtlich der Nahversorgung ist auf den wohnungsnahen Aspekt abzustellen, berücksichtigt in den Grundsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung durch die Er-

⁸² Ein weiterer Planstandort für einen zusätzlichen Baumarkt wäre ein gemeinsames Gewerbegebiet Potsdam/ Nuthetal im nördlichen Teil der Gemeinde Nuthetal. Da dieses jedoch in Widerspruch zu Wasser- und Landschaftsschutzgebieten steht und somit mit hoher Wahrscheinlichkeit keine Realisierungschancen bestehen, wird an dieser Stelle nicht weiter darauf eingegangen.

fordernis eines integrierten Standortes, sowie - sofern ein integrierter Standort vorliegt - auf eine standortgerechte Dimensionierung⁸³.

Standort Marlene-Dietrich-Allee/ Medienstadt Nord



Quelle: eigene Fotos, August 2013

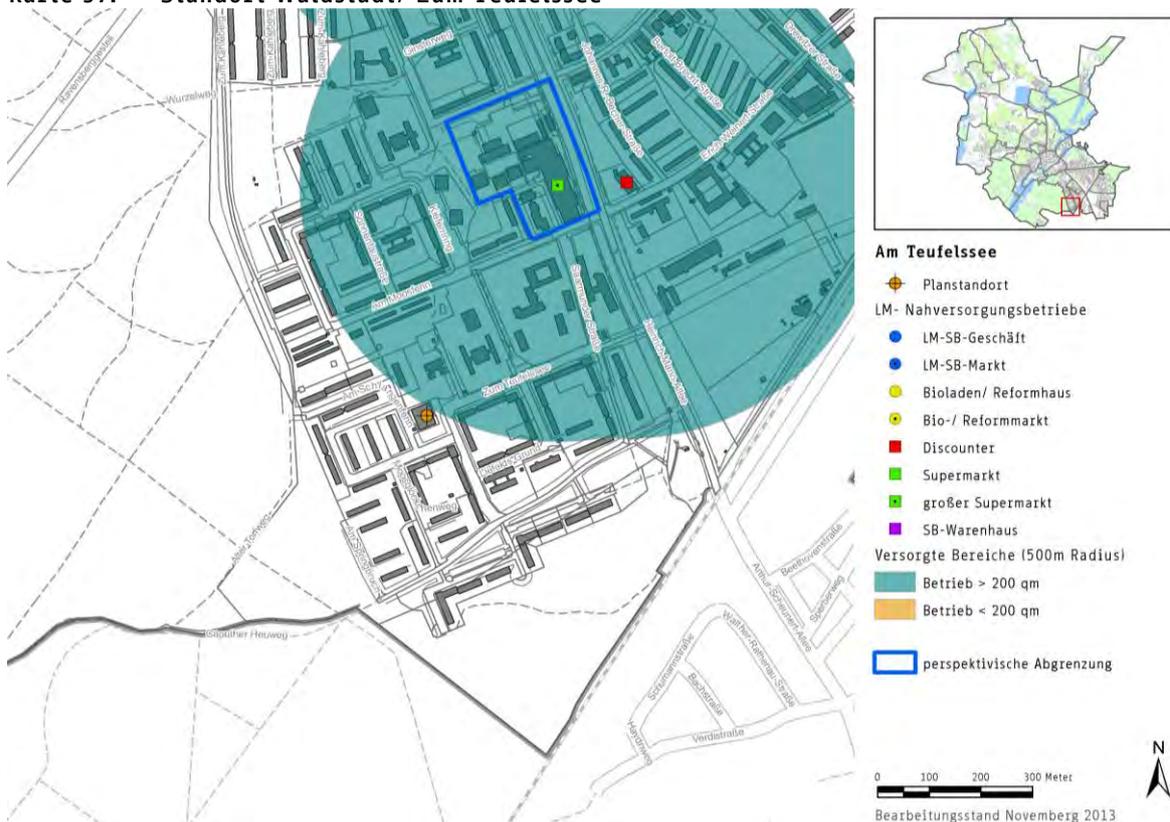
6.5.13 Standort Waldstadt/ Zum Teufelssee

Am Standort Waldstadt/ Zum Teufelssee wird ein Lebensmittelbetrieb (Supermarkt) mit einer Verkaufsfläche von rd. 400 qm realisiert. Der Vorhabenstandort weist eine integrierte Lage auf, sodass diese wesentliche Voraussetzung für Neuansiedlungen von Lebensmittelbetrieben erfüllt ist.

Hinsichtlich einer standortgerechten Dimensionierung ist bei Neuansiedlungen an sonstigen integrierten Standorten auf die Einwohnerzahl im unmittelbaren Umfeld - 500 Meter-Radius - unter Berücksichtigung bestehender Lebensmittelbetriebe abzustellen. Zusätzlich nahversorgt würden durch das Planvorhaben rd. 3.100 Einwohner; demzufolge liegt in jedem Fall eine standortgerechte Dimensionierung vor. Das Vorhaben entspricht somit den Grundsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung.

⁸³ Die weit verbreitete Behauptung, der überwiegende Anteil der Berufstätigen würde seinen Einkauf - insbesondere den Versorgungseinkauf - während (Mittagspause) bzw. vor oder nach der Arbeit erledigen, kann nach den Erfahrungen des Gutachterbüros Dr. Acocella nicht bestätigt werden. Bei der Frage nach einer Koppelung von Arbeit und Einkaufen einer entsprechenden Untersuchung in Bonn hat sich ergeben, dass nur 40% der Berufstätigen eine solche Kopplung vornehmen. Gekauft werden dabei überwiegend Sortimente des kurzfristigen Bedarfs, aber auch Bekleidung und Schuhe. Etwa 66% der Befragten, die während der Mittagspause bzw. vor oder nach der Arbeit Versorgungseinkäufe tätigen, kaufen Nahrungs-/ Genussmittel. D.h., dass letztlich nur rd. ein Viertel der Berufstätigen Nahrungs-/ Genussmittel im Zusammenhang mit dem Arbeitsweg einkauft.

Karte 37: Standort Waldstadt/ Zum Teufelssee



Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Darstellung

6.6 VORGEHENSWEISE ZUR UMSETZUNG

Als Grundlagen für das Konzept zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels dienen insbesondere die dargestellten Arbeitsschritte

- zur Abgrenzung der Zentren (vgl. Kap. 6.4ff) und ihrer Hierarchisierung (vgl. Kap.6.2),
- zur Sortimentszuordnung (vgl. Kap. 6.1),
- zur weiteren Entwicklung des Einzelhandels (vgl. Kap. 4 und Kap. 6.3) sowie
- zur Verkaufsflächenprognose (vgl. Kap. 5).

Im Folgenden sind die Vorgehensweise für Verwaltung/ Politik für die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes und die sich daran anschließenden Arbeitsschritte dargestellt.

6.6.1 Öffentliche Information

Die Landeshauptstadt hat sich bei der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes gegen eine formelle Auslegung des Konzeptes gem. §3 BauGB - analog zum Bebauungsplan-

verfahren - entschieden. Die Erstellung des Einzelhandelskonzeptes wurde durch den Arbeitskreis Einzelhandel begleitet, welcher in drei Sitzungen zur Fortschreibung diskutierte. Im Arbeitskreis waren die Verbände (Industrie- und Handelskammer, Handelsverband), Vertreter der Händler der Innenstadt und Babelsberg (AG Innenstadt, Aktionsgemeinschaft Babelsberg), Vertreter einzelner größerer Einzelhandelsstandorte (Karstadt, Bahnhofspassagen, SternCenter, Marktcenter u.a.), zum Thema Nahversorgung auch Vertreter der größeren Lebensmittelbetriebe sowie Stadtverordnete und Vertreter der Verwaltung vertreten. Es kann daher davon ausgegangen werden, dass die wesentlichen Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange zum Thema Einzelhandel sowie die „Fach-Öffentlichkeit“ einbezogen waren.

Anstatt die Bürgerbeteiligung zum relativ abstrakten Konzept durch eine öffentliche Auslegung zu erreichen, wurden während der Erarbeitung der Fortschreibung mehrere Bürgerveranstaltungen zur konkreten Handelsentwicklung vor Ort durchgeführt. Die Ergebnisse dieser Diskussionen sind in die Konzepterarbeitung eingeflossen.

- Bürgerveranstaltung am 12.06.2013 gemeinsam mit der Bürgerinitiative „Pro Nahversorgung Zum Teufelssee 8“ zum Stand der Entwicklung des Nahversorgungsstandortes in der Waldstadt II.
- Bürgerveranstaltung zum Zentrum Bornstedt / Potsdamer Straße am 20.08.2013 sowie am 17.09.2013 eine Veranstaltung mit den Gewerbetreibenden und Händlern vor Ort.
- Bürgerveranstaltungen am 26.09.2013 in Fahrland und am 03.12.2013 in Marquardt, beide mit dem Schwerpunkt zur Nahversorgung im Potsdamer Norden.
- Gespräche zur Entwicklung des Waldstadt-Centers gab es bereits 2012 mit dem Verwalter und den Bürgerinitiativen vor Ort. Es wurde vereinbart, diese nach Abschluss der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes fortzusetzen.

Eine Fortsetzung der Bürgerbeteiligung bei konkreten Veränderungsabsichten einzelner Zentren oder Standorten ist von der Landeshauptstadt auch nach dem Beschluss des Einzelhandelskonzeptes beabsichtigt - auch über die im Rahmen von Bauleitplanverfahren (wie z.B. zum SternCenter) ohnehin gesetzlich vorgeschriebenen Verfahren hinaus.

6.6.2 Festlegen einer Sortimentsliste

Die in Kap. 6.1 beschriebene örtliche Sortimentsliste nimmt eine Unterscheidung nach nahversorgungsrelevanten, sonstigen zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten vor. Mit diesen Einstufungen signalisiert die Landeshauptstadt Potsdam, welcher Einzelhandel aus städtebaulichen Gründen in Zukunft in den Zentren angesiedelt werden soll. Dabei muss das Konzept auch planungsrechtlich in Form von Bebauungsplänen umgesetzt werden.

Die Sortimentsliste muss zukünftig Teil der B-Pläne mit Aussagen zur Steuerung von Einzelhandel sein, wenn in diesen Aussagen zur Begrenzung von Einzelhandel hinsichtlich seiner Zentrenrelevanz enthalten sind.

6.6.3 Festlegen von Gebieten, in denen alle Sortimente bzw. nur nicht-zentrenrelevante Sortimente zulässig sein sollen - auch großflächig

In Verbindung mit der o.g. Sortimentsliste ist deutlich zu machen, an welchen Standorten der Landeshauptstadt welche Art von Einzelhandel künftig angesiedelt werden soll. Dafür werden die Zentren in der Landeshauptstadt Potsdam abgegrenzt (vgl. Kap. 6.4); diese sind beschlossene zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des Baugesetzbuches. Darüber hinaus bietet sich an, Festsetzungstypen für die jeweiligen Bereiche zu entwickeln

Die Grundsätze zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels (vgl. Kap. 6.3) beziehen sich im Wesentlichen auf die Innenstadt und die sonstigen zentralen Versorgungsbereiche sowie auf Gewerbe- bzw. gewerblich geprägte Gebiete bzw. auf entsprechend zu definierende unbeplante Innenbereiche gemäß § 34 BauGB. Eine konkrete bauplanungsrechtliche Definition der zukünftigen einzelhandelsbezogenen Nutzungen ist nur durch eine Einzelbeurteilung des jeweiligen Standorts möglich. Im Grundsatz lassen sich jedoch folgende *Festsetzungstypen für gewerblich geprägte Standorte* (§ 34 BauGB bzw. § 8 oder 9 BauNVO) unterscheiden, wobei die Festsetzung von Sondergebieten grundsätzlich eine Einzelfallbetrachtung erforderlich macht:

1. **Festsetzungstyp** *Einzelhandelsbetriebe sind gemäß § 1 (5) BauNVO nicht zulässig.*

2. Festsetzungstyp Einzelhandelsbetriebe sind gemäß § 1 (5) BauNVO nicht zulässig. Ausnahmsweise sind gemäß § 1 (9) BauNVO Einzelhandelsbetriebe mit Kraftfahrzeugen, Kraftfahrzeugzubehör (Lkw, Pkw, Motorräder) sowie Mineralölen, Brennstoffen zulässig. (Typische Vertreter der ausnahmsweise zulässigen Handelsbetriebe stellen neben Autohäusern der Reifenhandel sowie Betriebe mit Autoteilen und -zubehör dar.)

3. Festsetzungstyp Gemäß § 1 (5) und (9) BauNVO sind ausschließlich nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Sortiment zulässig. Ausnahmsweise sind branchentypische zentrenrelevante Randsortimente⁸⁴ bis 10% der Verkaufsfläche zulässig.

Ein Beispiel für einen derartigen Einzelhandelsbetrieb wäre ein Anbieter von Bodenbelägen und Tapeten mit einer Verkaufsfläche von weniger als 800 qm, der als Ergänzungs- bzw. Randsortiment Haus-/ Heimtextilien oder Gardinen anbietet.

4. Festsetzungstyp Festsetzungstypen 1 bis 3 zusätzlich: Ausnahmsweise ist für Betriebe des Handwerks der Verkauf von selbst hergestellten oder eingekauften Waren auf einer untergeordneten Fläche bis zu xxx qm zulässig (Handwerkerprivileg)⁸⁵. Dies gilt jedoch nicht für das Lebensmittelhandwerk (z.B. Bäcker, Metzger, Konditor).

5. Festsetzungstyp Festsetzungen entsprechend dem § 1 (10) BauNVO - "Fremdkörperfestsetzung": Dies könnte beispielsweise in einem Gewerbegebiet angewendet werden, in dem künftig Einzelhandel ausgeschlossen werden soll. Ein bereits vorhandener Einzelhandelsbetrieb (z.B. Lebensmitteldiscounter) kann dann über die Fremdkörperfestsetzung in seiner Existenz gesichert werden.

Insbesondere bei der Überplanung von Baugebieten im Bestand sind sonstige rechtliche Aspekte (Fristen, Genehmigungsansprüche, Baurechte etc.) zu beachten. Bevor

⁸⁴ Nicht-zentrenrelevante Randsortimente sind städtebaulich ohne Belang.

⁸⁵ Da nur Anlagentypen festgesetzt werden dürfen oder die qm-Begrenzung städtebaulich begründet werden muss, ist hierzu eine gesonderte Prüfung notwendig.

entsprechende Planungsabsichten formuliert werden können, sind diese und andere relevante Aspekte im Rahmen einer Baurechtsanalyse zu prüfen.

Üblicherweise werden lediglich gewerblich geprägte Baugebiete im Hinblick auf eine städtebaulich begründete räumliche Steuerung des Einzelhandels überprüft und ggf. überplant. Außer Acht gelassen werden die Mischgebiete (§ 6 BauNVO), die u.U. im Hinblick auf eine zentrenorientierte Einzelhandelssteuerung ebenso eine bedeutende Rolle spielen können. Für Mischgebiete sollte überprüft werden, ob auch in diesen zentrenrelevanter Einzelhandel ausgeschlossen werden sollte. Auch dies ist mit dem vorhandenen Planungsinstrumentarium möglich.

In Potsdam erscheint beispielsweise dann ein Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel in Mischgebieten sinnvoll, wenn die Gefahr besteht, dass mögliche Ansiedlungen von Betrieben über die Nahversorgung eines Gebiets hinausgehen und/oder die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche beeinträchtigen.

Für Kleinsiedlungsgebiete (§ 2 BauNVO), allgemeine sowie besondere Wohngebiete (§ 4 bzw. 4a BauNVO) und Dorfgebiete (§ 5 BauNVO) gilt dies ebenfalls.

Mit dem Beschluss des Rats wird das Einzelhandelskonzept zu einem städtebaulichen Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 (6) Nr. 11 BauGB, das bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen ist. Damit besteht auch die Möglichkeit der Anwendung von § 9 (2a) BauGB für im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§ 34 BauGB).

6.6.4 Handlungsleitfaden zur bauleitplanerischen Umsetzung der Zielvorstellungen

Damit nicht "versehentlich" Entwicklungen möglich sind, die den Zielsetzungen der Einzelhandelskonzeption entgegenstehen, sind "gefährdete" Gebiete nach § 34 BauGB sowie Baugesuche im Einzelfall zu prüfen. Nachfolgender Handlungsleitfaden zeigt die wichtigsten Prüfschritte und die anschließende bauleitplanerische Umsetzung zur Sicherung der Ziele der Einzelhandelskonzeption auf.

Überplanung (insbesondere "gefährdeter" Gebiete)

Es ist zu prüfen, welche Bereiche in Potsdam durch die bisherigen bauplanungsrechtlichen Festsetzungen (überplante Bereiche, § 30/ 31 BauGB) oder auch das Feh-

len solcher (unbeplante Innenbereiche, § 34 BauGB) im Sinne der Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes gefährdet sind. Die entsprechenden Regelungen sind sodann entsprechend anzupassen, wobei jedoch zu berücksichtigen ist, dass bei Änderungen von B-Plänen in den ersten sieben Jahren nach Inkrafttreten eine Entschädigungspflicht besteht. Daher sind insbesondere ältere relevante B-Pläne von mehr als sieben Jahren, z.B. B-Pläne für GE-Gebiete, hinsichtlich der Übereinstimmung ihrer jeweiligen Festsetzungen und Begründungen mit den Grundsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung in Potsdam (vgl. Kap. 6.3) und der weiteren konzeptionellen Bausteine (Sortimentsliste, Zentrenabgrenzung) zu überprüfen und ggf. anzupassen. Relevante neuere B-Pläne sind nach Ablauf der sieben-Jahres-Frist - nach vorhergehender Überprüfung - ggf. anzupassen

Bei bestehenden B-Plänen reicht u.U. eine Umstellung auf die aktuelle BauNVO bzw. ein vereinfachtes B-Planverfahren nach § 13 BauGB aus. Bei einer reinen Umstellung auf die aktuelle BauNVO ist allerdings zu beachten, dass damit dennoch jeglicher Einzelhandel bis zur Großflächigkeit allgemein zulässig ist, sofern keine anderen Regelungen bestehen. Bei § 34-Gebieten ist die Aufstellung eines B-Plans bzw. die Anwendung des § 9 (2a) BauGB zu überprüfen, da nur so beispielsweise durch § 34 (3) BauGB nicht steuerbare Betriebe entsprechend den Zielsetzungen behandelt werden können.

Für den Fall eines akuten Handlungsbedarfes stehen nach einem Aufstellungs-/ Änderungsbeschluss die im Baurecht vorgesehenen Sicherungsinstrumente "Zurückstellung von Baugesuchen" (§ 15 BauGB) bzw. "Veränderungssperren" (§ 14 BauGB) zur Verfügung. Insbesondere bei Veränderungssperren muss deutlich gemacht werden, dass alle Veränderungen, die den planerischen Zielen nicht zuwiderlaufen, auch weiterhin zulässig sind. Es sind nur die Veränderungen unzulässig, die dem Zweck der Veränderungssperre widersprechen.

Die Begründung in den B-Plänen, in denen auf den Einzelhandel bezogene Regelungen vorgenommen werden, muss auf das Einzelhandelskonzept und insbesondere die damit verfolgten Ziele sowie die verfolgte räumliche Entwicklung der Zentren Bezug nehmen.

Baugesuch

Bei einem konkreten Baugesuch ist zunächst die bauplanungsrechtliche Festsetzung des jeweiligen Planstandorts hinsichtlich der einzelhandelsbezogenen Nutzungen zu prüfen.

Anschließend muss das Vorhaben hinsichtlich des Einzelhandelskonzepts der Landeshauptstadt Potsdam geprüft werden: Mit der Abgrenzung der Zentren, den Grundsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung sowie der Sortimentsliste kann in der Landeshauptstadt Potsdam somit flächendeckend jede Anfrage zur Ansiedlung von (großflächigem) Einzelhandel unmittelbar bewertet werden: Es ist sofort feststellbar, an welchen Standorten zentrenrelevanter Einzelhandel in Zukunft aus städtebaulichen Gründen gewollt ist und wo nicht. Jede Standortbewertung - zumindest im Hinblick auf (großflächige) zentrenrelevante Angebote - stellt nichts anderes dar, als eine Anwendung der in Kap. 6.3 aufgezeigten Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung. Überdies ist der prognostizierte Entwicklungsspielraum in Potsdam zu berücksichtigen.

6.7 ZUSAMMENFASSENDE BEWERTUNG

Durch die Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Landeshauptstadt Potsdam kann die Landeshauptstadt Potsdam planerisch und politisch den Rahmen für eine positive Einzelhandelsentwicklung setzen.

Das bestehende Einzelhandelsangebot verdeutlicht die besondere Stellung der Landeshauptstadt Potsdam innerhalb ihres Umfeldes (vgl. - auch im folgenden - Kap. 3.2). Dabei kommt vor allem der Innenstadt eine besondere Versorgungsfunktion zu, die durch ihre weiteren Funktionen als Dienstleistungs-, Freizeit-, Kultur-, Arbeits- und auch Wohnstandort zusätzlich gestärkt wird. Darüber hinaus ist eine polyzentrale, hierarchisch gegliederte Versorgungsstruktur integrierter Standorte festzustellen, die zur Nahversorgung der Bevölkerung bzw. zu einer Stadt der kurzen Wege beiträgt.

Unter Berücksichtigung des begrenzten wettbewerbsneutralen Entwicklungsspielraums, ist bei zukünftigen Neuansiedlungen und flächenbedeutsamen Erweiterungen somit die Wahl des richtigen Standorts entscheidend. Die Grundlage hierfür bildet

der formulierte Zielkatalog (vgl. Kap. 4), der in den Grundsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kap. 6.3) auf die Standorte bzw. Standorttypen übertragen wurde. Hierbei wird eine Funktionsteilung der verschiedenen Standorte - sowohl zwischen integrierten und nicht-integrierten Standorten als auch zwischen den Zentrentypen - verfolgt. Ziel ist es, die funktionsadäquate räumliche Verteilung des Einzelhandels in Potsdam zu erhalten bzw. weiter zu entwickeln - auch vor dem Hintergrund des demographischen Wandels sowie des schonenden Umgangs mit Flächen- und Energieressourcen.

Dazu sind auch städtebauliche andere, z.B. verkehrliche Maßnahmen und dementsprechend öffentliche Investitionen notwendig, um die Attraktivität und auch die Identität der Zentren zu erhalten und zu stärken. Jedoch sind auch weitere Akteure, insbesondere Einzelhändler, (publikumsorientierte) Dienstleister, Gastronomen und Immobilieneigentümer für eine positive Entwicklung in den Zentren in hohem Maße mit verantwortlich.

Das wesentliche Element für die positive Entwicklung des Einzelhandels in Potsdam stellt jedoch das Einzelhandelskonzept für die Landeshauptstadt Potsdam dar. Dieses liefert die städtebauliche Begründung für die planungsrechtliche Einzelhandelssteuerung. Es kann bei den o.g. Akteuren, sofern seitens Verwaltung und Politik eine stringente und konsequente Umsetzung verfolgt wird, Vertrauen in den Einzelhandelsstandort Potsdam schaffen bzw. das bestehende Vertrauen weiter stärken und verfestigen. Andernfalls wäre zu befürchten, dass öffentliche und private Investitionen ad absurdum geführt würden. Zu berücksichtigen ist jedoch auch, dass positive Auswirkungen eines konzeptionellen Handelns oftmals erst nach Jahren erkennen lassen.

ANHANG

Tab. A - 1: Einzelhandelsangebot in Potsdam nach Standort(typen): Verkaufsflächen in qm

Sortimente	Innenstadt	sonstige Zentren	Bahnhofs-passagen	Stern-Center	sonstige integriert	nicht-integriert	Summe
Nahrungs-/ Genussmittel	2.400	22.825	5.300	4.775	14.400	7.575	57.250
Lebensmittelhandwerk	450	675	150	100	850	200	2.400
Drogerie/ Parfümerie	2.025	3.050	1.075	1.325	1.050	425	8.925
Apotheke	275	1.250	150	150	700	75	2.575
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	650	850	500	275	250	175	2.700
Blumen/ Zoo	300	2.000	350	275	825	3.850	7.625
kurzfristiger Bedarf	6.100	30.625	7.525	6.875	18.025	12.300	81.475
Bekleidung und Zubehör	13.525	3.725	675	16.950	1.525	400	36.800
Schuhe, Lederwaren	2.200	575	250	2.225	150	425	5.850
Sport/ Freizeit	2.325	200	50	2.000	1.475	3.725	9.775
Spielwaren	1.475	775	1.325	1.550	200	1.025	6.375
Bücher	675	150	400	1.000	375	0	2.575
GPK, Geschenke, Hausrat	2.175	1.100	175	750	525	2.850	7.575
Haus- und Heimtextilien	925	850	75	175	1.000	4.175	7.200
mittelfristiger Bedarf	24.250	7.450	2.950	24.975	5.275	12.600	77.500
Uhren/Schmuck	900	75	0	350	50	0	1.350
Foto/ Optik	575	600	100	425	300	200	2.175
Medien	500	400	350	2.225	800	200	4.475
Elektro/ Leuchten	300	100	125	1.100	425	2.950	4.950
Teppiche, Bodenbeläge	100	25	0	25	225	7.300	7.675
baumarkt-/ gartenspezifisch	125	350	100	125	1.225	32.975	34.875
Möbel, Antiquitäten	1.450	1.350	25	125	4.325	45.200	52.500
Sonstiges	375	1.200	125	400	1.600	3.050	6.725
langfristiger Bedarf	4.300	4.075	825	4.725	8.925	91.900	114.775
Gesamt	33.775	42.075	11.275	36.250	32.200	116.825	272.375

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren; GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; www.handelsdaten.de; IfH, Köln; EHI; IFH (2013); Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Potsdam; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Tab. A - 2: Einzelhandelsangebot in Potsdam nach Standort(typen): Umsätze in Mio. €

Sortimente	Innenstadt	sonstige Zentren	Bahnhofspassagen	Stern-Center	sonstige integriert	nicht-integriert	Summe
Nahrungs-/ Genussmittel	13,2	107,0	24,8	24,6	70,3	38,8	278,7
Lebensmittelhandwerk	6,3	11,7	2,0	1,9	14,5	3,6	40,1
Drogerie/ Parfümerie	10,8	10,9	4,6	7,9	3,5	1,5	39,2
Apotheke	12,1	41,1	2,4	2,4	33,9	2,4	94,4
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	2,4	4,2	2,7	1,0	1,0	1,1	12,4
Blumen/ Zoo	0,8	4,3	0,9	0,6	2,2	8,4	17,2
kurzfristiger Bedarf	45,6	179,3	37,4	38,5	125,4	55,8	481,9
Bekleidung und Zubehör	48,7	8,6	2,4	66,5	4,7	1,3	132,1
Schuhe, Lederwaren	6,5	1,8	0,8	7,1	0,5	1,4	18,1
Sport/ Freizeit	6,4	0,6	0,1	6,4	4,1	10,8	28,4
Spielwaren	4,0	2,0	4,3	5,9	0,3	2,7	19,2
Bücher	2,8	0,6	1,7	4,7	1,3	0,0	11,1
GPK, Geschenke, Hausrat	3,4	1,9	0,3	1,5	0,5	4,6	12,3
Haus- und Heimtextilien	1,7	1,7	0,2	0,4	2,0	8,5	14,3
mittelfristiger Bedarf	73,5	17,1	9,8	92,4	13,4	29,2	235,5
Uhren/Schmuck	8,1	0,7	0,0	4,1	0,5	0,0	13,5
Foto/ Optik	4,8	5,0	0,9	3,9	2,1	0,7	17,4
Medien	4,3	2,7	3,2	24,7	4,5	1,4	40,8
Elektro/ Leuchten	0,8	0,4	0,5	7,1	1,5	7,6	17,9
Teppiche, Bodenbeläge	0,2	0,0	0,0	0,0	0,3	10,6	11,2
baumarkt-/ gartenspezifisch	0,2	0,6	0,2	0,2	2,0	50,5	53,8
Möbel, Antiquitäten	2,0	2,2	0,1	0,2	5,7	73,5	83,7
Sonstiges	1,4	6,8	0,7	2,7	9,9	17,0	38,5
langfristiger Bedarf	21,8	18,6	5,5	42,9	26,7	161,3	276,7
Gesamt	140,9	215,0	52,7	173,7	165,4	246,4	994,2

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren; GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik
 durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; www.handelsdaten.de; IfH, Köln; EHI; IFH (2013); Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Potsdam; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Tab. A - 3: Betriebe nach Größenklassen im Sozialraum I Nördliche Ortsteile, Sacrow: Anzahl und Verkaufsfläche

VKF in qm	Anzahl	Anteil	Verkaufsfläche in qm ¹⁾	Anteil
=< 50 qm	13	52%	300	2%
51 bis =< 100 qm	1	4%	50	0%
101 bis =< 200 qm	3	12%	425	2%
201 bis =< 400 qm	1	4%	250	1%
401 bis =< 800 qm	4	16%	2.225	11%
801 bis =< 2.000 qm	2	8%	3.100	15%
> 2.000 qm	1	4%	13.900	69%
Summe	25	100%	20.225	100%

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Berechnungen

Tab. A - 4: Einzelhandelsangebot Sozialraum I Nördliche Ortsteile, Sacrow

Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Bindungs- quote
Nahrungs-/ Genussmittel	2.050	9,8	21,2	46%
Lebensmittelhandwerk	75	1,4	3,2	43%
Drogerie/ Parfümerie	125	0,4	2,8	15%
Apotheke	25	2,4	5,9	41%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	25	0,1	1,0	9%
Blumen/ Zoo	1.500	4,2	1,2	349%
kurzfristiger Bedarf	3.800	18,2	35,3	52%
Bekleidung und Zubehör	100	0,4	5,9	7%
Schuhe, Lederwaren	0	0,0	1,5	0%
Sport/ Freizeit	275	1,0	1,1	93%
Spielwaren	75	0,2	1,3	16%
Bücher	0	0,0	1,2	0%
GPK, Geschenke, Hausrat	100	0,2	0,7	31%
Haus- und Heimtextilien	25	0,1	0,8	10%
mittelfristiger Bedarf	575	2,0	12,6	16%
Uhren/ Schmuck	0	0,0	0,7	0%
Foto/ Optik	150	0,6	1,0	58%
Medien	0	0,0	3,9	0%
Elektro/ Leuchten	975	3,8	1,7	220%
Teppiche, Bodenbeläge	650	1,4	0,4	340%
baumarkt-/ gartencenterspezif.	11.875	25,3	4,4	571%
Möbel, Antiquitäten	2.050	3,8	3,4	113%
Sonstiges	125	0,6	2,9	22%
langfristiger Bedarf	15.875	35,5	18,4	193%
Gesamt	20.225	55,7	66,3	84%

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; www.handelsdaten.de; IfH, Köln; EHI; Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Potsdam; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Tab. A - 5: Betriebe nach Größenklassen im Sozialraum II Potsdam Nord: Anzahl und Verkaufsfläche

VKF in qm	Anzahl	Anteil	Verkaufsfläche in qm ¹⁾	Anteil
=< 50 qm	31	51%	925	8%
51 bis =< 100 qm	7	11%	475	4%
101 bis =< 200 qm	7	11%	975	8%
201 bis =< 400 qm	3	5%	900	7%
401 bis =< 800 qm	9	15%	5.400	44%
801 bis =< 2.000 qm	4	7%	3.575	29%
> 2.000 qm		0%	0	0%
Summe	61	100%	12.275	100%

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Berechnungen

Tab. A - 6: Einzelhandelsangebot Sozialraum II Potsdam Nord

Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Bindungs- quote
Nahrungs-/ Genussmittel	7.250	36,2	41,0	88%
Lebensmittelhandwerk	275	4,3	6,2	70%
Drogerie/ Parfümerie	425	1,5	5,4	27%
Apotheke	100	4,8	11,4	43%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	125	0,6	1,9	34%
Blumen/ Zoo	800	1,7	2,3	75%
kurzfristiger Bedarf	8.975	49,2	68,2	72%
Bekleidung und Zubehör	150	0,4	11,5	4%
Schuhe, Lederwaren	0	0,0	2,9	0%
Sport/ Freizeit	300	0,8	2,1	39%
Spielwaren	25	0,0	2,5	1%
Bücher	50	0,2	2,3	7%
GPK, Geschenke, Hausrat	200	0,1	1,4	10%
Haus- und Heimtextilien	425	0,9	1,6	52%
mittelfristiger Bedarf	1.150	2,5	24,3	10%
Uhren/ Schmuck	0	0,0	1,4	0%
Foto/ Optik	50	0,5	2,0	23%
Medien	25	0,1	7,5	2%
Elektro/ Leuchten	0	0,0	3,3	0%
Teppiche, Bodenbeläge	0	0,0	0,8	0%
baumarkt-/ gartencenterspezif.	75	0,1	8,6	2%
Möbel, Antiquitäten	975	1,0	6,5	15%
Sonstiges	1.000	7,0	5,6	126%
langfristiger Bedarf	2.150	8,8	35,6	25%
Gesamt	12.275	60,4	128,1	47%

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; www.handelsdaten.de; IfH, Köln; EHI; Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Potsdam; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Tab. A - 7: Betriebe nach Größenklassen im Sozialraum III Potsdam West, Innenstadt, Nördliche Vorstädte: Anzahl und Verkaufsfläche

VKF in qm	Anzahl	Anteil	Verkaufsfläche in qm ¹⁾	Anteil
=< 50 qm	310	62%	8.225	13%
51 bis =< 100 qm	104	21%	7.775	12%
101 bis =< 200 qm	48	10%	6.650	10%
201 bis =< 400 qm	14	3%	4.350	7%
401 bis =< 800 qm	15	3%	8.650	14%
801 bis =< 2.000 qm	9	2%	10.125	16%
> 2.000 qm	3	1%	17.700	28%
Summe	503	100%	63.475	100%

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Berechnungen

Tab. A - 8: Einzelhandelsangebot Sozialraum III Potsdam West, Innenstadt, Nördliche Vorstädte

Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Bindungs- quote
Nahrungs-/ Genussmittel	14.100	69,6	68,9	101%
Lebensmittelhandwerk	1.000	16,2	10,3	157%
Drogerie/ Parfümerie	3.500	16,0	9,1	176%
Apotheke	875	36,3	19,1	190%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	975	3,8	3,2	121%
Blumen/ Zoo	1.100	2,6	3,9	68%
kurzfristiger Bedarf	21.525	144,5	114,5	126%
Bekleidung und Zubehör	14.725	51,5	19,3	267%
Schuhe, Lederwaren	2.725	8,1	4,9	165%
Sport/ Freizeit	3.425	9,4	3,6	263%
Spielwaren	1.675	4,4	4,2	106%
Bücher	1.000	4,0	3,8	106%
GPK, Geschenke, Hausrat	2.800	4,4	2,4	184%
Haus- und Heimtextilien	1.500	2,8	2,7	102%
mittelfristiger Bedarf	27.825	84,7	40,9	207%
Uhren/ Schmuck	925	8,5	2,3	373%
Foto/ Optik	800	6,5	3,3	196%
Medien	1.075	8,1	12,6	64%
Elektro/ Leuchten	650	2,2	5,5	40%
Teppiche, Bodenbeläge	325	0,5	1,3	36%
baumarkt-/ gartencenterspezif.	650	1,0	14,4	7%
Möbel, Antiquitäten	8.475	13,0	11,0	118%
Sonstiges	1.225	7,1	9,4	76%
langfristiger Bedarf	14.125	47,0	59,8	79%
Gesamt	63.475	276,2	215,2	128%

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; www.handelsdaten.de; IfH, Köln; EHI; Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Potsdam; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Tab. A - 9: Betriebe nach Größenklassen im Sozialraum IV Babelsberg, Zentrum Ost: Anzahl und Verkaufsfläche

VKF in qm	Anzahl	Anteil	Verkaufsfläche in qm ¹⁾	Anteil
=< 50 qm	94	54%	2.425	5%
51 bis =< 100 qm	38	22%	2.750	6%
101 bis =< 200 qm	17	10%	2.225	5%
201 bis =< 400 qm	6	3%	1.750	4%
401 bis =< 800 qm	11	6%	7.450	17%
801 bis =< 2.000 qm	4	2%	4.025	9%
> 2.000 qm	3	2%	23.950	54%
Summe	173	100%	44.550	100%

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Berechnungen

Tab. A - 10: Einzelhandelsangebot Sozialraum IV Babelsberg, Zentrum Ost

Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Bindungs- quote
Nahrungs-/ Genussmittel	7.750	36,7	51,8	71%
Lebensmittelhandwerk	500	8,5	7,8	110%
Drogerie/ Parfümerie	725	2,6	6,9	38%
Apotheke	475	19,4	14,3	135%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	325	1,6	2,4	66%
Blumen/ Zoo	1.900	3,2	2,9	112%
kurzfristiger Bedarf	11.675	72,1	86,1	84%
Bekleidung und Zubehör	1.500	3,2	14,5	22%
Schuhe, Lederwaren	425	1,3	3,7	36%
Sport/ Freizeit	3.000	8,5	2,7	316%
Spielwaren	525	1,0	3,2	32%
Bücher	125	0,5	2,8	17%
GPK, Geschenke, Hausrat	975	1,2	1,8	69%
Haus- und Heimtextilien	575	1,1	2,1	53%
mittelfristiger Bedarf	7.125	16,9	30,7	55%
Uhren/ Schmuck	75	0,9	1,7	50%
Foto/ Optik	425	3,2	2,5	128%
Medien	425	2,7	9,5	28%
Elektro/ Leuchten	975	1,8	4,2	44%
Teppiche, Bodenbeläge	1.750	1,9	1,0	194%
baumarkt-/ gartencenterspezif.	18.000	19,9	10,8	184%
Möbel, Antiquitäten	1.875	2,2	8,3	27%
Sonstiges	2.225	11,6	7,0	165%
langfristiger Bedarf	25.750	44,2	44,9	98%
Gesamt	44.550	133,2	161,7	82%

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; www.handelsdaten.de; IfH, Köln; EHI; Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Potsdam; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Tab. A - 11: Betriebe nach Größenklassen im Sozialraum V Stern, Drewitz, Kirchsteigfeld: Anzahl und Verkaufsfläche

VKF in qm	Anzahl	Anteil	Verkaufsfläche in qm ¹⁾	Anteil
=< 50 qm	43	29%	1.000	1%
51 bis =< 100 qm	28	19%	2.050	2%
101 bis =< 200 qm	26	17%	3.800	4%
201 bis =< 400 qm	17	11%	5.300	5%
401 bis =< 800 qm	15	10%	8.975	9%
801 bis =< 2.000 qm	14	9%	15.725	16%
> 2.000 qm	7	5%	61.700	63%
Summe	150	100%	98.575	100%

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Berechnungen

Tab. A - 12: Einzelhandelsangebot Sozialraum V Stern, Drewitz, Kirchsteigfeld

Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Bindungs- quote
Nahrungs-/ Genussmittel	12.900	64,7	52,7	123%
Lebensmittelhandwerk	275	4,6	7,9	59%
Drogerie/ Parfümerie	2.025	10,2	7,0	146%
Apotheke	550	16,9	14,6	116%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	475	2,1	2,4	87%
Blumen/ Zoo	1.600	3,7	3,0	124%
kurzfristiger Bedarf	17.800	102,2	87,5	117%
Bekleidung und Zubehör	18.250	70,7	14,7	479%
Schuhe, Lederwaren	2.400	7,7	3,8	205%
Sport/ Freizeit	2.700	8,3	2,7	305%
Spielwaren	2.550	8,6	3,2	269%
Bücher	1.000	4,7	2,9	161%
GPK, Geschenke, Hausrat	3.125	5,7	1,8	314%
Haus- und Heimtextilien	2.450	5,1	2,1	242%
mittelfristiger Bedarf	32.475	110,8	31,3	354%
Uhren/ Schmuck	350	4,1	1,7	236%
Foto/ Optik	575	4,9	2,5	195%
Medien	2.425	25,5	9,6	265%
Elektro/ Leuchten	2.200	9,5	4,2	225%
Teppiche, Bodenbeläge	2.475	3,9	1,0	385%
baumarkt-/ gartencenterspezif.	2.475	4,1	11,0	37%
Möbel, Antiquitäten	36.300	59,0	8,4	701%
Sonstiges	1.525	8,0	7,2	112%
langfristiger Bedarf	48.300	119,0	45,7	260%
Gesamt	98.575	332,2	164,5	202%

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; www.handelsdaten.de; IfH, Köln; EHI; Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Potsdam; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Tab. A - 13: Betriebe nach Größenklassen im Sozialraum VI Schlaatz, Waldstadt I und II, Potsdam Süd

VKF in qm	Anzahl	Anteil	Verkaufsfläche in qm ¹⁾	Anteil
=< 50 qm	44	44%	1.050	3%
51 bis =< 100 qm	19	19%	1.375	4%
101 bis =< 200 qm	13	13%	1.725	5%
201 bis =< 400 qm	6	6%	1.775	5%
401 bis =< 800 qm	9	9%	5.550	17%
801 bis =< 2.000 qm	3	3%	3.850	12%
> 2.000 qm	5	5%	17.925	54%
Summe	99	100%	33.250	100%

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Berechnungen

Tab. A - 14: Einzelhandelsangebot Sozialraum VI Schlaatz, Waldstadt I und II, Potsdam Süd

Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Bindungs- quote
Nahrungs-/ Genussmittel	13.200	61,8	58,9	105%
Lebensmittelhandwerk	300	5,0	8,8	57%
Drogerie/ Parfümerie	2.125	8,4	7,8	108%
Apotheke	550	14,5	16,3	89%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	775	4,2	2,7	154%
Blumen/ Zoo	725	1,8	3,3	56%
kurzfristiger Bedarf	17.675	95,8	97,8	98%
Bekleidung und Zubehör	2.100	5,8	16,5	35%
Schuhe, Lederwaren	300	0,9	4,2	22%
Sport/ Freizeit	75	0,2	3,1	8%
Spielwaren	1.525	4,9	3,6	136%
Bücher	400	1,8	3,2	54%
GPK, Geschenke, Hausrat	375	0,6	2,0	31%
Haus- und Heimtextilien	2.225	4,4	2,3	190%
mittelfristiger Bedarf	7.000	18,6	34,9	53%
Uhren/ Schmuck	0	0,0	1,9	0%
Foto/ Optik	175	1,7	2,8	61%
Medien	525	4,4	10,8	41%
Elektro/ Leuchten	150	0,5	4,7	12%
Teppiche, Bodenbeläge	2.475	3,6	1,1	322%
baumarkt-/ gartencenterspezif.	1.800	3,3	12,3	27%
Möbel, Antiquitäten	2.825	4,6	9,4	49%
Sonstiges	650	4,0	8,0	50%
langfristiger Bedarf	8.575	22,2	51,1	43%
Gesamt	33.250	136,6	183,8	74%

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; www.handelsdaten.de; IfH, Köln; EHI; Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Potsdam; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

**Tab. A - 15: Verkaufsflächenprognose: Bindungsquote 2013 sowie Zielbindungsquote
Entwicklungsprognose nach Sortimenten 2015, 2020 bzw. 2025**

Sortiment	Jahr	2015		2020		2025	
	2013	untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel	95%	96%	96%	98%	98%	100%	100%
Drogerie/ Parfümerie	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	92%	93%	93%	96%	96%	100%	100%
Blumen/ Zoo	104%	104%	104%	104%	104%	104%	104%
kurzfristiger Bedarf	96%	96%	96%	98%	98%	100%	100%
Bekleidung und Zubehör	160%	160%	161%	160%	163%	160%	165%
Schuhe/ Lederwaren	86%	87%	89%	88%	94%	90%	100%
Sport/ Freizeit	185%	185%	185%	185%	185%	185%	185%
Spielwaren	107%	110%	112%	117%	123%	125%	135%
Bücher	69%	72%	74%	81%	87%	90%	100%
GPK/ Geschenke/ Hausrat	121%	122%	123%	123%	129%	125%	135%
Haus-/ Heimtextilien	122%	123%	124%	124%	130%	125%	135%
mittelfristiger Bedarf	135%	136%	137%	138%	142%	140%	146%
Uhren/ Schmuck	138%	140%	143%	145%	154%	150%	165%
Foto/ Optik und Zubehör	123%	123%	125%	124%	130%	125%	135%
Medien	76%	78%	80%	84%	90%	90%	100%
Elektro/ Leuchten	76%	78%	80%	84%	90%	90%	100%
Teppiche/ Bodenbeläge	200%	200%	200%	200%	200%	200%	200%
bau-/ gartenmarktspez. Sort.	87%	88%	89%	89%	95%	90%	100%
Möbel/ Antiquitäten	178%	178%	178%	178%	178%	178%	178%
Sonstiges	96%	96%	97%	96%	98%	96%	100%
langfristiger Bedarf	108%	110%	111%	112%	116%	114%	121%
Summe	108%	109%	110%	111%	114%	114%	117%

---: rechnerisch negatives Entwicklungspotenzial

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren; GPK = Glas Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; www.handelsdaten.de; IfH, Köln; EHI; IFH (2013); Bereich Statistik und Wahlen der Landeshauptstadt Potsdam; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Tab. A - 16: Verteilung der Sortimente nach Standorttypen - zentrenrelevante Sortimente nach Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg

Sortiment	Zentren		sonst. integr.		nicht-integriert		Summe	
	abs. in qm	rel.	abs. in qm	rel.	abs. in qm	rel.	abs. in qm	rel.
Nahrungsmittel, Getränke u. Tabakwaren	26.325	44%	25.550	43%	7.775	13%	59.650	100%
Apotheken, medizinische, orthopädische u. kosmetische Artikel (einschließlich Drogerieartikel)	6.800	58%	4.500	38%	500	4%	11.775	100%
Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren u. Bürobedarf	2.325	44%	2.750	52%	175	3%	5.275	100%
Bekleidung, Textilien	17.125	47%	19.100	52%	400	1%	36.600	100%
Schuhe u. Lederwaren	2.795	48%	2.600	45%	425	7%	5.850	100%
Beleuchtungsartikel	150	6%	100	4%	2.425	90%	2.700	100%
Haushaltsgegenstände (einschließlich Campingmöbel sowie Holz-, Kork-, Flecht- u. Korbwaren)	1.550	38%	825	20%	1.675	41%	4.025	100%
Keramische Erzeugnisse u. Glaswaren	700	26%	500	18%	1.500	56%	2.700	100%
Heimtextilien	1.775	25%	1.250	17%	4.175	58%	7.200	100%
Elektrische Haushaltsgeräte, Geräte der Unterhaltungselektronik u. Musikinstrumente	575	14%	3.400	82%	175	4%	4.175	100%
Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen u. Geschenkartikel	2.125	62%	325	9%	975	28%	3.425	100%
Uhren, Edelmetallwaren u. Schmuck	975	71%	400	29%	0	0%	1.350	100%
Spielwaren	2.250	37%	3.025	50%	750	13%	6.025	100%
Blumen, Pflanzen u. Saatgut, ausgenommen Beetpflanzen, Wurzelstöcke u. Blumenerde	825	43%	950	49%	150	8%	1.925	100%
Zoologischer Bedarf u. lebende Tiere	1.475	43%	425	12%	1.575	45%	3.450	100%
Augenoptiker	700	64%	400	36%	0	0%	1.100	100%
Foto- u. optische Erzeugnisse	150	35%	275	65%	0	0%	430	100%
Computer, Computerteile, periphere Einheiten u. Software	375	30%	850	70%	0	0%	1.225	100%
Telekommunikationsendgeräte u. Mobiltelefone	275	29%	625	64%	75	7%	975	100%
Fahrräder, Fahrradteile u. Zubehör	125	3%	1.500	35%	2.675	62%	4.325	100%
Sport- und Campingartikel (ohne Campingmöbel), ausgenommen Sport- u. Freizeitboote u. Zubehör	2.400	44%	2.000	37%	1.050	19%	5.450	100%
Sonstiger Facheinzelhandel, ausgenommen Büromöbel u. Brennstoffe	25	7%	150	88%	0	5%	175	100%

Verkaufsflächenwerte auf 25 qm gerundet

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Berechnungen

Tab. A - 17: Verteilung der Sortimente nach Standorttypen- nicht-zentrenrelevante Sortimente nach Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg

Sortiment	Zentren		sonst. integr.		nicht-integriert		Summe	
	abs. in qm	rel.	abs. in qm	rel.	abs. in qm	rel.	abs. in qm	rel.
Kraftwagen, Kraftwagenteile und Zubehör	25	2%	300	18%	1.375	80%	1.700	100%
Aus der Unterklasse Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren: Garagen, Gewächshäuser, Gerätehäuschen und Baubuden	0	0%	75	2%	4.900	98%	4.975	100%
Krafträder, Kraftradteile und -zubehör	0	0%	0	0%	775	100%	775	100%
Wohnmöbel	2.200	4%	4.325	8%	44.725	87%	51.225	100%
Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren (einschließlich Sanitärkeramik)	200	2%	900	9%	9.350	90%	10.450	100%
Anstrichmittel	0	1%	0	0%	1.200	99%	1.200	100%
Bau- und Heimwerkerbedarf	125	2%	350	5%	6.775	94%	7.250	100%
Tapeten- und Bodenbeläge (einschließlich Teppiche)	125	1%	250	3%	8.550	96%	8.925	100%
Aus der Unterklasse Blumen, Pflanzen und Saatgut: Beetpflanzen, Wurzelstöcke und Blumenerde	250	2%	475	4%	11.550	94%	12.275	100%
Aus der Unterklasse Sonstiger Facheinzelhandel: Büromöbel und Brennstoffe	25	3%	75	14%	500	83%	600	100%

Verkaufsflächenwerte auf 25 qm gerundet

Quelle: eigene Erhebung Mai bis Juni 2013; eigene Berechnungen

GLOSSAR

Die **Bindungsquote** (z.T. auch "Zentralität") bezeichnet das Verhältnis zwischen Umsatz und Kaufkraftpotenzial in einem Gebiet. Sie zeigt an, ob per Saldo Kaufkraft zufließt (Quote größer als 100%) oder abströmt (Quote kleiner als 100%).

Discounter sind Einzelhandelsbetriebe, die ein an der Bedarfsmenge je Haushalt orientiertes schmales und flaches Sortiment, insbesondere von Waren des täglichen Bedarfes in Selbstbedienung und ohne Service (Kundendienst) oft zu den niedrigsten für diese Waren im Einzelhandel geforderten Preisen anbieten.

Einzelhandel im engeren Sinne ist der Einzelhandel in Ladengeschäften ohne den Handel mit Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffen und ohne Bäckereien und Metzgereien (Lebensmittelhandwerk).

In der vorliegenden Untersuchung wurden jedoch auch das Lebensmittelhandwerk sowie Tankstellenshops, soweit diese überwiegend Sortimente wie der Einzelhandel im engeren Sinne - vor allem Nahrungs-/ Genussmittel - führen, in die vorliegende Untersuchung einbezogen: Diese Angebotsformen wandeln sich zunehmend zu Handelsbetrieben.

Fachgeschäfte sind Einzelhandelsbetriebe, die ein branchenspezifisches oder bedarfsgruppenorientiertes Sortiment in großer Auswahl und in unterschiedlichen Qualitäten und Preislagen mit ergänzenden Dienstleistungen (z.B. Kundendienst) anbieten.

Fachmärkte sind Einzelhandelsbetriebe, die ein breites und oft auch tiefes Sortiment aus einem Warenbereich, z.B. Bekleidungs-, Schuhfachmarkt, einem Bedarfsbereich, z.B. Sport-, Baufachmarkt oder einem Zielgruppenbereich, z.B. Möbel- und Haushaltswarenfachmarkt für design-orientierte Kunden, in übersichtlicher Warenpräsentation bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau anbieten. Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert, entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren. Bei einigen Sortimenten, z.B. Drogeriemarkt, werden überwiegend Innenstadtlagen gewählt. Die Verkaufsverfahren sind Selbstbedienung und Vorwahl, meist mit der Möglichkeit einer fachlichen und sortimentspezifischen Beratung auf Wunsch der Kundinnen und Kunden.

Eine **integrierte Lage** im Sinne dieser Untersuchung liegt vor, wenn ein Standort städtebaulich eingebunden ist. Wichtig für die Einstufung als integriert ist die unmittelbar umgebende Wohnbebauung. Die Bezeichnung stellt einen Oberbegriff für zentrale Versorgungsbereiche/ Zentren, Nahversorgungsstandorte und sonstige integrierte Standorte dar.

Als **nicht-integrierte Standorte** sind entsprechend sämtliche Standorte zu bezeichnen, die nicht in Zusammenhang mit Wohnbebauung stehen (z.B. Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten oder sonstige autokundenorientierte Standorte ohne Zusammenhang mit Wohnbebauung). Aber auch Gewerbegebiete, die mit Wohnbebauung durchsetzt sind, sind diesen Standorten zuzurechnen.

Einzelhandel in **sonstigen integrierten Lagen** ist überall dort vorhanden, wo die Dichte/ Konzentration nicht ausreicht, den entsprechenden Bereich als zentralen Versorgungsbereich (vgl. unten) einzustufen. Es handelt sich also um funktional und städtebaulich integrierte Einzelstandorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche bzw. Zentren.

Ein **Kaufhaus** ist ein größerer Einzelhandelsbetrieb, der überwiegend im Wege der Bedienung Waren aus zwei oder mehr Branchen, davon wenigstens aus einer Branche in tiefer Gliederung, anbietet. Am stärksten verbreitet sind Kaufhäuser mit Textilien, Bekleidung und verwandten Bedarfsrichtungen.

Die **Kaufkraft** beschreibt die (nominale) Geldsumme, die einem privaten Haushalt in einem bestimmten Zeitraum zum Verbrauch zur Verfügung steht. Die Kaufkraft wird auf Basis der Lohn- und Einkommenssteuerstatistiken ermittelt. (s.a. Nachfrage)

Kaufkraftkennziffern stellen Indexzahlen dar, mit deren Hilfe regionale Teilmärkte hinsichtlich ihrer Kaufkraft bewertet werden. Sie ergeben sich aus dem Quotienten der Kaufkraft einer Region und dem entsprechenden gesamtdeutschen Wert. Das IBH (ehem. BBE) prognostiziert auf der Grundlage von Lohn- und Einkommenssteuerstatistiken die (einzelhandelsrelevante) Kaufkraft der Einwohner nach regionalen Gliederungen. Die Kaufkraftkennziffer je Einwohner zeigt, welche Gebietseinheit bei der Pro-Kopf-Kaufkraft über oder unter dem Bundesdurchschnitt (= 100) liegt.

Lebensmittel-SB-Geschäfte sind Einzelhandelsbetriebe, die auf einer Verkaufsfläche von bis zu 200 qm ein Lebensmittelsortiment einschließlich Frischwaren (z.B. Obst, Gemüse, Fleisch- und Wurstwaren) vorwiegend in Selbstbedienung anbieten.

Das Lebensmittelsortiment ist auf Grund der geringen Verkaufsfläche in Breite und Tiefe i.d.R. eingeschränkt, Waren des täglichen Bedarfes anderer Branchen werden nicht bzw. in geringen Umfang angeboten.

Lebensmittel-SB-Märkte sind Einzelhandelsbetriebe, die auf einer Verkaufsfläche von 200 bis 400 qm ein umfangreiches, wenngleich in der Tiefe eingeschränktes Lebensmittelsortiment einschließlich Frischwaren (z.B. Obst, Gemüse, Fleisch- und Wurstwaren) vorwiegend in Selbstbedienung anbieten. Darüber hinaus werden Waren des täglichen Bedarfes anderer Branchen ergänzend angeboten.

Die **einzelhandelsrelevante Nachfrage** entspricht dem Teil der Verbrauchsausgaben der privaten Haushalte, der im Einzelhandel ausgegeben wird, d.h. die Nachfrage nach Dienstleistungen wird nicht berücksichtigt. (s.a. Kaufkraft)

Bei einem **Nahversorgungsstandort** handelt es sich um einen integrierten Bereich, bei dem ein meist kleinstrukturiertes Angebot an Einzelhandelsbetrieben die Versorgungsfunktion für das unmittelbare, nähere Wohnumfeld, nicht jedoch darüber hinaus übernimmt (vgl. zentraler Versorgungsbereich).

SB-Warenhäuser sind Einzelhandelsbetriebe, die ein umfassendes Sortiment mit einem Schwerpunkt bei Lebensmitteln ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne Kundenberatung anbieten. Der Standort ist i.d.R. autokundenorientiert, wobei sowohl isolierte Standorte als auch Standorte in Einkaufszentren vorzufinden sind. Die Verkaufsfläche liegt nach der Abgrenzung des EHI bei 5.000 qm und mehr.

Sonderstandorte sind Konzentrationen von Einzelhandelsbetrieben, die in einem funktionalen Zusammenhang stehen, etwa durch ein gewerblich geprägtes Gebiet/ Gewerbegebiet. Ein städtebaulicher Zusammenhang ist nicht erforderlich. Weiterhin ist eine Ausstrahlung über das unmittelbare Umfeld hinaus erforderlich, weshalb eine Mindestverkaufsfläche von rd. 2.500 qm als Untergrenze angesetzt wird. I.d.R. handelt es sich bei Sonderstandorten um nicht-integrierte Standorte. Ausnahmen können z.B. Standorte mit einer mit Sonderfunktion (Hauptbahnhof - "Reisebedarf") oder ohne städtebauliche Qualität und mit geringer Angebotsvielfalt sein.

Supermärkte sind Einzelhandelsbetriebe, die auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 qm und höchstens 2.500 qm ein Lebensmittelvollsortiment einschließlich

Frischwaren (z.B. Obst, Gemüse, Südfrüchte, Fleisch) und ergänzend Waren des täglichen Bedarfes anderer Branchen vorwiegend in Selbstbedienung anbieten. **Große Supermärkte** sind Einzelhandelsbetriebe mit in etwa gleicher Sortimentsstruktur (i.d.R. etwas höherer Anteil anderer Branchen) mit einer Verkaufsfläche von 2.500 und 5.000 qm.

Warenhäuser sind großflächige Einzelhandelsbetriebe, die breite und überwiegend tiefe Sortimente mehrerer Branchen mit relativ hoher Serviceintensität und an Standorten in Innenstädten oder in Einkaufszentren anbieten. Der Schwerpunkt liegt i.d.R. im Bereich Bekleidung. Neben Einzelhandelsangeboten werden auch Dienstleistungs- sowie gastronomische Angebote vorgehalten. Insgesamt ist eine verstärkte Entwicklung von Shop-in-Shop-Systemen, d.h. Vermietung von Flächen an andere Betriebe (Konzessionäre), festzustellen, wobei dies für den Kunden häufig nicht vordergründig ersichtlich ist bzw. teilweise erst beim Bezahlen an einer eigenen Kasse erkennbar wird.

Als **zentrale Versorgungsbereiche/ Zentren** sind diejenigen integrierten Standorte einer Stadt zu verstehen, in denen sich bedeutsamen Versorgungsfunktionen konzentrieren. Da für die städtebauliche Begründung für eine begrenzte Zulässigkeit von Einzelhandel zentrale Versorgungsbereiche entscheidend sind, liegt der Schwerpunkt bei der Abgrenzung auf der Konzentration des Einzelhandels. Daneben ist die Konzentration von Angeboten im Dienstleistungsbereich (z.B. Reisebüros, Reinigungen etc.) von Bedeutung. Neben der Bestandsdichte als wesentlichem Kriterium sind infrastrukturelle und funktionale Zäsuren sowie städtebauliche Merkmale zur Abgrenzung heranzuziehen. Die Abgrenzung ist damit unabhängig von statistischen oder historischen Bezeichnungen in einer Kommune.

Wesentlich ist weiterhin, dass eine über den Nahbereich hinausreichende Versorgungsfunktion wahrgenommen wird (vgl. Nahversorgungsstandort).

Zentralität (s. Bindungsquote).