

Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Nauen



Stand 22. März 2010



Impressum:

Auftraggeber: Stadt Nauen

Auftragnehmer:



Oderberger Straße 40

D-10435 Berlin

Bearbeiter: Dipl.-Ing. Elisabeth Giesecke

Prof. Dr. jur. Gerd Schmidt-Eichstaedt

Stand: 22.03.2010, redaktionell ergänzt 18.05.2010

Abstract

Das für die Stadt Nauen erarbeitete Einzelhandelskonzept lässt einen dringenden Handlungsbedarf in Richtung Bauleitplanung erkennen.

Die Bestandsanalyse verdeutlicht bestehende Missverhältnisse und weist ungenutzte Potenziale aus: Erhebliche Diskrepanzen bestehen demnach einerseits im Verhältnis zwischen der Kaufkraft vor Ort und dem Verkaufsflächenbestand sowie andererseits in der Verteilung der Verkaufsflächen im Stadtgebiet. Ungenutzte Potenziale bietet insbesondere die historische Altstadt, um die Stadt Nauen zu einem attraktiven Einzelhandelsstandort im Landkreis Havelland zu entwickeln. Als Ergebnis der Bestandsanalyse wird festgestellt, dass der Schwerpunkt der Einzelhandelsentwicklung auf der Stabilisierung und Qualifizierung des Angebots liegen muss und nicht etwa in der Erhöhung des Verkaufsflächenbesatzes. Die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung ist als eine zukünftig wichtige Aufgabe definiert.

Das Entwicklungskonzept der Stadt Nauen benennt in diesem Sinne Ziele und Grundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung. Das Standortkonzept definiert die Zentrenstruktur der Stadt mit der Ausweisung des zentralen Versorgungsbereich „Altstadt Nauen“ sowie von insgesamt fünf ergänzenden Einzelhandelsstandorten. Weiterhin konnten die ortsspezifischen zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimente ermittelt und in der „Nauener Sortimentsliste“ ausgewiesen werden.

Die abschließenden Hinweise zur verbindlichen Umsetzung der Konzeption unterstreichen noch einmal deutlich, dass sowohl im unbeplanten Innenbereich als auch im Geltungsbereich der rechtsverbindlichen Bebauungspläne erhebliche Steuerungsdefizite bestehen. Um diese zu beheben und den Zielstellungen des Einzelhandelskonzepts einen für jedermann verbindlichen Normcharakter zukommen zu lassen, bedarf es des Einsatzes der verbindlichen Bauleitplanung in der Form eines stadtweiten strategischen Bebauungsplans.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Aufgabenstellung für das Einzelhandelskonzept der Stadt Nauen	2
1.2	Methodik und Arbeitsweise	3
2	Kurzbeschreibung des Betrachtungsraums	4
2.1	Räumliche und funktionale Einordnung	4
2.2	Verkehrstechnische Erschließung	4
2.3	Siedlungsstruktur	5
3	Bestandsaufnahme und –analyse	7
3.1	Sozioökonomische Kennwerte	7
3.1.1	Einwohner und Einwohnerentwicklung	7
3.1.2	Allgemeine Angaben zur Wirtschaftsstruktur	9
3.1.3	Entwicklung der Haushaltseinkommen	12
3.2	Planerische Rahmenbedingungen	13
3.2.1	Raumordnung und Landesplanung	13
3.2.2	Regionalplanung	16
3.2.3	Kreisentwicklungskonzeption	18
3.2.4	Kommunale Planungen	18
3.3	Angebotssituation	22
3.3.1	Kurzcharakteristik der Nauener Einzelhandelsstruktur	22
3.3.2	Leerstand von Einzelhandelsflächen	23
3.3.3	Einzelhandelsverkaufsfläche	24
3.3.4	Quantitative Kriterien zur Bewertung des Einzelhandelsbestands	30
3.3.5	Konkurrenzstandorte	32
3.3.6	Planungen in der Stadt Nauen und im Umland	33
3.4	Nachfragesituation	34
3.4.1	Allgemeine Trends im Kundenverhalten	35
3.4.2	Versorgungsbereich und Einzugsgebiet	35
3.4.3	Kennzahlen der Kaufkraft	38
3.4.4	Einkaufsorientierung und Angebotsbewertung	40

Inhaltsverzeichnis

3.5	Prognose der Einzelhandels- und Kaufkraftentwicklung	41
3.6	Ergebnisse der Bestandsanalyse	43
4	Entwicklungskonzept	45
4.1	Leitbild, Zielvorgaben und Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung	46
4.1.1	Leitbild	46
4.1.2	Zielvorgaben	47
4.1.3	Grundsätze der räumlichen Steuerung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Nauen	48
4.2	Standortkonzept	50
4.2.1	Der zentrale Versorgungsbereich	50
4.2.2	Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs der Stadt Nauen	52
4.2.3	Identifikation der ergänzenden Einzelhandelsstandorte	60
4.3	Die ortsspezifische Sortimentsliste	74
4.4	Umsetzung des Einzelhandelskonzepts	77
4.4.1	Die erste Stufe: Beschluss zur Billigung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts	78
4.4.2	Die zweite Stufe: Aufstellung eines strategischen Bebauungsplans	78
5	Zusammenfassung	79
6	Literatur- und Quellenverzeichnis	83
7	Glossar	87
8	Anhang	92
8.1	Erläuterung der Einteilung der „Nauener Sortimentliste“	93

Verzeichnis der Abbildungen

Abb. 1:	Physische Übersicht Lage Stadt Nauen	4
Abb. 2:	Stadt Nauen	5
Abb. 3:	Entwicklung der Einwohnerzahlen Stadt Nauen 1990 bis 2008 im Vergleich	8
Abb. 4:	Arbeitslosenquote LK Havelland im Vergleich mit den Geschäftsstellen Nauen und Rathenow 1994 bis 2004	10
Abb. 5:	Bestand an Empfängern von Arbeitslosengeld nach SGB II und SGB III	12
Abb. 6:	Entwicklung des realen Haushaltseinkommens im Land Brandenburg im Vergleich	12
Abb. 7:	Abgrenzung der Standortbereiche und Vorzugsräume gemäß Entwurf Regionalplan Havelland-Fläming 2020	17
Abb. 8:	Möglicher Standort der Altstadtpassage	21
Abb. 9:	Darstellung der Einzelhandelsausgaben Stadt Nauen 2008 im Vergleich	30
Abb. 10:	Abgrenzung Kerneinzugsgebiet und mittelzentraler Versorgungsbereich	37
Abb. 11:	Darstellung der Kaufkraft Stadt Nauen 2008 im Vergleich	38
Abb. 12:	Schematischer Aufbau des Entwicklungskonzepts	45
Abb. 13:	Zentraler Versorgungsbereich „Altstadt Nauen“	53
Abb. 19:	Ergänzender Einzelhandelsstandort „Dammstraße“	62
Abb. 20:	Ergänzender Einzelhandelsstandort „Raiffeisenstraße/Berliner Straße“	63
Abb. 22:	Einzelhandelskomplex Raiffeisenstraße	65
Abb. 23:	Ergänzender Einzelhandelstandort „Gewerbegebiet Nauen-Ost“	66
Abb. 24:	Einfahrtssituation Fachmarktzentrum „Luchberge“	67
Abb. 25:	Ergänzender Einzelhandelstandort „Fachmarktzentrum Luchberge“	68
Abb. 26:	EKZ „Luchcenter“	69
Abb. 27:	Ergänzender Einzelhandelsstandort „EKZ Luchcenter“	71

Verzeichnis der Tabellen

Tab. 1:	Bevölkerungsprognose Stadt Nauen nach Altersgruppen	9
Tab. 2:	Entwicklung der Arbeitslosenzahlen Stadt Nauen 2003 bis 2007	11
Tab. 3:	Einzelhandel in Nauen ab 400 m ² Verkaufsfläche	25
Tab. 4:	Verkaufsflächenbesatz der brandenburgischen Landkreise je Einwohner im Vergleich	28
Tab. 5:	Verkaufsflächenbesatz der brandenburgischer Mittelzentren im Vergleich	29
Tab. 6:	Einzelhandelszentralität 2008 der havelländischen Mittelzentren im Vergleich	32
Tab. 7:	Konkurrenzstandorte nach Standorten und Verkaufsflächen	32
Tab. 8:	Einwohner des Mittelbereichs Nauen gem. LEP B-B (2009)	36
Tab. 9:	Entwicklung von Kaufkraft und Anzahl der Einzelhandelsunternehmen in Nauen im Vergleich 1994 bis 2008	39
Tab. 10:	Kaufkraft für den Einzelhandel Stadt Nauen im Vergleich	40
Tab. 11:	Einkaufsorientierung	41
Tab. 12:	Anzahl Einzelhandelsbetriebe „Altstadt Nauen“ nach Warensortiment	55
Tab. 13:	Anzahl Einzelhandelsbetriebe EKZ „Nauener Karree“ nach Warensortiment	57
Tab. 14:	Anzahl Einzelhandelsbetriebe Feldstraße/Berliner Straße nach Warensortiment	59
Tab. 15:	Anzahl Einzelhandelsbetriebe Dammstraße	61
Tab. 16:	Anzahl Betriebe südliche Berliner Straße nach Warensortiment	64
Tab. 17:	Anzahl Einzelhandelsbetriebe Raiffeisenstraße nach Warensortiment	65
Tab. 18:	Anzahl Einzelhandelsbetriebe Fachmarktzentrum „Luchberge“ nach Warensortiment	68
Tab. 19:	Anzahl Einzelhandelsbetriebe EKZ „Luchcenter“ nach Warensortiment	70
Tab. 20:	Anzahl Einzelhandelsbetriebe Ketziner Straße nach Warensortiment	71
Tab. 21:	Anzahl Einzelhandelsbetriebe Brandenburger Straße nach Warensortiment	72
Tab. 22:	Anzahl Einzelhandelsbetriebe Hertfelder Straße nach Warensortiment	72
Tab. 23:	„Nauener Sortimentsliste“	75

Abkürzungsverzeichnis

Abs.	Absatz
a. n. g.	Anderweitig nicht genannt
BauGB	Baugesetzbuch
BauNVO	Baunutzungsverordnung
BP	Bebauungsplan
B-Plan	Bebauungsplan
BT	Deutscher Bundestag
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht
EKZ	Einkaufszentrum
EW	Einwohner
FB	Fachbereich
FBL	Fachbereichsleiter
FNP	Flächennutzungsplan
G	Grundsatz der Raumordnung
GE	Gewerbegebiet
gesa	Gesellschaft für Handels-, Standort- und Immobilienberatung mbH
GfK	Gesellschaft für Konsum-, Absatz- und Marktforschung
GL	Gemeinsame Landesplanungsabteilung der Länder Berlin und Brandenburg
GVBl.	Gesetz- und Verordnungsblatt
HVL	Havelland
IHK	Industrie- und Handelskammer
Kap.	Kapitel
KEK	Kreisentwicklungskonzeption
Kfz	Kraftfahrzeug
LaPro	Landschaftsprogramm
LASA	Landesagentur für Struktur und Arbeit Brandenburg GmbH
LBV	Landesamt für Bauen und Verkehr
LEP I	Landesentwicklungsplan Brandenburg
LEP B-B	Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg
LEP eV	Gemeinsamer Landesentwicklungsplan für den engeren Verflechtungsraum Brandenburg-Berlin

Abkürzungsverzeichnis

LEP FS	Gemeinsamer Landesentwicklungsplan Flughafenstandortentwicklung
LEP GR	Gemeinsamer Landesentwicklungsplan für den Gesamttraum Berlin-Brandenburg
LEPro	Landesentwicklungsprogramm
LK	Landkreis
mfi	Management für Immobilien AG
MI	Mischgebiet
MIR	Ministerium für Infrastruktur und Raumordnung
MIV	Motorisierter Individualverkehr
MK	Kerngebiet
NRW	Nordrhein-Westfalen
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
OT	Ortsteil
OVG	Oberverwaltungsgericht
PlanzV	Planzeichenverordnung
RdNr.	Randnummer
ROG	Raumordnungsgesetz
TÖB	Träger öffentlicher Belange
WA	Allgemeines Wohngebiet
WZ 2008	Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes, Ausgabe 2008
VEP	Vorhaben- und Erschließungsplan gem. § 12 BauGB
VKF	Verkaufsfläche
Z	Ziel der Raumordnung

1 Einleitung

Die brandenburgische Stadt Nauen nimmt als Mittelzentrum eine zentralörtliche Versorgungsfunktion im Landkreis Havelland wahr. Der Versorgungsbereich der Stadt Nauen umfasst ca. 30.000 Einwohner. In der Stadt Nauen selbst wohnen ca. 16.800 Einwohner.

Die Kernstadt der Stadt Nauen weist eine Verkaufsfläche von insgesamt rund 32.500 m² auf. Unter Berücksichtigung des bestehenden niedrigen Kaufkraftpotenzials und der tatsächlichen Umsätze vor Ort entspricht das einem relativ hohen Wert von 1,9 m² Verkaufsfläche je Einwohner der Stadt Nauen; im Durchschnitt des Bundesgebiets kommen auf einen Einwohner 1,3 m² Verkaufsfläche. Der Altstadt von Nauen – als dem klassischen Versorgungsbereich der Stadt – kommt dabei allerdings nur eine untergeordnete Rolle zu. Ein hoher Anteil der Einzelhandels-Verkaufsflächen verteilt sich auf die umliegenden Gebiete. Die Altstadt steht daher aufgrund ihres anteilig geringen Verkaufsflächenbesatzes und der kleinteiligen Strukturen in starker Konkurrenz zu den übrigen Standorten.

Angesichts der bereits bestehenden deutlichen räumlichen Schieflage bei der Verteilung der Verkaufsflächen im Stadtgebiet und des insgesamt überdurchschnittlichen hohen Verkaufsflächenbesatzes vor Ort ergeben sich städtebauliche Spannungen und nachteilige Auswirkungen. Zu benennen sind:

- Schwächung der Altstadt in ihrer Funktion als zentraler Versorgungsbereich;
- stadtweite Funktionsschwächen durch Brachfallen und Leerstand von Geschäften, die dem Konkurrenzdruck zum Opfer gefallen sind;
- unnötiger Flächenverbrauch durch dezentrale Ansiedlungen am Stadtrand.

Obwohl sich der ansässige Einzelhandel bereits im harten Wettbewerb untereinander und mit den flächenmäßig stark überlegenen Konkurrenzstandorten in der Umgebung befindet, drängen weitere Betriebe – insbesondere Lebensmittelketten – in den Markt. Die neuen Standorte werden ohne Rücksicht auf eine geordnete Stadtentwicklung gesucht und gefunden.

Um weiteren Fehlentwicklungen gegenzusteuern, hat die Stadt Nauen die Aufstellung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzepts eingeleitet. Die Stadt Nauen verfolgt damit das Ziel, einen wesentlichen Beitrag zu einer geordneten Stadtentwicklung zu leisten, indem die Ansiedlung von Einzelhandelsnutzungen unter gesamtstädtischen Gesichtspunkten strategisch und zugleich abwägungsgerecht gelenkt werden kann.

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept berücksichtigt die Ergebnisse der im 1. Quartal 2009 durchgeführten frühzeitigen Beteiligung der Öffentlichkeit einschließlich der Einzelhändler sowie der Behörden und der Träger öffentlicher Belange an der Konzepterarbeitung. Im Rahmen der frühzeitigen Beteiligung wurde eine Vielzahl von sachdienlichen Hinweisen geäußert und in das vorliegende Konzept aufgenommen. Weiterhin wurden die Entwürfe des

Einzelhandels- und Zentrenkonzepts von Juni 2009 und Januar 2010 im Rahmen der Beteiligung der Öffentlichkeit sowie der Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange an der Aufstellung des strategischen Bebauungsplans „Einzelhandel“ der Stadt Nauen zur Stellungnahme beigefügt. Das nun vorliegende Konzept umfasst sowohl die Bestandsaufnahme und –analyse als auch das eigentliche Entwicklungskonzept mit den verankerten städtebaulichen Zielstellungen und den anknüpfenden Empfehlungen zur Konzeptumsetzung.

Das Konzept wurde abschließend durch die Beschlussfassung der Stadtverordnetenversammlung der Stadt Nauen vom 17. Mai 2010 gebilligt. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist damit gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB bei der Aufstellung von Bauleitplänen zu berücksichtigen.

1.1 Aufgabenstellung für das Einzelhandelskonzept der Stadt Nauen

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Nauen ist eine umfassende und übergreifende städtebauliche Entwicklungskonzeption. Es ist ausgerichtet auf eine nachhaltige räumliche Steuerung von Einzelhandelsnutzungen, um langfristig eine geordnete städtebauliche Entwicklung der Versorgungs- und Zentrenstrukturen im Nauener Stadtgebiet zu gewährleisten.

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept soll der Stadt Nauen, die Trägerin der Bauleitplanung ist, als Entscheidungshilfe zur Weiterentwicklung ihres Mittelzentrums dienen. Inhaltlich umfasst das Konzept folgende Punkte:

- Bestandsaufnahme des Ist-Zustands des Einzelhandels in der Stadt Nauen: Quantitative und qualitative Darstellung und Wertung des Einzelhandelsangebots sowie Angaben zum Kaufkraftpotenzial, zur Attraktivität und zum Leistungsvermögen des Standortes Nauen sowie zum Einzugsgebiet
- Prognose der Einzelhandels- und Kaufkraftentwicklung unter Berücksichtigung der amtlichen Bevölkerungsprognose für die Stadt Nauen für den Zeithorizont des Einzelhandelskonzepts
- Ermittlung von Verkaufsflächenspielflächen und Verkaufsflächentypen für die künftige Entwicklung des Einzelhandels in Nauen
- Definition der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Nauen
- Erarbeitung der „Nauener Sortimentsliste“
- Erarbeitung eines städtebaulich-funktionalen Zielkonzepts
- Erarbeitung bauleitplanerischer Steuerungs- und Festsetzungsempfehlungen für die Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts.

1.2 Methodik und Arbeitsweise

Der Betrachtungsraum des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzepts begrenzt sich auf die Nauener Kernstadt. Nicht berücksichtigt sind die Ortsteile Neukammer, Schwanebeck und Waldsiedlung sowie die seit der Gemeindegebietsreform angegliederten Ortsteile.¹ Im Rahmen der Vorbereitungen zur Konzepterarbeitung konnte festgestellt werden, dass es nicht erforderlich ist, in den Ortsteilen steuernd tätig zu werden. Die Ansiedlung von Betrieben der Nahversorgung wird hier grundsätzlich begrüßt. Sie soll im Rahmen des ortsüblichen rechtlich möglich sein. Aufgrund der räumlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ist die Ansiedlung von Nahversorgungsbetrieben in einem für die Nauener Kernstadt schädlichen Umfang hier nicht zu erwarten. Die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe bedarf ohnehin der verbindlichen Bauleitplanung, sodass derartige Ansiedlungen nur auf der Grundlage verbindlicher städtischer Planung verwirklicht werden können. Im Rahmen eines erforderlichen Bebauungsplanverfahrens und/oder eines vergleichbaren Baugenehmigungsvorgangs sind dann die Inhalte und Ziele des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzepts als planerische Rahmenbedingungen zu berücksichtigen.

¹ Vgl. Kap. 2.3 Siedlungsstruktur.

2 Kurzbeschreibung des Betrachtungsraums

2.1 Räumliche und funktionale Einordnung

Die brandenburgische Stadt Nauen liegt im östlichen Teil des Landkreises Havelland. Sie ist in westlicher Richtung ca. 20 km von der Stadtgrenze der Bundeshauptstadt Berlin (Berlin-Spandau) entfernt. Die Entfernung zur Landeshauptstadt Potsdam beträgt ca. 25 km und zur Kreisstadt Rathenow ca. 35 km.²



Abb. 1: Physische Übersicht Lage Stadt Nauen

Quelle: Landesvermessung und Geobasisinformation Brandenburg: Physische Übersicht Land Brandenburg.

2.2 Verkehrstechnische Erschließung

Die Anbindung der Stadt Nauen an das überörtliche Verkehrsnetz ist als gut zu bewerten. Anschluss an das überörtliche Straßennetz besteht mit den Bundesstraßen B 5 und B 273. Die Bundesstraßen durchqueren das Stadtgebiet und gewährleisten den direkten Anschluss an die Bundesautobahn BAB A 10 (Berliner Ring) sowie an die BAB A 24 in Richtung Hamburg/Rostock. Zudem bilden zahlreiche Landes- und Kreisstraßen das örtliche Straßennetz aus, die zugleich wichtige überörtliche Hauptverkehrsstraßen sind.

Der öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV) ist mit dem schienengebundenen Regionalverkehr sowie mit dem örtlichen und regionalen Busbetrieb gesichert. Der Regionalbahnverkehr der Deutschen Bahn von Neustadt/Dosse über Nauen nach Berlin gewährleistet eine schnelle Erreichbarkeit: die Stadt Nauen liegt in-

² Begründung zum „Flächennutzungsplan 2004 der Stadt Nauen“, Stadt Nauen, bekannt gemacht am 22.12.2006, S. 10.

nerhalb des 60-Minuten-Einzugsbereichs der Berliner Innenstadt. Des Weiteren verkehren Regionalbuslinien zwischen der Kernstadt und den Ortsteilen in regelmäßigen Abständen. Eine Stadtbuslinie sichert den innerstädtischen ÖPNV.

In Ergänzung zum motorisierten Individualverkehr (MIV) und ÖPNV erschließen Rad- und Wanderwege das Stadtgebiet. Von überregionaler Bedeutung ist der Havellandradoweg, der von Berlin über Nauen bis nach Stendal in Sachsen-Anhalt führt.

2.3 Siedlungsstruktur

Die Stadt Nauen besteht aus der Kernstadt und den Ortsteilen Neukammer, Schwanebeck und Waldsiedlung. Seit der Gemeindegebietsreform 2003 gehören die Ortsteile:

- Berge, Bergerdamm, Börnicke, Groß Behnitz, Kienberg, Klein Behnitz, Lietzow, Markee, Ribbeck, Tietzow und Wachow

ebenfalls der Gemarkung an. Das Stadtgebiet umfasst damit eine Gesamtgröße von ca. 266 km².

Der Betrachtungsraum des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzepts beschränkt sich auf die Kernstadt Nauen ohne die Ortsteile Neukammer, Schwanebeck und Waldsiedlung.

Die Siedlungsstruktur der Kernstadt ist geprägt durch die historische Altstadt, die unmittelbar angrenzenden Wohnbereiche, die innerstädtischen Freiflächen und die Areale gewerblicher Nutzungen.

Im Stadtgrundriss ist die Ausprägung der Altstadt mit der ringförmigen Anordnung der Straßen und Plätze innerhalb der Stadtmauer deutlich zu erkennen. Ebenfalls gut ablesbar ist die Entwicklung der späteren Siedlungsstrukturen entlang der Ausfallstraßen.

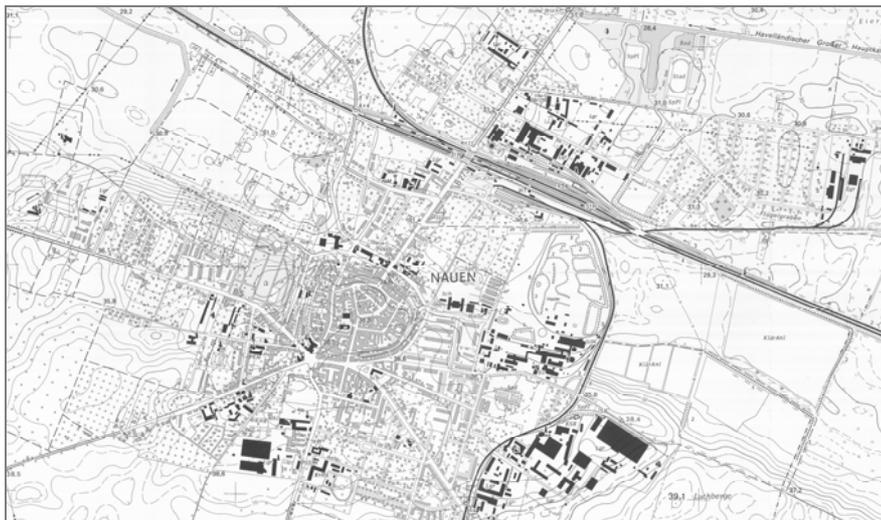


Abb. 2: Stadt Nauen

Quelle: Landesvermessungsamt des Landes Brandenburg (Hrsg.), TK 10, Maßstab 1:10.000, Kartenblatt 3443 SW.

Das Nauener Stadtzentrum konzentriert sich im Wesentlichen auf die Altstadt und auf die unmittelbar angrenzenden Randbereiche. Die Altstadt ist durch den mittelalterlichen Stadtgrundriss und die weitgehend erhaltene historische Gebäudesubstanz geprägt. In der historischen Innenstadt bestehen Wohn-, Dienstleistungs- und Gewerbenutzungen nebeneinander.

Nördlich der Altstadt befinden sich das Einkaufszentrum (EKZ) „Nauener Karree“ und kleinteilige Wohnstandorte. Die daran angrenzende Bahntrasse stellt eine Zäsur im Stadtgebiet dar. Sie trennt das nördliche Stadtgebiet vom Siedlungskörper. Der Bahnhof selbst und der Busbahnhof orientieren sich zum südlich gelegenen Zentrum hin.

Nördlich der Bahntrasse liegt das Gewerbegebiet „Nauen-Nord“. An die gewerblichen Flächen grenzen der Ludwig-Jahn-Sportplatz, zahlreiche Kleingärten sowie ein neu erschlossenes Wohngebiet an.

Östlich der historischen Innenstadt grenzen mehrgeschossige Wohnungsbauten der 1960er bis 70er Jahre und öffentliche Infrastruktureinrichtungen an. Der östliche Stadtrand ist zudem durch seine wirtschaftliche Entwicklung bedingt gewerblich bis industriell geprägt. Auf dem Gelände der ehemals größten Zuckerfabrik Europas ist die Entwicklung eines Gewerbegebiets vorgesehen.

Auch die südliche Stadtstruktur ist im Wesentlichen durch Wohn- und Mischnutzungen bestimmt. Entlang der südöstlichen Ausfallstraße, der Berliner Straße, liegen in östlicher Richtung das Industrie- und Gewerbegebiet Nauen-Ost sowie das Fachmarktzentrum „Luchberge“. Südlich der Berliner Straße befindet sich das Misch- und Gewerbegebiet „ehemaliger Bahnhof“.

In westlicher Richtung grenzen an die Altstadt der Stadtpark, der Friedhof und kleinteilig strukturierte Wohnbereiche entlang der Hamburger Straße an. Den Abschluss des Siedlungsbereichs bilden der Einfamilienhausstandort „Am Mahlbusen“ und das Einkaufszentrum „Luchcenter“.

3 Bestandsaufnahme und -analyse

Die Bestandsaufnahme und -analyse bilden die Grundlage des Einzelhandelskonzepts. Erfasst werden sowohl die allgemeinen Rahmenbedingungen als auch insbesondere die Angebots- und Nachfragesituation vor Ort.

Im Vorfeld der gezielten Angebots- und Nachfrageanalyse ist es notwendig, grundlegende entwicklungsbestimmende Faktoren zu benennen und zu bewerten. Zu diesen Faktoren zählen neben sozioökonomischen Größen auch planerische Vorgaben der verschiedenen Ebenen.

3.1 Sozioökonomische Kennwerte

Unter den Begriff der sozioökonomischen Rahmenbedingungen fallen sowohl die Angaben zur Einwohnerzahl und deren Entwicklung als auch Angaben zur Wirtschaftsstruktur der Stadt Nauen. Auf Grundlage dieser Aussagen lassen sich Rückschlüsse über die Nachfragesituation und -entwicklung ziehen.

3.1.1 Einwohner und Einwohnerentwicklung

Die Einwohnerentwicklung der Stadt Nauen weist den durch die politische Wende nach 1989 verursachten typischen Bevölkerungsrückgang auf. Seit Mitte der 1990er Jahre ist eine Stabilisierung der Bevölkerungszahl zu beobachten.

Die Gesamtbevölkerung in der Stadt Nauen beläuft sich Ende 2008 auf rund 16.800 Einwohner. Die Kernstadt Nauen selbst verzeichnet rund 10.300 Einwohner, was einen Anteil von rund 61 % der Einwohnerzahl der gesamten Gemarkung darstellt.³

³ Mit Stand vom 31.12.2008 sind insgesamt 16.800 Einwohner mit ihrem Hauptwohnsitz in der Stadt Nauen gemeldet, davon wohnen 10.174 Personen in der Nauener Kernstadt. URL: http://www.nauen.de/media/custom/1082_1116_1.PDF?La=1&object=med|1082.1116.1 [Stand 28.05.2009].

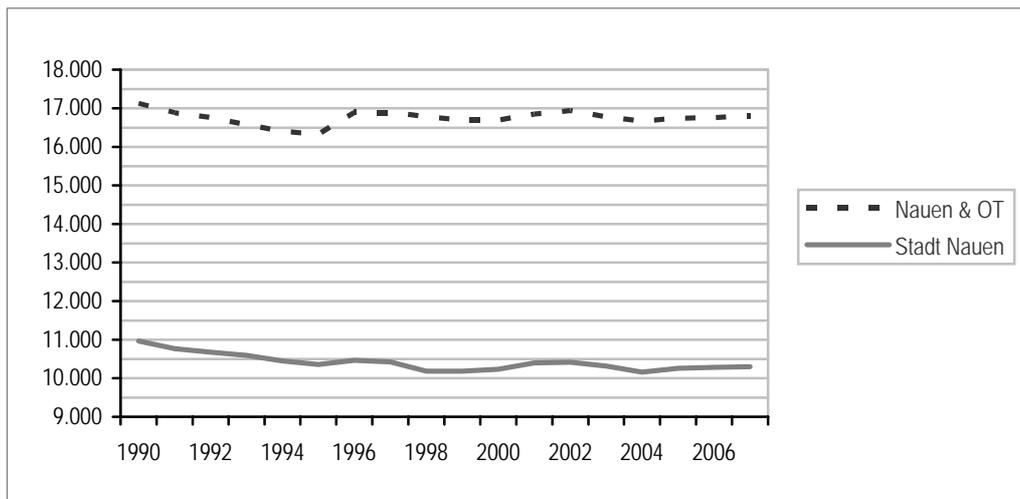


Abb. 3: Entwicklung der Einwohnerzahlen Stadt Nauen 1990 bis 2008 im Vergleich

Quelle: Eigene Darstellung. Datenmaterial Stadt Nauen (2009): *Einwohnerzahlenentwicklung der Stadt Nauen*. URL:<http://www.nauen.de> [Stand 28.05.2009].

Der Bevölkerungsprognose für das Land Brandenburg ist zu entnehmen, dass die Gemeinden des engeren Verflechtungsbereichs, die in einem engen Bezug zur Bundeshauptstadt Berlin stehen, auch zukünftig überwiegend wachsen werden.⁴ Hingegen verzeichnen die Bereiche des äußeren Verflechtungsraums – entsprechend des allgemeinen Trends in Brandenburg – auch langfristig erhebliche Bevölkerungseinbußen. Die Einwohnerzahl der Stadt Nauen, die am westlichen Rand des engeren Verflechtungsraums liegt, wird sich bis 2030 voraussichtlich weiterhin stabilisieren oder nur geringfügig abnehmen.

Vor dem Hintergrund dieser Prognose und unter Berücksichtigung der Ausführungen im Flächennutzungsplan der Stadt Nauen wird für das vorliegende Konzept eine stabile Eigenentwicklung für die kommenden zehn bis fünfzehn Jahre zu Grunde gelegt.⁵

Zur Ermittlung der Nachfragesituation vor Ort ist die Verteilung der Nauener Bevölkerung nach Altersgruppen von besonderem Interesse. Auf Grundlage der Bevölkerungsprognose wird deutlich, dass der Anteil der über 65-Jährigen bis 2030 absolut als auch proportional steigen wird. Einen starken Rückgang verzeichnet die Altersgruppe zwischen 15 und unter 65 Jahren. Die Verschiebung der Bevölkerungsanteile stellt langfristig besondere Anforderungen an die Versorgungsstruktur.

⁴ Landesbetrieb für Datenverarbeitung und Statistik (2006): *Bevölkerungsprognose des Landes Brandenburg für den Zeitraum 2005 – 2030*. Potsdam, S. 17.

⁵ Begründung zum „Flächennutzungsplan 2004 der Stadt Nauen“, Stadt Nauen, bekannt gemacht am 22.12.2006, S. 31.

Tab. 1: Bevölkerungsprognose Stadt Nauen nach Altersgruppen

Altersgruppe	2006	2010	2020	2030	Entwicklung von 2006 zu 2030	
Bevölkerung gesamt	16.674	16.771	16.949	16.571	-103	-0,6 %
Bis unter 15 Jahre	1.753	1.968	2.172	1.770	17	1,0 %
15 bis unter 65 Jahre	11.577	11.304	10.914	9.784	-1.793	-15,5 %
Ab 65 Jahre	3.344	3.499	3.863	5.017	1.673	50,0 %

Quelle: Landesamt für Bauen und Verkehr (LBV), Dezernat Raumbearbeitung (2008): Bevölkerungsvorausschätzung 2007 bis 2030.

3.1.2 Allgemeine Angaben zur Wirtschaftsstruktur

Zwischen der zentralörtlichen Versorgungsfunktion der Stadt Nauen und ihrer Wirtschaftsstruktur bestehen vielschichtige Wechselwirkungen: Insbesondere das Arbeitsplatzangebot der Stadt und das Pendlerverhalten der Bevölkerung üben großen Einfluss auf das Nachfrageverhalten vor Ort aus.

Die Ansiedlung verschiedener Behörden und öffentlicher Einrichtungen im Stadtgebiet stärkt nicht nur die zentralörtliche Funktion und Anziehungskraft, sondern erzielt auch positive Effekte für den Arbeitsmarkt.

Mit einem Arbeitsplatzbesatz von 440 Arbeitsplätzen je 1.000 EW liegt die Stadt Nauen deutlich über dem Landesdurchschnitt von 294 je 1.000 EW.⁶ Der hohe Besatz lässt auf eine hohe Zentralität im Bereich der Arbeitsplätze schließen.

Weitere unterstützende Aussagen über die wirtschaftliche Anziehungskraft der Stadt Nauen lassen sich bei der Betrachtung der Pendlerströme treffen: Seit Jahren verfügt Nauen über einen deutlichen Einpendlerüberschuss.⁷

Aus den Pendlerzahlen von 2005 lässt sich detailliert entnehmen, dass es mehr als 4.700 sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze in der Stadt gab. Diese waren von rund 3.400 Einpendlern besetzt. Von den rund 3.850 sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten der Stadt arbeiteten aber nur 35 % vor Ort.⁸ Auch neuere Zahlen zum Pendleraufkommen aus 2006 bestätigen die intensiven Verflechtungen der Stadt Nauen mit ihren Umlandgemeinden.⁹ Infolge der intensiven Pendlerbewegungen bestehen vielschichtige Verflechtungen mit den Umlandge-

⁶ Landesagentur für Struktur und Arbeit Brandenburg GmbH (LASA) (Hg.) (2004): *Zwischen Flexibilität und drohender Abwanderung aus den Regionen. Pendlerverhalten und Hauptpendlerströme im Land Brandenburg*. Potsdam, S. 42.

⁷ Ebenda, S. 42.

⁸ Schuldt, Karsten (2005): *Pendlerverflechtungen des und im engeren Verflechtungsraum 2002. Untersuchung im Auftrag der Gemeinsamen Landesplanungsabteilung Berlin-Brandenburg*. Teltow.

⁹ Landesamt für Bauen und Verkehr (LBV) (Hg.) (2008): *Grundlagen für die Regionalplanung im Land Brandenburg. Raumentwicklung im Zeitraum 1997 bis 2006*. Berlin, S. 19.

meinden und Berlin; auch im Hinblick auf die Nutzung von Einzelhandelsangeboten.

Die wirtschaftliche Struktur der Stadt Nauen wird im Wesentlichen von kleinen und mittelständischen Unternehmen bestimmt. Anfang des Jahres 2008 sind 808 Gewerbebetriebe in der Kernstadt und 1.204 im gesamten Stadtgebiet registriert.¹⁰

Gemessen an der Zahl der Beschäftigten ist die Wirtschaftsstruktur durch folgende Wirtschaftsbereiche besonders geprägt: die Mehrheit der Beschäftigten ist in den Bereichen Dienstleistungen und produzierendes Gewerbe tätig. Rund 20 % arbeiten im Bereich Handel und Verkehr. Weniger als 10 % der Beschäftigten sind in der Landwirtschaft tätig.¹¹ Mit ca. 800 Arbeitsplätzen ist das Hausgerätewerk Nauen der größte Arbeitgeber in der Stadt.¹²

Die beschriebene hohe Zentralität der Stadt Nauen im Bereich der Arbeitsplätze korrespondiert mit der Arbeitslosenquote. Im Vergleich zum gesamten Landkreis und zur Geschäftsstelle Rathenow weist die Arbeitslosenquote der Geschäftsstelle Nauen seit mehreren Jahren einen deutlich geringeren Wert auf. Auch die aktuelle Arbeitslosenquote der Geschäftsstelle Nauen liegt im Oktober 2008 mit 8,1 % deutlich unter dem Durchschnitt der Geschäftsstelle Rathenow (16,0 %) und damit unter dem Durchschnitt des Landkreises Havelland.¹³

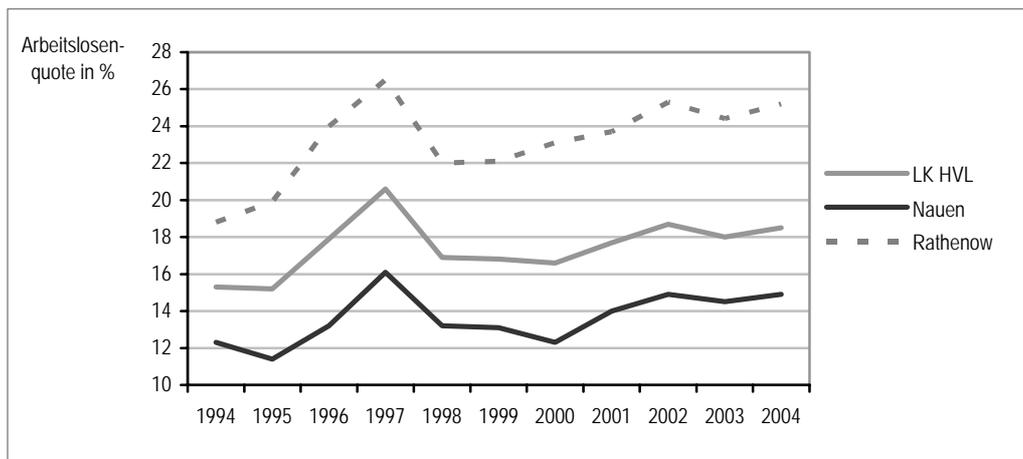


Abb. 4: Arbeitslosenquote LK Havelland im Vergleich mit den Geschäftsstellen Nauen und Rathenow 1994 bis 2004

Quelle: Eigene Darstellung. Zahlenmaterial entnommen aus: Landkreis Havelland (2005): Statistisches Handbuch 2005. Rathenow, S. 36.

¹⁰ Stadt Nauen (2008a): *Auflistung der angemeldeten stehenden Gewerbe und Urproduktionsbetriebe im Stadtgebiet Nauen*. Angaben des FB Ordnung und Sicherheit. Stand 19.11.2008.

¹¹ Ministerium für ländliche Entwicklung, Umwelt und Verbraucherschutz (2005): *Strukturatlas. Beschäftigung und Arbeitsmarkt*. 6.5 Beschäftigte nach Wirtschaftsbereichen 6/2002.

¹² Angaben der Stadt Nauen. URL: <http://www.nauen.de> [Stand 19.11.2008].

¹³ Agentur für Arbeit Neuruppin (2008): *Arbeitsmarktreport*. Berichtsmonat Oktober 2008, S. 9.

Der positive Vergleich der Arbeitslosenquoten darf aber nicht über die absoluten Zahlen hinwegtäuschen: Bei einer Bevölkerung von ca. 17.300 Einwohnern waren für das Berichtsjahr 2007 im Jahresdurchschnitt 1.487 Arbeitslose in der Stadt Nauen gemeldet. Nach aktuellem Stand sind es im Oktober 2008 noch immer 1.250 Arbeitslose.¹⁴ Insgesamt ist jedoch seit 2003 eine Abnahme der Zahl der Arbeitslosen in der Stadt Nauen zu beobachten.

Tab. 2: Entwicklung der Arbeitslosenzahlen Stadt Nauen 2003 bis 2007

	Arbeitslose Stadt Nauen insgesamt	Einwohner Stadt Nauen (Stichtag 31.12.)	Anteil der Arbeitslosen an der Gesamteinwohnerzahl ¹⁵
2003	1.901	16.774	11,3 %
2004	1.919	16.555	11,6 %
2005	1.858	16.661	11,2 %
2006	1.760	17.293	10,2 %
2007	1.487	17.291	8,6 %

Quelle: Eigene Berechnung. Zahlenmaterial entnommen aus: Bundesagentur für Arbeit Statistik: Arbeitslose nach Gemeinden. Jahreszahlen Berichtsjahre 2003 bis 2007. URL: <http://www.pub.arbeitsagentur.de/hst/services/statistik/detail/a.html> [Stand 27.11.2008], Stadt Nauen (2009): Einwohnerzahlentwicklung der Stadt Nauen. URL: http://www.nauen.de/media/custom/1082_1116_1.PDF?La=1&object=med|1082.1116.1 [Stand 28.05.2009].

Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass Teilnehmer an Maßnahmen der aktiven Arbeitsmarktpolitik nicht als arbeitslos gelten. Ein unmittelbarer Rückschluss auf eine positive Entwicklung des Kaufkraftpotenzials vor Ort ist durch das statistische Absinken der Arbeitslosenzahlen demnach nicht möglich.

In Ergänzung der Arbeitslosenzahlen ist daher zur Beurteilung des örtlichen Nachfragepotenzials der Anteil der Bevölkerung zu betrachten, welche Leistungen nach dem Sozialgesetzbuch (SGB) II oder dem SGB III beziehen. Zu den Leistungen des SGB II und des SGB III zählen: Arbeitslosengeld, Arbeitslosengeld II und Sozialgeld. In den Jahren von 2005 bis 2007 bezogen im Durchschnitt rund 3.300 Einwohner der Stadt Nauen monatlich Sozialeistungen. In der Tendenz ist ein leichter Rückgang der Bezugspersonen seit 2005 zu verzeichnen.

¹⁴ Bundesagentur für Arbeit. Statistik (2008): Arbeitslose nach Gemeinden. Oktober 2008.

¹⁵ Die angegebenen Prozentwerte entsprechen nicht der Arbeitslosenquote. Die Arbeitslosenquote drückt den Anteil der Arbeitslosen an der erwerbsfähigen Bevölkerung aus. Die Statistik der Bundesagentur für Arbeit veröffentlicht Arbeitslosenquoten erst für Gemeinden mit mind. 15.000 Erwerbstätigen.

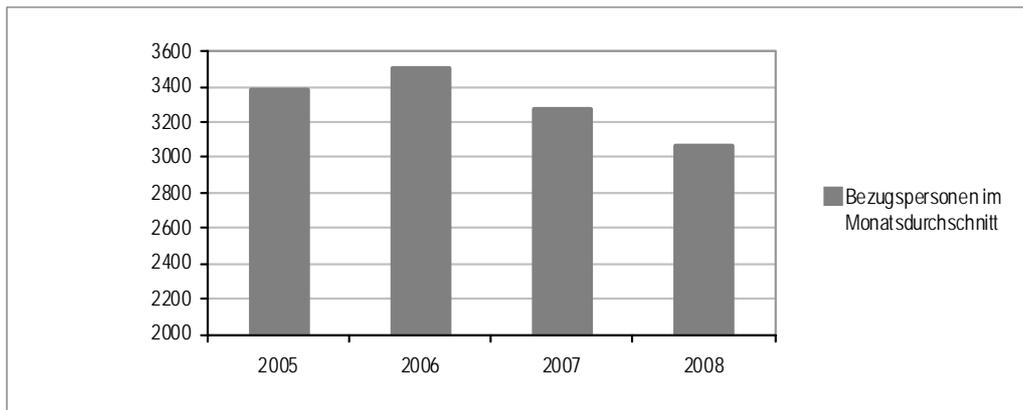


Abb. 5: Bestand an Empfängern von Arbeitslosengeld nach SGB II und SGB III

Quelle: Eigene Darstellung. Zahlenmaterial entnommen aus: Bundesagentur für Arbeit Statistik (2008): Bestand an Empfängern von Arbeitslosengeld nach SGB II und SGB III. Zeitreihe. 12063208 Nauen, Stadt. Auszug vom 27.11.2008.

Der Anteil der Empfänger von Sozialleistungen nach SGB II und SGB III in der Stadt Nauen übt einen nicht unwesentlichen Einfluss auf die lokale Kaufkraftpotenzial aus.

3.1.3 Entwicklung der Haushaltseinkommen

In Ergänzung der bereits untersuchten demographischen und wirtschaftlichen Kennwerte ist die Entwicklung der Haushaltseinkommen in der Region zu betrachten. Das Haushaltseinkommen ist von entscheidender Bedeutung für die Konsumausgaben eines Haushaltes und bestimmt daher entscheidend die Kaufkraft. Die bisherige Entwicklung der Haushaltseinkommen ist als eine Rahmenbedingung in die Prognose über die Entwicklungen im Nauener Einzelhandel einzustellen.

Für die Stadt Nauen liegt keine Dokumentation der Haushaltseinkommen vor, sodass auf die Werte für das Land Brandenburg und den Landkreis Havelland im Vergleich zurückgegriffen wird.

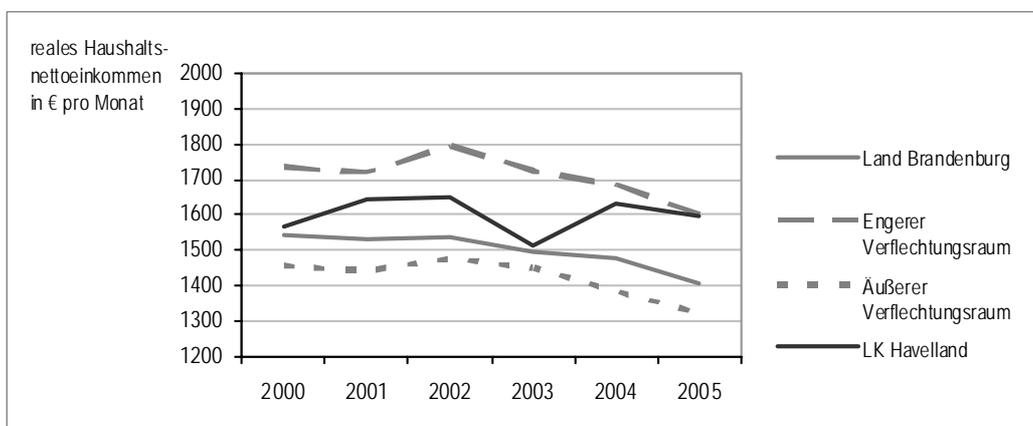


Abb. 6: Entwicklung des realen Haushaltseinkommens im Land Brandenburg im Vergleich

Quelle: Eigene Darstellung. Zahlenmaterial entnommen aus: Landesamt für Soziales und Versorgung des Landes Brandenburg (2007): Brandenburger Sozialindikatoren 2006. 4.1 Haushaltsnettoeinkommen.

Aus der Darstellung ist deutlich zu entnehmen, dass das reale monatliche Haushaltseinkommen im Land Brandenburg im Zeitraum von 2000 bis 2005 keine Zuwächse verzeichnete. Erhebliche Unterschiede im Haushaltseinkommen sind zwischen den Städten und Gemeinden des engeren und des äußeren Verflechtungsraumes festzustellen. Das Haushaltseinkommen im Landkreis Havelland liegt oberhalb des Durchschnitts im Land Brandenburg und konnte im Verlauf von 2000 bis 2005 einen geringfügigen Zuwachs verzeichnen.

3.2 Planerische Rahmenbedingungen

Planungsrechtliche Steuerungsmöglichkeiten von Einzelhandelsstandorten sind in den Planungsebenen der Raumordnung (Landes- und Regionalplanung) sowie der gemeindlichen Bauleitplanung zu finden. Im Folgenden sind die wesentlichen Aspekte benannt, die für die Beurteilung und Konzeption der Nauener Einzelhandelsstruktur von Bedeutung sind.

3.2.1 Raumordnung und Landesplanung

Rechtliche Grundlage der brandenburgischen Landesplanung bildet der Landesplanungsvertrag zwischen den Ländern Berlin und Brandenburg¹⁶. Es handelt sich um die Gemeinsame Landesplanung der beiden Bundesländer. Instrumente zur Festlegung von Grundsätzen und Zielen der Raumordnung sind das gemeinsame Landesentwicklungsprogramm (LEPro) und die Landesentwicklungspläne (LEP B-B, LEP FS).

Grundsätzlich ist zu beachten, dass gemäß § 3 Abs. 1 Nr. 2 und 3 Raumordnungsgesetz (ROG in der Fassung von 2009) zwischen Zielen (Z), Grundsätzen (G) und sonstigen Erfordernissen der Raumordnung zu unterscheiden ist. Eine strikte Beachtungspflicht lösen Ziele der Raumordnung aus. Ziele können weder durch planerische Abwägung noch durch Ermessen überwunden werden. Mit § 1 Abs. 4 BauGB ist die Anpassungspflicht für die Bauleitplanung konkretisiert. Grundsätze und sonstige Erfordernisse der Raumordnung sind im Rahmen der Abwägung oder bei Ermessungsentscheidungen zu berücksichtigen.

3.2.1.1 LEPro 2007

Das Landesentwicklungsprogramm 2007 (LEPro 2007) trifft Festlegungen zu den Grundsätzen der Raumordnung.¹⁷

Nach § 1 LEPro 2007 ist die Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg räumlich polyzentral zu entwickeln. Mit der Festlegung von Zentralen Orten wird daher eine zentralörtliche Gliederung der Region vorgenommen.¹⁸ Grundsatz der Siedlungs-

¹⁶ Landesplanungsvertrag in der Fassung vom 1. Februar 2008 (Berlin: GVBl. S. 37; Brandenburg: GVBl. I S. 42).

¹⁷ Gemeinsame Landesplanungsabteilung Berlin-Brandenburg (GL) (2008): *Landesentwicklungsprogramm (LEPro 2007)*.

¹⁸ § 3 Abs. 1 LEPro 2007.

entwicklung ist neben der Ausrichtung auf die Zentralen Orte auch der Vorrang der Innenentwicklung vor der Außenentwicklung.¹⁹

Die ausgewiesenen Zentralen Orte übernehmen u. a. auch räumlich gebündelte Einzelhandelsfunktionen. In diesem Zusammenhang wird ferner festgelegt, dass der innerstädtische Einzelhandel gestärkt und die verbrauchernahe Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs gesichert werden soll. Großflächige Einzelhandelsbetriebe sollen den Zentralen Orten entsprechend derer Funktion zugeordnet werden.²⁰

Die Stadt Nauen ist Mittelzentrum und soll als Siedlungsschwerpunkt für ihren Versorgungsbereich räumlich gebündelt u. a. Wirtschafts- und Einzelhandelsfunktionen erfüllen bzw. über ein entsprechendes Angebot an Einrichtungen verfügen (Grundsatz aus § 3 Abs. 1 LEPro 2007).

3.2.1.2 LEP B-B

Der Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg (LEP B-B) trat im Mai 2009 in Kraft und löste damit die bislang verbindlichen Landesentwicklungspläne LEP I Brandenburg, LEP eV und LEP GR ab.

Der LEP B-B enthält verbindliche Vorgaben in Form von Zielen der Raumordnung (Z) und allgemeine Aussagen sowie Handlungsempfehlungen in Form von berücksichtigungspflichtigen Grundsätzen der Raumordnung (G).²¹

Mit dem LEP B-B wird die Festlegung der Zentralen Orte abschließend geregelt.²² Dazu wird ein zweistufiges System der Zentralen Orte, bestehend aus vier Oberzentren und fünfzig Mittelzentren, festgelegt. Die Städte Nauen und Rathenow werden demnach auch weiterhin als Mittelzentrum ausgewiesen. Die Stadt Falkensee ist nunmehr ebenfalls als Mittelzentrum eingestuft.²³

Gemäß dem Grundsatz 2.10 LEP B-B sind in einem Mittelzentrum gehobene Funktionen zu konzentrieren, um den jeweiligen Mittelbereich zu versorgen. Dazu zählen insbesondere auch Einzelhandelsfunktionen. Die bestehenden Angebote sind entsprechend des Nachfragepotenzials zu sichern und ggf. zu qualifizieren.

Die textlichen Festlegungen zur Steuerung der Siedlungsentwicklung beinhalten u. a. Ziele und Grundsätze zur Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben.²⁴ Mit der Festsetzung des Ziels 4.7 Abs. 1 bis 3 werden das Konzentrationsgebot, das raumordnerische Beeinträchtigungsgebot und Kongruenzgebot auch weiterhin beachtungspflichtige Ziele der Raumordnung sein. Daher gilt für großflächige Einzelhandelsbetriebe, dass:

sie nur in den Zentralen Orten zulässig sind,

diese nach Art, Lage und Umfang weder die Entwicklung noch die Funktion be-

¹⁹ § 5 Abs. 2 LEPro 2007.

²⁰ § 5 Abs. 4 LEPro 2007.

²¹ Gemeinsame Landesplanungsabteilung Berlin-Brandenburg (2009): *Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg (LEP B-B)*. Nicht amtliche Lesefassung vom 31.03.2009.

²² Ebend, S. 14.

²³ Ebenda, Z 2.9.

²⁴ Ebenda, 4.7 (Z) und 4.8 (G).

nachbarter Zentraler Orte oder aber der verbrauchernahen Versorgung beeinträchtigen dürfen und

Neuansiedlungen und Erweiterungen sowohl dem zentralörtlichen Versorgungsbereich als auch der zentralörtlichen Funktion entsprechen müssen.

Ebenfalls beinhaltet der LEP B-B eine Liste der zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimente, sodass bereits auf der Ebene der Landesplanung eine Einteilung der Warensortimente vorgenommen wird. Diese kann als Grundlage für eine ortspezifische Zuordnung dienen.²⁵

Zusammenfassend hat die Gemeinsame Landesplanungsabteilung im Rahmen der frühzeitigen Beteiligung zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept ausgeführt, dass die Ziele und Empfehlungen des Entwicklungskonzepts (vgl. Kap. 4) in Übereinstimmung mit den Erfordernissen der Landesplanung stehen²⁶.

3.2.1.3 Einzelhandelserlass

Das Ministerium für Infrastruktur und Raumordnung stellt mit dem Einzelhandelserlass aus dem Jahr 2007²⁷ die behördliche Auffassung zu Fragen der baurechtlichen und raumordnungsrechtlichen Planung und Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben ausführlich dar. Bei dem Erlass handelt sich um eine Verwaltungsvorschrift, die für die Behörden des Landes Brandenburg grundsätzlich bindend ist. Der Erlass richtet sich an die Träger der Landes-, Regional- und Bauleitplanung, an die Bauaufsichtsbehörden sowie an private Akteure.

Als praxisorientierte Verwaltungsvorschrift zur bauplanungsrechtlichen Beurteilung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben ist der Erlass u. a. bei der Errichtung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben und Einkaufszentren, bei der Umwandlung von Handelsbetrieben sowie bei Nutzungsänderungen zu großflächigen Einzelhandelsbetrieben als Planungs- und Entscheidungshilfe anzuwenden.

Die Ausführungen richten sich ausschließlich nach städtebaulichen und raumordnerischen Zielen. Anliegen des Ministeriums ist es, im Rahmen von Landes-, Regional- und Bauleitplanung sowie bei Entscheidungen der Bauaufsichtsbehörden folgende Planungsziele und -grundsätze zu gewährleisten:

Sicherung einer verbrauchernahen Versorgung für alle Bevölkerungsgruppen mit einem differenzierten und bedarfsgerechten Warenangebot,

Steigerung der Attraktivität von Innenstädten, Stadtteil- und Ortskernen sowie Stärkung der Zentren in ihrer Versorgungs-, Dienstleistungs- und Kommunikationsfunktion.

In Ergänzung zu den Ausführungen zur aktuellen Rechtslage und den bestehenden Steuerungsmöglichkeiten werden mit dem Erlass gebräuchliche Begriffe im Zusammenhang mit Einzelhandelsvorhaben erläutert. In der Anlage sind eine

²⁵ Gemeinsame Landesplanungsabteilung Berlin-Brandenburg (2009): *Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg (LEP B-B)*. Nicht amtliche Lesefassung vom 31.03.2009, S. 53.

²⁶ Stellungnahme der Gemeinsamen Landesplanungsabteilung vom 03.04.2009.

²⁷ Land Brandenburg (2007a): *Einzelhandelserlass. Bauplanungsrechtliche Beurteilung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben*. Runderlass Nr. 23/1/2007 des Ministeriums für Infrastruktur und Raumordnung vom 10.04.2007.

Aufstellung von zentrenrelevanten bzw. nicht zentrenrelevanten Sortimenten sowie eine Arbeitshilfe für Gutachten über großflächige Einzelhandelsvorhaben beigelegt. Das vorliegende Konzept befindet sich in Übereinstimmung mit den Aussagen und Anforderungen des Einzelhandelserlasses.

3.2.2 Regionalplanung

Die Regionalplanung dient als Instrument zur Realisierung der landesplanerischen Festlegungen des Landesentwicklungsprogramms und der Landesentwicklungspläne. Das Land Brandenburg ist in insgesamt fünf regionale Planungsräume unterteilt. Die Stadt Nauen liegt in der Region Havelland-Fläming. Die Regionale Planungsgemeinschaft Havelland-Fläming ist Träger der Planung in der Region.

Der im Februar 1998 genehmigte Integrierte Regionalplan wurde mit dem Urteil des OVG Brandenburg seit dem 9. Oktober 2002 wegen einer fehlerhaften Bekanntmachung für nichtig erklärt. Die Region verfügt daher nur über einen rechtskräftigen sachlichen Teilplan „Windenergienutzungen“.²⁸

Nach Auskunft der Regionalen Planungsgemeinschaft ist die Aufstellung eines neuen, integrierten Regionalplans mit Ausrichtung auf das Jahr 2020 eingeleitet worden. Einen wesentlichen Schwerpunkt bei der Erarbeitung des Regionalplans 2020 wird die Sicherung der Daseinsvorsorge darstellen. Insbesondere in ländlichen Teilen der Region gilt es, Dienstleistungseinrichtungen an Standorten zu sichern, die mit einem vertretbaren Zeitaufwand erreichbar sind. Diese Versorgungsschwerpunkte finden sich sowohl in den Kernen der zentralen Orte, aber auch in den Schwerpunkten der Grundversorgung (ehemals Zentrale Orte der Nahbereichsstufe). Dabei geht es um die Schaffung von günstigen Rahmenbedingungen wie z. B. Synergieeffekten in geeigneten Kernsiedlungen, damit die bestehenden Einrichtungen auch bei künftig rückläufiger Nachfrage noch ihre Versorgungsfunktion erfüllen können.

Durch die vorgesehene Ausweisung von „Standortbereichen für Einrichtungen der gehobenen Daseinsvorsorge“ ist beabsichtigt, im Regionalplan 2020 in Mittel- und Oberzentren gemäß Plansatz 2.10 des LEP B-B auch Einzelhandelseinrichtungen besser zu bündeln und Innenstadtlagen aufzuwerten.

Darüber hinaus nehmen die Mittel- und Oberzentren auch Aufgaben der Grundversorgung wahr, so dass die hierfür vorgesehene Plankategorie „Standortbereich für Einrichtungen der Grundversorgung“ auch für die Stadt Nauen Anwendung finden soll.

Für die im Regionalplan 2020 darzustellenden Standortbereiche sollen folgende Regelungsabsichten verfolgt werden:

²⁸ Regionale Planungsgemeinschaft Havelland-Fläming (2008): Übersicht über den Stand der Regionalplanung Havelland-Fläming. URL: <http://www.havelland-flaeming.de/index.php?n=2&id=20100> [Stand 20.11.2008].

Standortbereiche für Einrichtungen der gehobenen Daseinsvorsorge:

In den Standortbereichen für Einrichtungen der gehobenen Daseinsvorsorge sollen bestehende Standorte von Einrichtungen der gehobenen Daseinsvorsorge gesichert und der Ansiedlung neuer Einrichtungen ein Vorrang eingeräumt werden.

Standortbereiche für Einrichtungen der Grundversorgung:

In den Standortbereichen für Einrichtungen der Grundversorgung sollen bestehende Standorte von Einrichtungen der Grundversorgung gesichert und der Ansiedlung neuer Einrichtungen ein Vorrang eingeräumt werden.

Die nachstehende Grafik veranschaulicht die vorgesehene Abgrenzung der Standortbereiche „Grundversorgung“ und „gehobene Versorgung“ in der Nauener Kernstadt.

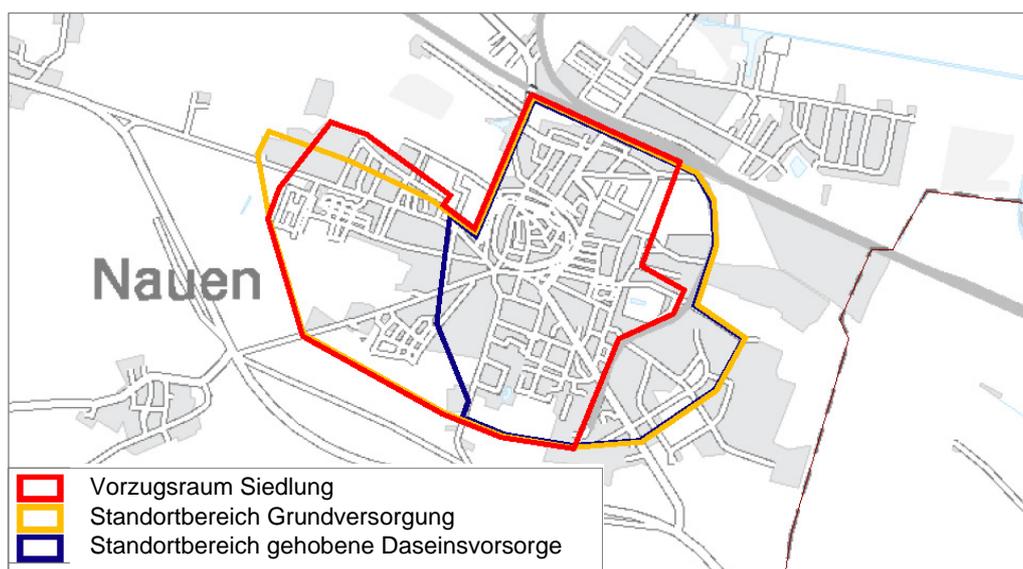


Abb. 7: Abgrenzung der Standortbereiche und Vorzugsräume gemäß Entwurf Regionalplan Havelland-Fläming 2020

Quelle: Regionalplan Havelland-Fläming 2020. Entwurf - Stand: Kulissenvorschlag März 2009; Bezeichnungen aktualisiert März 2010.

Der im vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzept ausgewiesene zentrale Versorgungsbereich „Altstadt Nauen“ sowie die identifizierten ergänzenden Einzelhandelsstandorte (vgl. Kap. 4.2 Standortkonzept) liegen innerhalb der regionalplanerisch definierten Standortbereiche. Die angestrebten Regelungen auf regionaler und kommunaler Ebene sind dementsprechend miteinander vereinbar; das Einzelhandels- und Zentrenkonzept entspricht somit auch den Erfordernissen einer bedarfsgerechten Regionalentwicklung²⁹.

²⁹ Stellungnahme der Regionalen Planungsgemeinschaft Havelland-Fläming vom 23.03.2009. Hinweis: Die wiedergegebenen Regelungsabsichten der Regionalplanung sind als Arbeitsstand der regionalen Planungsstelle ohne förmlichen Verfahrensstand zu werten.

3.2.3 Kreisentwicklungskonzeption

Die zuletzt im Jahr 2006 fortgeschriebene Kreisentwicklungskonzeption (KEK)³⁰ ist als informelle Planung Handlungsgrundlage für Behörden und politische Gremien des Landkreises. Sie ist Entscheidungshilfe für die Schwerpunktsetzung der kreislichen Planungen, bei Investitionsvorhaben und der Fördermittelvergabe.

Inhaltlich orientiert sich die KEK an den Vorgaben der verschiedenen Landesplanungen und an der Regionalplanung. Der Planungshorizont reicht bis zum Jahr 2010. Grundsätzliches Ziel der KEK ist es, die Sicherung gleichwertiger Lebensbedingungen nachhaltig zu gewährleisten. Dazu werden Zielstellungen formuliert und in Teilen konkrete Maßnahmen festgelegt.³¹

Das Leitbild für die räumliche Entwicklung des Landkreises Havelland folgt den Vorgaben der Landesplanung. Die KEK ergänzt und konkretisiert die zentralörtliche Gliederung des Landkreises.³² Entsprechend den Leitbildformulierungen zur Entwicklung des Landkreises soll die Stadt Nauen als Bindeglied zwischen dem engeren Verflechtungsraum und dem äußeren Entwicklungsraum Berlin/Brandenburg „*die Daseinsvorsorge eines Mittelzentrums dauerhaft gewährleisten*“.³³ Grundsätzlich sollen Mittelzentren für ihren Verflechtungsbe- reich „*ein breites Angebot an Einrichtungen zur Deckung des gehobenen, auch seltener nachgefragten Bedarfs bereitstellen*“.³⁴ Dementsprechend weist das Ziel 1.15 dem Mittelzentrum Nauen die Aufgabe zu, „*die Anforderungen eines höherwertigen Versorgungsortes für ein großes, überwiegend ländlich geprägtes Gebiet zu erfüllen*“.³⁵

3.2.4 Kommunale Planungen

Um eine geordnete städtebauliche Entwicklung vorzubereiten, stehen der Kom- mune folgende Planarten zur Verfügung: der Flächennutzungsplan, Bebauungs- pläne sowie informelle städtebauliche Planungen und Entwicklungskonzepte. Diese dienen ebenfalls der Konkretisierung übergeordneter Planungsziele. Auch die folgenden Ausführungen beschränken sich auf solche Inhalte der kommunalen Planungen, die eine Relevanz für die Einzelhandels- und Zentrenentwicklung der Stadt Nauen haben.

³⁰ Landkreis Havelland (2006): *Kreisentwicklungskonzeption. Bis zum Jahr 2010*. 6. Fortschrei- bung der Kreisentwicklungskonzeption des Landkreises Havelland. Kreistagsbeschluss Nr. BV 0241/05-KT 19/06 vom 27.02.2006.

³¹ Ebenda, S. 7.

³² Ebenda, Karte 3 Raumordnerische Struktur.

³³ Ebenda, S. 10.

³⁴ Ebenda, S. 12.

³⁵ Ebenda, S. 14.

3.2.4.1 Flächennutzungsplanung

Der Flächennutzungsplan (FNP) stellt als vorbereitender Bauleitplan für das gesamte Stadtgebiet die beabsichtigte Bodennutzung in den Grundzügen dar. Als räumliches Gesamtkonzept ist er Leitlinie für die kommunale Entwicklungspolitik und nachfolgende Planungen. Der Flächennutzungsplan bildet Rahmen und Grundlage für die Aufstellung von Bebauungsplänen, welche gemäß § 8 Abs. 2 Satz 1 BauGB aus diesem zu entwickeln sind.

Der Flächennutzungsplan 2004 der Stadt Nauen³⁶ trat im Dezember 2006 in Kraft. Als Grundlage für die planerische Konzeption benennt der Flächennutzungsplan das Leitbild zur Nauener Stadtentwicklung. Demnach qualifiziert sich die Stadt u. a. durch:

- ihre attraktive Stadtstruktur und die lebendige Altstadt, die aufgrund eines vielfältigen Angebots und Erscheinungsbilds zum Bummeln und Verweilen einladen,
- ihr vielfältiges Umfeld und Angebotsspektrum mit einem stark wachsenden Dienstleistungsbereich sowie umfassenden Einkaufs-, Dienstleistungs- und Freizeitangeboten sowie
- die Gesamtattraktivität der Kommune und ihrer Wirtschaftskraft, infolge von Altstadtsanierung, der Errichtung neuer Wohnquartiere und von Gewerbeansiedlungen.³⁷

Die Entwicklungsvorstellungen der Stadt Nauen beziehen sich auf einen zeitlichen Horizont bis 2020 und zielen dabei zunächst auf eine Stabilisierung und langfristig auf eine Erhöhung der Einwohnerzahl. Dazu gilt es,

- attraktive und ausreichende Wohnungsbaustandorte bereitzustellen,
- Gewerbe- und Industrieflächen insbesondere für das produzierende und das ortsansässige Gewerbe zur Verfügung zu stellen und
- die Innenstadt als Zentrum hinsichtlich der Kaufkraft und der Herstellung einer Stadtidentität bei Bewohnern und Besuchern zu stärken.

Deutlichen Vorrang bei der Planungskonzeption besitzt die Innenentwicklung der Stadt. Strategien und Leitprojekte spiegeln die Prioritätensetzung ebenfalls deutlich wider.³⁸

Im Hinblick auf die geringe Wachstumsdynamik Nauens ist mit dem aktuellen Flächennutzungsplan die Ausweisung von Misch- und Wohnbauflächen alter Planungen überprüft und deutlich reduziert worden. Infolge der ungenutzten Flächenpotenziale in den bestehenden Gewerbegebieten wurde auf eine Entwicklung weiterer großflächiger Gewerbebestandorte verzichtet. Die Altstadt ist zum größten Teil als Mischbaufläche dargestellt. Ziel ist es, die historische Innenstadt als zentralen Standort für Wohnen, Einkaufen, Dienstleistungen und Freizeit zu

³⁶ Begründung zum „Flächennutzungsplan 2004 der Stadt Nauen“, Stadt Nauen, bekannt gemacht am 22.12.2006; zu letzt geändert am 08.10.2008.

³⁷ Ebenda, S. 34f.

³⁸ Ebenda, S. 34f.

entwickeln und Nachnutzungen von Altstandorten zu gewährleisten. Weiterhin sollen bestehende Unternehmen gesichert werden.³⁹

3.2.4.2 Verbindliche Bauleitplanung

Mit der Aufstellung von Bebauungsplänen wird eine Kommune aktiv steuernd tätig: Sie ist in der Lage, die bauplanungsrechtlichen Grundlagen für die Ansiedlung von Einzelhandelsvorhaben zu schaffen. Grundsätzlich gilt, dass sich die Zulässigkeit von Vorhaben im Geltungsbereich eines so genannten qualifizierten Bebauungsplans nach dessen Festsetzungen richtet (§ 30 Abs. 1 BauGB). Handelt es sich um einen so genannten einfachen Bebauungsplan (§ 30 Abs. 3 BauGB), so sind die Festsetzungen durch die Vorgaben der § 34 oder § 35 BauGB zu ergänzen. Liegt das Vorhaben nicht im Geltungsbereich eines Bebauungsplans, so richtet sich seine Zulässigkeit im unbeplanten Innenbereich nach § 34 BauGB sowie im Außenbereich nach § 35 BauGB.

Über das Nauener Stadtgebiet verteilen sich die Geltungsbereiche von derzeit 25 rechtsverbindlichen Bebauungsplänen. Von diesen 25 rechtsverbindlichen Bebauungsplänen beinhalten lediglich vier Pläne explizite Festsetzungen zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben. Die Bebauungspläne „EKZ Dammstraße“⁴⁰, „EKZ Einkaufszentrum Hamburger Straße „Luchcenter““⁴¹ und „Bau- und Möbelzentrum Luchberge“⁴² ermöglichen die Zulässigkeit von Einzelhandelsstandorten, die auch großflächige Nutzungen umfassen. Der Bebauungsplan „ehem. Bahnhof Nauen, Berliner Straße“ hingegen beschränkt die Zulässigkeit von Einzelhandelsnutzungen im Misch- und Gewerbegebiet.⁴³ Alle übrigen Bebauungspläne beinhalten mit den festgesetzten Baugebieten (gemäß § 1 Abs. 2 BauNVO) nur „passiv“ Bestimmungen über die Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben.

Weite Teile des Stadtgebiets sind zudem als im Zusammenhang bebaute Ortsteile gemäß § 34 BauGB zu beurteilen, wodurch im Wesentlichen der Bestand vor Ort entscheidend für die Zulässigkeit von Vorhaben ist. Die Stadt Nauen klagt daher über fehlende Regelungsmöglichkeiten zur Steuerung von Einzelhandelsbetrieben in diesen Stadtgebieten. Insbesondere das Vorgehen bei Ansiedlungsbegehren von Diskontgeschäften knapp unterhalb der Großflächigkeitsgrenze von 800 m² Verkaufsfläche bereitet der Bauverwaltung Schwierigkeiten.

Angesichts dieser Tatbestände ist eine nachhaltige, strategische Steuerung von Einzelhandelsnutzungen, die gesamtstädtischen Erfordernisse angemessen berücksichtigen kann, bislang nur stark begrenzt möglich.

³⁹ Ebenda, S. 44.

⁴⁰ Begründung zum Bebauungsplan VE NAU 0002 „EKZ Dammstraße“, Stadt Nauen, bekannt gemacht am 26.08.1992.

⁴¹ Begründung zum Bebauungsplan BP NAU 0022/94 „EKZ Hamburger Straße „Luchcenter““, Stadt Nauen, bekannt gemacht am 06.07.1996.

⁴² Begründung zum Bebauungsplan VE NAU 05/95 „Bau- und Möbelzentrum Luchberge“, Stadt Nauen, bekannt gemacht am 19.07.2002.

⁴³ Begründung zum Bebauungsplan BP NAU 0008/93 „ehem. Bahnhof Nauen, Berliner Straße“, Stadt Nauen, bekannt gemacht am 03.06.1994.

3.2.4.3 Sanierungssatzung und Rahmenplan Altstadt

Die Nauener Altstadt wurde bereits 1993 als Sanierungsgebiet ausgewiesen. Das Gebiet soll durch städtebauliche Sanierungsmaßnahmen wesentlich aufgewertet und umgestaltet werden. Die Ziele der Sanierung sind im städtebaulichen Rahmenplan festgelegt.⁴⁴

Mit der Konkretisierung der Sanierungsziele ist bestimmt, dass die Altstadt nicht nur als Wohnort mit sozialer Durchmischung zu qualifizieren ist, sondern auch als Geschäftsstandort mit Zentrumsfunktionen. Die historische Innenstadt ist zu einem funktionsfähigen Stadtzentrum mit einem hohen Anteil an Einzelhandelsflächen zu entwickeln, ausgestattet mit einem attraktiven Waren- und Dienstleistungsangebot.

Die Stärkung der Innenstadt als Einkaufszentrum geht dabei mit der Förderung des Standorts für das Dienstleistungsgewerbe einher. Grundsätzlich zulässig ist daher in weiten Teilen der Altstadt die Umnutzung von Wohnräumen zu Gewerberäumen im Erdgeschoss sowie im ersten Obergeschoss.

In Konkurrenz zu den peripheren Einkaufsstandorten soll die Altstadt als Einkaufsmagnet fungieren. Der Charme der bestehenden Strukturen ist dabei zu nutzen. Angestrebt wird die Errichtung einer in die historische Gebäudesubstanz integrierten Passage. Möglicher Standort ist der rückwärtige Bereich der südlichen Mittelstraße bis zur Judenstraße, auf den Flächen der alten Tabakfabrik und der alten Brauerei.

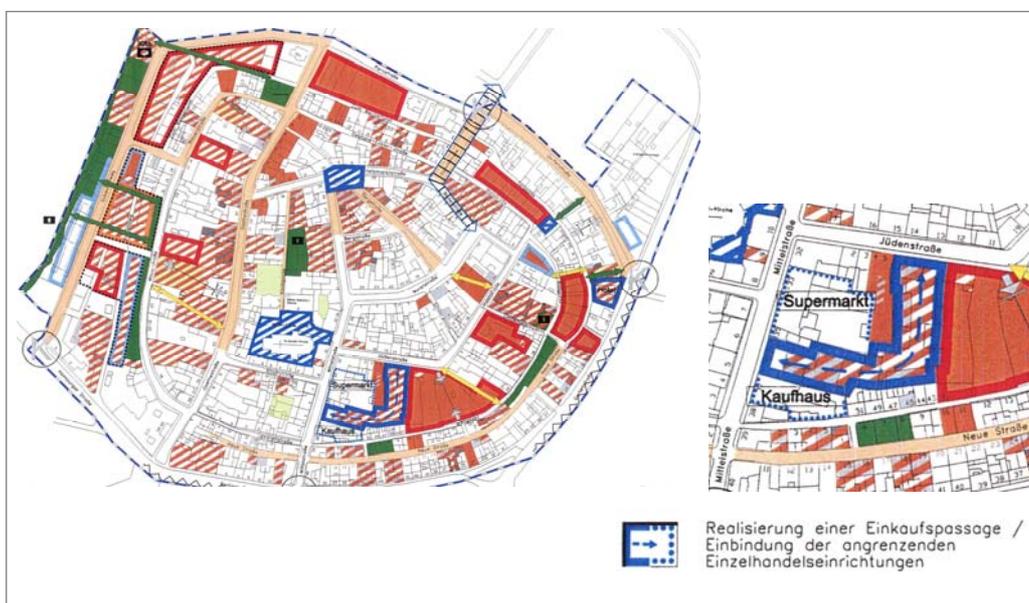


Abb. 8: Möglicher Standort der Altstadtpassage

Quelle: Städtebaulicher Rahmenplan. Konkretisierung der Sanierungsziele. Sanierungsgebiet Altstadt Nauen. Stadt Nauen, Stand Beschlussfassung August 2000, Karte Potentiale und Konflikte.

⁴⁴ Satzung der Stadt Nauen über die förmliche Festlegung des Sanierungsgebietes „Altstadt Nauen“ – Sanierungssatzung, Stadt Nauen, bekannt gemacht am 17.11.2000.

Die Ausweisung des Standorts ist aus einkaufsstrategischer Sicht nicht optimal. Unter städtebaulichen Gesichtspunkten ist dies aber der einzig vertretbare Standort für großflächigen Einzelhandel. Maßgebliche Auswirkungen auf die Einzelhandelsentwicklung eines solchen Einkaufsmagneten werden angenommen. Die Umsetzung der Planung ruht jedoch, da sie privater Investitionstätigkeit bedarf.⁴⁵

Mittelfristig sollen städtebauliche Maßnahmen eine Verknüpfung von Altstadt und dem Einkaufszentrum in der Dammstraße herstellen und so zu einer zusätzlichen Funktionsstärkung beitragen.

3.3 Angebotssituation

Der folgende Abschnitt widmet sich der Erhebung und der Bewertung des Einzelhandelsangebotes der Stadt Nauen. Die Beschreibung der vorhandenen Angebote basiert im Wesentlichen auf der Grundlage:

- einer Bestandsaufnahme der Verfasser im November 2008 und
- einem Auszug aus dem Gewerberegister Stadt Nauen vom 01.06.2007.⁴⁶

In Ergänzung dazu wurden verschiedene weiterführende Unterlagen herangezogen.

3.3.1 Kurzcharakteristik der Nauener Einzelhandelsstruktur

Im Rahmen der Bestandsaufnahme konnte in der Stadt Nauen folgender Einzelhandelsbestand ermittelt werden:

- 144 Betriebe des Einzelhandels und des Ladenhandwerks und
- eine Verkaufsfläche von rund 32.500 m².

Die Nauener Einzelhandelsstruktur ist polyzentrisch geprägt. Neben dem zentralen Einkaufsbereich in der Altstadt existieren weitere Agglomerationen und Solitärstandorte. Das Angebot in der Altstadt und an ihren Rändern ist im Wesentlichen durch kleine Einzelhandelsgeschäfte geprägt. Die Konzentrationspunkte am östlichen und westlichen Siedlungsgebiet, in der Dammstraße zwischen Altstadt und Bahnhof sowie die übrigen Solitärstandorte hingegen zeichnen sich durch großflächige Betriebe aus. Die überwiegenden ansässigen Einzelhandelsbetriebsformen sind: Fachgeschäfte, Discounter und Fachmärkte. Eine detaillierte Auflistung und Charakterisierung der verschiedenen Standorte erfolgt im nachfolgenden Abschnitt.

Grundsätzlich ist in der Verteilung der Verkaufsflächen eine deutliche räumliche Schieflage festzustellen: Nur die Minderheit der Einzelhandelsflächen befindet sich in der Altstadt. Die positive Verkaufsflächenentwicklung seit Anfang der

⁴⁵ Städtebaulicher Rahmenplan. Konkretisierung der Sanierungsziele. Sanierungsgebiet Altstadt Nauen. Stadt Nauen, Stand Beschlussfassung August 2000, S. 45.

1990er Jahre fand im Wesentlichen außerhalb der Altstadt und an städtischen Randlagen statt.

In ihrer Summe sichern über 140 Einzelhandelsbetriebe mit einer vielfältigen Angebotspalette die verbrauchernahe Versorgung mit Verbrauchs- und Gebrauchsgütern. Das preisorientierte Angebot ist dabei sortimentsübergreifend stark ausgeprägt.

Insgesamt ist die Situation des Nauener Einzelhandels als instabil zu bezeichnen: Mehrmalige Betreiber- oder Geschäftswechsel sowie Standortverlagerungen zeugen davon. Dabei ist nicht nur der kleinteilige, inhabergeführte Facheinzelhandel betroffen, sondern auch die Anbieter mit größeren Verkaufsflächen beweisen nicht immer eine Standorttreue bzw. eine gesicherte Position am Markt.

3.3.2 Leerstand von Einzelhandelsflächen

Im Zuge der Erhebungen zum Einzelhandelsbestand musste in verschiedenen Teilbereichen des Stadtgebiets ein Leerstand von Einzelhandelsflächen festgestellt werden.

Leerstände kleinflächiger Gewerberäume für Einzelhandelsnutzungen bestehen insbesondere in der Altstadt sowie an den unmittelbar angrenzenden Bereichen. Leerstehende Ladenlokale sind überwiegend in den Randbereichen der Markt- und Mittelstraße als auch in der Goethestraße anzutreffen. Ebenso bieten sowohl die Dammstraße als auch die Standorte nördliche Berliner Straße und Lindenplatz kleinflächige Ansiedlungspotenziale. Die Leerstände beeinträchtigen sowohl das städtebauliche Erscheinungsbild als auch die Funktion der Lagen.

Eine eigene Problematik stellt der Leerstand von Verkaufsflächen nahe der Schwelle der Großflächigkeit dar. Seit 2006 ist der Standort eines Discountgeschäftes am Waldemardamm Nr. 16 ungenutzt, nachdem der Betrieb an einen anderen Standort verlagert wurde.⁴⁷ Bei dem leer stehenden Objekt handelt es sich um ein typisches eingeschossiges Solitärgebäude mit Satteldach und einer Verkaufsfläche von fast 800 m². Das Gebäude und die ausgedehnte Parkplatzfläche befinden sich in Privateigentum. Die Stadtverwaltung rechnet auch langfristig nicht mit einer Nachnutzung des Standortes. Im Einkaufszentrum „Luchcenter“ zeigt sich ein vergleichbares Problem. Seit der Verlagerung des Lebensmittel-Discounters aus dem Ensemble auf eine unmittelbar angrenzende Fläche sind die aufgegebenen Verkaufsflächen nur unkontinuierlich durch Anbieter im stark niedrigpreisorientierten Segment genutzt. Dies führt auch hier zu einer Funktionsschwäche des Standortes.

⁴⁶ Stadt Nauen (2007b): Auszug aus dem Gewerberegister Stadt Nauen. Auflistung der im Gewerberegister der Stadt Nauen geführten Einzelhandelsunternehmen. Stadt Nauen, FB Ordnung und Sicherheit. Stand 01.06.2007.

⁴⁷ Die Verlagerung erfolgte an die Berliner Straße 38-42 und zog die Errichtung eines neuen Betriebsgebäudes nach sich. Vgl. Hinweis im Kap. 3.3.2.2.8 Feldstraße/Berliner Straße 38-42.

Um solche städtebaulichen Missstände zu vermeiden, wurde im Falle der Betriebsaufgabe des großflächigen Baumarktes im Einkaufszentrum „Luchcenter“ eine Befreiung von den einzelhandelsbeschränkenden Festsetzungen des Bebauungsplans erteilt. In Abwägung städtebaulicher Negativwirkungen entschied die Stadtverwaltung eine Abkehr von Nutzungsbeschränkungen des Standortes.

Die Reaktivierung leerstehender Geschäftsflächen ist für die Attraktivitätssteigerung des Einzelhandelsstandortes Nauen insgesamt und insbesondere für die Altstadt von Bedeutung.

3.3.3 Einzelhandelsverkaufsfläche

Im Anschluss an die überwiegend qualitative Beschreibung der verschiedenen Wettbewerbsstandorte ist es notwendig, quantitative Aussagen zum Einzelhandelsbestand zu treffen. Die Betrachtung der Einzelhandelsverkaufsfläche dient somit der weiteren Analyse zur Bestands- und Versorgungssituation sowie zur Ermittlung von Entwicklungspotenzialen. Insbesondere aus dem Vergleich der Angebotssituation vor Ort mit anderen Standorten und Raumeinheiten lassen sich aussagekräftige Schlussfolgerungen ziehen.

Die folgenden Angaben zur Einzelhandelsverkaufsfläche für die Stadt Nauen beschränken sich auf die gerundeten Verkaufsflächen der Altstadt sowie auf die ermittelbaren Verkaufsflächen der Einzelhandelsbetriebe mit mindestens 400 m² Verkaufsfläche. Nicht berücksichtigt sind die Verkaufsflächen der Groß- und Einzelhändler mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten im Gewerbegebiet Nauen-Ost sowie die Verkaufsflächen unter 400 m² außerhalb der Altstadt.

Wie bereits in der Analyse zum Wettbewerbsstandort Altstadt Nauen ausgeführt, wurde die Verkaufsfläche auf rund 4.000 m² ermittelt. Dieser Wert wird auch für die folgende Konzeption zu Grunde gelegt.

In der nachstehenden Auflistung sind alle Einzelhandelsansiedlungen mit einer Verkaufsfläche von mindesten 400 m² zusammengefasst. In der Summe umfassen die Einzelhandelsstandorte ab je 400 m² Verkaufsfläche im Nauener Stadtgebiet insgesamt 28.540 m² Verkaufsfläche. Ebenso ist zu erkennen, dass die derzeit absehbaren Planungen von Einzelhandelsstandorten nur eine unwesentliche Erhöhung der Verkaufsflächen zur Folge haben.

Tab. 3: Einzelhandel in Nauen ab 400 m² Verkaufsfläche

Anbieter	Bestehende VKF in qm	Geplante VKF in qm
Einzelstandorte: Discounter & Fachmärkte		
Penny Dammstraße 27	770	0
Lebensmittelmarkt Dammstraße (gegenüber Bahnhofsvorplatz)	0	800
Getränkemarkt Dammstraße (gegenüber Bahnhofsvorplatz)	300	450
Plus Robert-Bosch-Straße	700	700
Netto-Markendiscounter Berliner Straße 76	800	800
Getränkemarkt Berliner Straße 76	400	400
Norma Raiffeisenstraße 9	950	950
Nah und Gut Feldstraße 6	700	700
Aldi Schillerstraße 1	770	770
Lidl Berliner Straße 38-42	800	800
Ehemals Lidl Waldemardamm	0 (bis 2006: 800)	0
Ziebarth Möbelfachmarkt Hertfelder Straße 9	700	700
Discounter & Fachmärkte gesamt	6.890	7.070

Bestandsaufnahme und -analyse

Anbieter	Bestehende VKF in qm	Geplante VKF in qm
Altstadt		
Kaufhaus Trend	500 (bis 2006: 1.060)	500
Edeka aktiv Mittelstraße 33-34	500	500
Altstadt gesamt	1.000	1.000
EKZ „Nauener Karree“		
KIK	400	400
Netto	800	800
Reno	400	400
EKZ Dammstraße Haus A-F gesamt ⁴⁸	3.000	3.000
EKZ Luchcenter		
SKY Verbrauchermarkt	2.000	2.000
Restpostenmarkt	560	560
Takko Textilien	440	440
Dänisches Bettenlager	570	570
Baumert Gartencenter	4.000	4.000
EKZ Luchcenter gesamt ⁴⁹	7.850	7.850
Fachmarktzentrum Luchberge		
Hagebau/Maxi	3.500	3.500
Repo-Möbelmarkt	4.700	4.700
Repo- Rest- und Sonderposten	1.600	1.600
Fachmarktzentrum gesamt	9.800	9.800
VKF über 400 m² in der Stadt Nauen gesamt	28.540	28.720

Quelle: Zusammenstellung der Angaben durch eigene Erhebungen am 05.11.08; aktualisiert im Februar 2009. Ergänzende Angaben aus: BBE Unternehmensberatung GmbH Köln/FfH Institut für Markt- und Wirtschaftsforschung GmbH Berlin (2007 a): Bestandserfassung und Kundenstromanalyse im

⁴⁸ Die Gesamtverkaufsfläche im EKZ „Nauener Karree“ beinhaltet über die vorgenannten Betriebsflächen hinaus auch Verkaufsflächen unter 400 m².

⁴⁹ Die Gesamtverkaufsfläche im EKZ „Luchcenter“ beinhaltet über die vorgenannten Betriebsflächen hinaus auch Verkaufsflächen unter 400 m².

Einzelhandel in Berlin und Brandenburg. Unveröffentlichtes Gutachten im Auftrag der Gemeinsamen Landesplanung der Länder Berlin und Brandenburg. Mai 2006, S. 10f., Industrie- und Handelskammer (IHK) Cottbus u. a. (Hg.) (2002): Handelsatlas. Land Brandenburg 2002. S. 149 f.

Aus der Addition der Verkaufsflächen der Altstadt und der Betriebe mit einer Verkaufsfläche über 400 m² ergibt sich, dass derzeit ca. 32.500 m² Verkaufsfläche im Nauener Stadtgebiet bestehen. Bei einer Einwohnerzahl von 16.800 resultiert daraus ein Flächenbesatz von 1,9 m² VKF pro EW der Stadt.⁵⁰ Um diese ermittelten Bestandswerte beurteilen zu können, sind Vergleichswerte heranzuziehen.

Im Rahmen der Markt- und Strukturuntersuchung 1993 prognostizierte der Gutachter für die Stadt Nauen einen mittelfristigen Flächenbesatz von rund 25.300 m². Der maximale Flächenbedarf wurde bis auf rund 27.000 m² geschätzt. Bei der Bedarfsermittlung ging der Gutachter zusätzlich davon aus, dass sich die Einwohnerzahl bis auf 19.000 Personen erhöhen sollte. Demnach bezifferte sich ein verträglicher Flächenbestand auf rund 1,4 m² je Einwohner.⁵¹

Der aktuell ermittelte Flächenbesatz liegt zwar absolut mit rund 10 % nur geringfügig über der Flächenprognose, im Verhältnis zur Einwohnerzahl ist er jedoch erheblich höher. Auch in der Gegenüberstellung zu aktuellen Vergleichswerten ist der aktuelle einwohnerbezogene Flächenbesatz von 1,9 m² VKF je Einwohner der Stadt Nauen als hoch einzustufen.⁵² Im Jahr 2006 belief sich die gesamte Verkaufsfläche bezogen auf die Einwohnerzahl im Land Brandenburg auf 1,34 m², deutschlandweit auf nur 1,3 m².⁵³ Die nachstehende Tabelle zeigt den durchschnittlichen Verkaufsflächenbesatz je Einwohner für die brandenburgischen Landkreise im Vergleich.

⁵⁰ Die Angabe stellt einen rein rechnerischen Wert dar; dieser berücksichtigt nur das Verhältnis zwischen den Einwohnern der Stadt Nauen und den im Stadtgebiet bestehenden Verkaufsflächen. Aussagen über den Verkaufsflächenbesatz je Einwohner im gesamten mittelzentralen Versorgungsbereich werden damit nicht getroffen; Angaben dazu können nicht gemacht werden, da keine verlässlichen Werte für den gesamten Verkaufsflächenbestand im mittelzentralen Versorgungsbereich vorliegen. Es ist davon auszugehen, dass der Verkaufsflächenbesatz je Einwohner im mittelzentralen Versorgungsbereich unter dem städtischen Wert liegt.

⁵¹ BBE Unternehmensberatung GmbH (1993): Markt- und Strukturuntersuchung der Stadt Nauen. Analyse und Konzepte zur Entwicklung des Einzelhandels. Frankfurt, S. 9.

⁵² Zur Beurteilung des Verkaufsflächenbesatzes ist nicht allein der Besatz je Einwohner aussagekräftig; das am Standort verfügbare Kaufkraftpotenzial sowie der tatsächlich erzielte Einzelhandelsumsatz sind ebenfalls zu berücksichtigen.

⁵³ BBE Unternehmensberatung GmbH Köln/FfH Institut für Markt- und Wirtschaftsforschung GmbH Berlin (2007 a): Bestandserfassung und Kundenstromanalyse im Einzelhandel in Berlin und Brandenburg. Unveröffentlichtes Gutachten im Auftrag der Gemeinsamen Landesplanung der Länder Berlin und Brandenburg. Mai 2006, S. 29.

Tab. 4: Verkaufsflächenbesatz der brandenburgischen Landkreise je Einwohner im Vergleich

Landkreis	VKF ab 700 m ² je EW	VKF gesamt je EW
Barnim	1,04	1,42
Dahme-Spreewald	1,42	1,70
Elbe-Elster	0,92	1,40
Havelland	1,20	1,53
Markisch-Oderland	0,90	1,17
Oberhavel	0,71	0,95
Oberspreewald-Lausitz	0,74	1,12
Oder-Spree	0,78	1,08
Ostprignitz-Ruppin	0,87	1,30
Potsdam-Mittelmark	0,74	1,06
Prignitz	1,07	1,67
Spree-Neiße	0,64	0,95
Teltow-Fläming	0,94	1,25
Uckermark	0,89	1,30
Land Brandenburg gesamt	1,00	1,34

Quelle: BBE Unternehmensberatung GmbH Köln/FfH Institut für Markt- und Wirtschaftsforschung GmbH Berlin (2007 a): Bestandserfassung und Kundenstromanalyse im Einzelhandel in Berlin und Brandenburg. Unveröffentlichtes Gutachten im Auftrag der Gemeinsamen Landesplanung der Länder Berlin und Brandenburg, Mai 2006.

Einer gesonderten Betrachtung bedürfen darüber hinaus die Verkaufsflächen ab 700 m². Die Bedeutung der großflächigen Anbieter bzw. der Betriebe kurz unterhalb der Grenze der Großflächigkeit für die Versorgungssituation wird anhand deren prozentualen Anteils an der gesamten Verkaufsfläche deutlich. So beläuft sich die Verkaufsfläche aller Standorte ab 700 m² derzeit auf 26.840 m². Ihr Anteil am gesamten Flächenbesatz beträgt damit rund 80 %.

So ist auch für die Stadt Nauen festzustellen, dass die Versorgung der Bevölkerung zur Mehrheit durch großflächige Betriebe geleistet wird. Entsprechend gering ist der Anteil der kleinflächigen Einzelhandelsbetriebe unter 700 m². Diese Verteilung entspricht dem allgemeinen Trend im Land Brandenburg, wonach dreiviertel aller Verkaufsflächen auf Großflächen entfallen.⁵⁴

Aus dem direkten Vergleich ergibt sich sogar, dass der Anteil der Verkaufsflächen ab 700 m² pro Einwohner mit 1,6 m² über den Durchschnittswerten des Landkreises Havelland (VKF/EW 1,2 m²) und des Landes Brandenburg (VKF/EW 1,0 m²) liegt.⁵⁵

⁵⁴ Ebenda, S. 15.

⁵⁵ Ebenda, S. 29.

Die nachstehende Tabelle stellt dem Nauener Verkaufsflächenbesatz die Werte verschiedener Mittelzentren im Land Brandenburg gegenüber.⁵⁶ Aus der Darstellung wird ersichtlich, dass die Stadt Nauen zu den Mittelzentren mit einem höheren Verkaufsflächenbesatz zählt.

Tab. 5: Verkaufsflächenbesatz der brandenburgischer Mittelzentren im Vergleich

Mittelzentrum	EW (Stand 31.03.08)	VKF gesamt je EW	VKF über 700m ² je EW	Rang
Beeskow	8.304	k. A.	1,39	6
Eberswalde	41.300	k. A.	0,96	10
Finsterwalde	18.096	k. A.	1,8	2
Forst (Lausitz)	21.588	k. A.	0,8	11
Guben	20.352	k. A.	2,0	1
Herzberg (Elster)	10.463	k. A.	0,6	12
Königs Wusterhausen	33.410	k. A.	1,8	2
Lübben (Spreewald)	14.328	k. A.	1,2	8
Lübbenau/Spreewald	17.268	k. A.	1,4	5
Nauen	16.656	1,9	1,6	4
Neuenhagen bei Berlin	16.626	k. A.	0,3	14
Prenzlau	20.407	k. A.	1,72	3
Schwedt/Oder	35.658	k. A.	1,25	7
Spremberg	25.413	k. A.	0,6	12
Strausberg	26.360	k. A.	1,07	9
Templin	16.761	k. A.	0,56	13

Quelle: BBE Unternehmensberatung GmbH Köln/FfH Institut für Markt- und Wirtschaftsforschung GmbH Berlin (2007 b): Bestandserfassung und Kundenstromanalyse im Einzelhandel in Berlin und Brandenburg. Auszug aus dem Bericht.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass der Ausstattungsumfang der Stadt Nauen mit Verkaufsflächen gut ist. Der Besatz mit Verkaufsflächen ist als hoch einzustufen. Insbesondere die Verkaufsflächen über 700 m² dominieren das Einzelhandelsangebot. Bei der Verteilung der Verkaufsflächen über das Stadtgebiet ist ein deutliches Ungleichgewicht zu erkennen. Weniger als 15 % der Verkaufsflächen befinden sich in Form von kleinflächigen Angeboten in der Altstadt. Die deutliche Mehrheit der Verkaufsflächen ist den so genannten Großflächen zuzurechnen und verteilt sich polyzentrisch außerhalb des historischen Stadtzentrums.

⁵⁶ Für die nachfolgend benannten brandenburgischen Mittelzentren konnten keine Werte zum Verkaufsflächenbesatz ermittelt werden: Bad Freienwalde, Belzig, Bernau, Eisenhüttenstadt, Erkner, Falkensee, Fürstenwalde/Spree, Hennigsdorf, Jüterbog, Luckenwalde, Ludwigsfelde, Neuruppin, Oranienburg, Rathenow, Teltow, Zossen.

3.3.4 Quantitative Kriterien zur Bewertung des Einzelhandelsbestands

Die Kennzahl zum Verkaufsflächenbesatz je Einwohner erlaubt eine erste Bewertung über die Versorgungssituation. Eine abschließende Beurteilung ist jedoch noch nicht möglich. Daher gilt es, quantitative Angaben zur Bewertung des Einzelhandelsbestands heranzuziehen. Angaben zum Einzelhandelsumsatz, zur Flächenproduktivität und zur Einzelhandelszentralität sind auszuwerten.

3.3.4.1 Einzelhandelsumsatz

Die GfK Geomarketing GmbH, Nürnberg (GfK) ermittelte für die Stadt Nauen im Jahr 2008 ein sog. Point of Sale-Umsatz von insgesamt 62,885 Mio. €. Damit belaufen sich die Einzelhandelsausgaben am Verkaufsort Nauen auf lediglich 72 % des Bundesdurchschnitts. Dies entspricht rein rechnerisch einem Einzelhandelsumsatz von 3.771 € je Einwohner im Jahr 2008. Auch im Vergleich der Einzelhandelsausgaben je Einwohner mit den Städten Falkensee und Rathenow ist festzustellen, dass die Einzelhandelsausgaben je Einwohner in der Stadt Nauen im Jahr 2008 deutlich geringer sind.⁵⁷

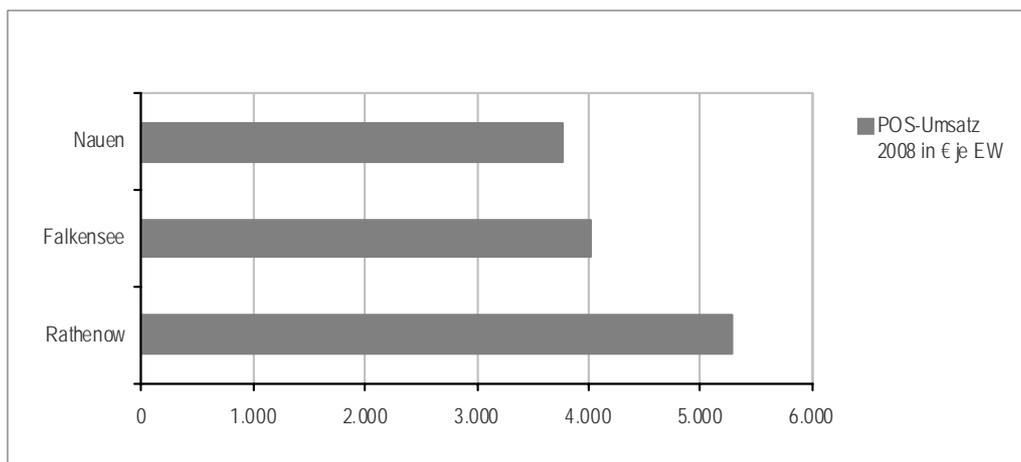


Abb. 9: Darstellung der Einzelhandelsausgaben Stadt Nauen 2008 im Vergleich

Quelle: GfK Geomarketing (2008a): GfK POS-Umsatz 2008.

Angaben über die bisherige Entwicklung der Einzelhandelsausgaben am Verkaufsort Nauen liegen nicht vor und stehen somit nicht für eine Prognose über die zukünftige Entwicklung zur Verfügung. Daher muss auf die Umsatzentwicklungen im Land Brandenburg als Vergleichswert zurückgegriffen werden. Gemäß den Erhebungen des Landesbetriebs für Datenverarbeitung und Statistik und des Amts für Statistik Berlin-Brandenburg ist festzustellen, dass seit 2003 keine nennenswerten Zuwächse des Brandenburger Einzelhandelsumsatzes zu verzeichnen sind.⁵⁸ Wie das Amt für Statistik mitteilt, blieb der nominale Umsatz des Bran-

⁵⁷ GfK Geomarketing (2008): GfK POS-Umsatz 2008.

⁵⁸ Landesbetrieb für Datenverarbeitung und Statistik (2005): Umsatz und Beschäftigung im Einzelhandel sowie Kraftfahrzeughandel. Land Brandenburg. Dezember 2004. Reihe: Statistische Berichte. G I 1 - m 12/04. S. 3. Potsdam.

denburger Einzelhandels im Jahr 2007 sogar leicht unter dem Vorjahresniveau (-0,7 %) ⁵⁹.

3.3.4.2 Flächenproduktivität

Die Flächenproduktivität errechnet sich aus dem Verhältnis von Gesamtverkaufsfläche und dem Einzelhandelsumsatz vor Ort. Sie bezeichnet den Umsatz im Einzelhandel bezogen auf die Verkaufsfläche.

Ausgehend von der derzeit bestehenden Verkaufsfläche von rund 32.500 m² im Nauener Stadtgebiet und der Einzelhandelsausgaben 2008 der GfK am Verkaufsort Nauen errechnet sich eine Flächenproduktivität von rund 1.935 €/m².

Im Rahmen einer bundesweiten Einzelhandelsstudie konnte im Jahr 2006 bundesweit eine durchschnittliche Flächenproduktivität von 3.300 €/m² ermittelt werden. In der Prognose zur Flächenproduktivität wurde bis zum Jahr 2010 ein Absinken auf 2.900 €/m² prognostiziert. ⁶⁰ Für die Jahre 2007 und 2008 ist im Bundesdurchschnitt bislang noch eine stabile Flächenproduktivität von rund 3.300 €/m² festzustellen. ⁶¹

Im Vergleich mit den bundesweit durchschnittlichen Werten ist wiederum zu erkennen, dass die Flächenproduktivität der Nauener Verkaufsflächen ganz erheblich unter dem Durchschnitt liegt: Unter Berücksichtigung der vorgenannten Ausgangsgrößen liegt die Nauener Flächenproduktivität rund 40 % unter dem Bundesdurchschnitt.

3.3.4.3 Einzelhandelszentralität

Die Einzelhandelszentralität gibt Auskunft über die Wahrnehmung der zentralörtlichen Funktion des Standortes. Sie zeigt demnach an, welche Bedeutung die im Stadtgebiet ansässigen Einzelhandelsbetriebe für die Versorgung der Bevölkerung dieses Bereichs und seiner Umgebung haben. Der Zentralitätsfaktor berechnet sich aus dem Verhältnis zwischen Einzelhandelsumsatz und ansässigem Nachfragevolumen (Kaufkraft). Ein Wert über 100 bedeutet, dass Kaufkraft von außerhalb in das Gebiet einfließt. Ein Wert unter 100 zeigt, dass mehr Kaufkraft aus dem Gebiet abgegeben wird, als zufließt.

Landesbetrieb für Datenverarbeitung und Statistik (2006 a): Umsatz und Beschäftigung im Einzelhandel sowie Kraftfahrzeughandel. Land Brandenburg. Dezember 2005. Reihe: Statistische Berichte. G I 1 - m 12/05. S. 3. Potsdam.

Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (2007): Umsatz und Beschäftigung im Einzelhandel sowie Kraftfahrzeughandel. Land Brandenburg. Dezember 2006. Reihe: Statistische Berichte. G I 1 - m 12/06. S. 3. Potsdam.

Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (2008): Umsatz und Beschäftigung im Einzelhandel sowie Kraftfahrzeughandel. Land Brandenburg. Dezember 2007. Reihe: Statistische Berichte. G I 1 - m 12/07. S. 3. Potsdam.

⁵⁹ Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (2008): *Brandenburger Einzelhandel schloss das Jahr 2007 mit Umsatzminus*. Pressemitteilung vom 25.02.2008 – Nr. 46. URL: <http://www.statistik-berlin-brandenburg.de/> [Stand 05.11.2008].

⁶⁰ KPMG (2006): KPMG-Studie „Trends im Handel 2010“. URL: <http://www.innovations-report.de/html/berichte/studien/bericht-55130.html> [Stand 05.11.2008].

⁶¹ EHI Retail Institut GmbH (2008): Handel aktuell. Ausgabe 2008/2009. Köln, S. 184f.

Nach Angaben der GfK beläuft sich die Zentralitätskennziffer 2008 der Stadt Nauen auf 83; d. h. für die Stadt Nauen ist ein Kaufkraftverlust zu verzeichnen.

Die nachstehende Tabelle stellt diesen Wert mit den Zentralitätswerten der beiden benachbarten Mittelzentren Rathenow und Falkensee gegenüber. Diese Gegenüberstellung veranschaulicht sehr deutlich ein regelmäßig zu beobachtendes Phänomen: Kleinere Städte und Gemeinden, die im Einzugsgebiet größerer Städte – hier Berlin und Potsdam – liegen, weisen regelmäßig Kaufkraftverluste durch die nah gelegene, große Konkurrenz auf.

Tab. 6: Einzelhandelszentralität 2008 der havelländischen Mittelzentren im Vergleich

Stadt	Zentralitätskennziffer 2008
Nauen	83
Rathenow	120
Falkensee	77

Quelle: GfK Geomarketing (2008b): GfK Einzelhandelszentralität 2008. Gemeinden über 10.000 Einwohner.

3.3.5 Konkurrenzstandorte

Gemäß seiner Funktion als Mittelzentrum versorgt Nauen die eigene Bevölkerung und sein Umland mit Waren und Dienstleistungen. Es existieren natürlich aber auch Einzelhandelsansiedlungen im Umland der Stadt Nauen, die in Konkurrenz zu den ortsansässigen Betrieben stehen und einen Kaufkraftabfluss bewirken. Die in der nachfolgenden Tabelle aufgeführten Konkurrenzstandorte sind als relevant für den Standort Nauen einzustufen.

Tab. 7: Konkurrenzstandorte nach Standorten und Verkaufsflächen

Standort	Bezeichnung, Standort	VKF in m ²
Berlin, OT Spandau	Spandauer Arcaden, nahe Bahnhof Berlin-Spandau	42.400
Brandenburg an der Havel	Beetzsee-Center, Brielower Landstraße	25.700
Dallgow-Döberitz	EKZ "Havelpark", Döberitzer Weg	43.000
Falkensee	Märkischer Polstermarkt, Seegefelder Straße	5.100
Falkensee	Hellweg Baumarkt/Gartencenter, Möbel Adam, Spandauer Straße	15.200
Falkensee	Handels- und Dienstleistungszentrum, Dallgower Straße	6.000
Potsdam	Sterncenter, Nuthestraße	35.000
Rathenow	EKZ "Gleisdreieck", Milower Straße	17.000

Rathenow	EKZ "Schwedendamm"	7.000
Wustermark	B 5 Designer Outlet Center, im Gewerbepark	10.600

Quelle: BBE Unternehmensberatung GmbH Köln/FfH Institut für Markt- und Wirtschaftsforschung GmbH Berlin (2007 a): Bestandserfassung und Kundenstromanalyse im Einzelhandel in Berlin und Brandenburg. Unveröffentlichtes Gutachten im Auftrag der Gemeinsamen Landesplanung der Länder Berlin und Brandenburg. Mai 2006., IHK Cottbus (Hg.) (2002): Handelsatlas. Land Brandenburg 2002., mfi (2007): Objekte. Arcaden. Spandau Arcaden. URL: <http://www.mfi.eu/deutsch/objekte/arcaden/spandau-arcaden/zahlen-daten-fakten.html> [Stand 29.07.2007]., MIR (2007): Einzelhandelszentren ab 5.000 m² Verkaufsfläche 2001 im Land Brandenburg. URL: <http://www.mir.brandenburg.de/verkehrsstatistik/Webpages/Tables/HTMLTables/Einzelhandelszentren.htm> [Stand 22.06.2007].

Die ausgewiesenen Standorte stehen aufgrund ihrer alternativen oder ergänzenden Angebotspalette und/oder weiterführender Entertainment-Angebote in Konkurrenz zu den Neuener Einzelhandelsansiedlungen. Begünstigt wird die Konkurrenzsituation zudem durch ihre räumliche Nähe in Verbindung mit einer guten verkehrstechnischen Erschließung.

In diesem Zusammenhang ist auch noch einmal auf den hohen Anteil beschäftigungsbedingter Auspendler der Stadt Nauen zu verweisen. Wie in der Beschreibung zur allgemeinen Wirtschaftssituation angeführt, arbeiten rund 64 % der sozialversicherungspflichtig beschäftigten Einwohner Nauens außerhalb ihres Wohnortes. Es davon auszugehen, dass die Verflechtungen der Stadt mit ihrem Umland erheblichen Einfluss auf das Einkaufsverhalten vor Ort nehmen: Es kommt zu wechselseitigen Kaufkraftabflüsse und -zuflüssen.

3.3.6 Planungen in der Stadt Nauen und im Umland

Bei der Beschreibung der Angebotssituation ist es unerlässlich, sich mit bestehenden Ansiedlungsplanungen auseinanderzusetzen. Bereits in der Beschreibung der Wettbewerbsstandorte sowie bei den Angaben zu den Verkaufsflächen erfolgten erste Hinweise auf zeitnahe Ansiedlungs- bzw. Verlagerungsvorhaben von Einzelhandelsbetrieben im Nauener Stadtgebiet.

Die mögliche Verlagerung des Lebensmittel-Discounters an der Dammstraße führt ggf. zu einer räumlichen Erweiterung des nördlichen Nahversorgungsstandortes. Mit der Inanspruchnahme der bislang brachliegenden Flächen kann ein Beitrag zur Aufwertung des Bahnhofsumfeldes geleistet werden. Die Verlagerung in unmittelbarer Nachbarschaft zum bisherigen Standort ist grundsätzlich auch deshalb als positiv zu beurteilen, da der bestehende Versorgungsstandort erhalten bleibt, sodass die angrenzende Wohnbevölkerung weiterhin fußläufig versorgt ist. Die Nachnutzung der ehemaligen Betriebsflächen ist unbedingt anzustreben, um eine Beeinträchtigung des Standortes zu vermeiden.

Das einzige größere Planungsvorhaben ist im Rahmenplan zur Altstadtsanierung verankert. Zur Stärkung des Wettbewerbsstandortes Altstadt wird die Errichtung einer Passage vorgeschlagen.⁶² Die Altstadtpassage ist dabei mit einer Größe von

⁶² Städtebaulicher Rahmenplan. Konkretisierung der Sanierungsziele. Sanierungsgebiet Altstadt Nauen. Stadt Nauen, Stand Beschlussfassung August 2000, S. 45.

etwa 3.000 m² bis 5.000 m² konzipiert. Lokale Entwicklungsakteure zeigten bisher jedoch kein Interesse an der Entwicklung des Standorts. Im Hinblick auf die Erfahrungen mit vergleichbaren Vorhaben verfolgte der Sanierungsträger nie offensiv deren Realisierung.⁶³ Ende des Jahres 2008 lag der Stadtverwaltung ein Architekturentwurf für die Altpassage mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.200 m² vor. Dieser ist jedoch nicht doch eine Investitionsabsicht gestützt⁶⁴.

Zur Beurteilung künftiger Ansiedlungsvorhaben hat die Stadtverordnetenversammlung in ihrer Sitzung vom 20.04.2009 einen grundlegenden Beschluss gefasst: Die Ansiedlung zusätzlicher Einzelhandelsbetriebe soll zukünftig grundsätzlich nur in Übereinstimmung mit den Zielen und Grundsätzen des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzepts möglich sein.⁶⁵ Die Ansiedlung zentrenrelevanter und nahversorgungsrelevanter Angebote sind damit auf den zentralen Versorgungsbereich der Stadt Nauen sowie auf die sog. ergänzenden Einzelhandelsstandorte beschränkt. Die zuvor benannten Planungsvorhaben stehen im Einklang mit den Zielen des Konzepts.⁶⁶

Über die örtlichen Ansiedlungsvorhaben hinaus sind auch Planungen im Einzugsgebiet der Stadt Nauen zu berücksichtigen. Nach Angaben der Regionalen Planungsgemeinschaft sind großflächige Ansiedlungsvorhaben, die Einfluss auf den Nauener Einzelhandel üben könnten, derzeit weder in Umsetzung noch in Planung. Deutlich wahrgenommen wird allerdings das „Wettrüsten“ zwischen den großen Handelsketten: Insbesondere Betriebe des Lebensmittelhandels verlassen die für sie weniger attraktiven Lagen und siedeln sich an neuen verkehrsgünstiger gelegenen Standorten, meist in weniger gut bzw. nicht integrierten Lagen an.⁶⁷

3.4 Nachfragesituation

Die Nachfragesituation wird durch die Konsumenten bestimmt. Einleitend wird daher eine kurze Rekapitulation zu den allgemeinen Trends im Kundenverhalten gegeben. Anschließend erfolgt die Verknüpfung der Aussagen mit dem Betrachtungsraum des vorliegenden Konzepts. Zur Beschreibung des Nachfragepotenzials sind das Einzugsgebiet bzw. der Versorgungsbereich beschrieben sowie vorliegende Angaben zu den Kennzahlen der Kaufkraft benannt.

⁶³ Lehmann (Stadtkontor Gesellschaft für behutsame Stadtentwicklung mbH): Mündliche Auskunft am 20.06.2007.

⁶⁴ Heinrich, Gunther (Stadt Nauen, FBL Bauen): Mündliche Auskunft am 28.10.2008.

⁶⁵ Stadt Nauen (2009): Beschluss 033/2009 vom 20.04.2009.

⁶⁶ Vgl. Kap. 4 Entwicklungskonzept.

⁶⁷ Knauer, Harald (Regionale Planungsgemeinschaft Havelland-Fläming): Mündliche Auskunft am 20.11.2008.

3.4.1 Allgemeine Trends im Kundenverhalten

Die Entwicklungen im Einzelhandel sind in den letzten Jahrzehnten in erheblichem Umfang von der gestiegenen Mobilität der Konsumenten beeinflusst worden. Die breite Motorisierung der Bevölkerung ermöglichte die zunehmende Konzentration von Nahversorgungsgeschäften sowie von Einzelhandelsanbietern an autogerechten Standorten außerhalb der gewachsenen Innenstädte. Insbesondere im Zuge der Nachholprozesse in den neuen Bundesländern entstand eine Vielzahl neuer, nicht integrierter Einzelhandelsstandorte.

Im Hinblick auf das Einkaufsverhalten ist mittlerweile vom „hybriden“ Kunden die Rede: In Abhängigkeit vom jeweiligen Zweck entstehen unterschiedliche Preis- und Qualitätsvorstellungen von Erzeugnissen. Ebenso differenziert ist die Art und Weise des Einkaufens. Der Versorgungseinkauf, der zur reinen Bedarfsdeckung mit Verbrauchsgütern dient, ist möglichst preisorientiert und unkompliziert gestaltet. Im Gegenzug dazu avanciert das Einkaufen zur Freizeitbeschäftigung, wobei das Einkaufserlebnis im Vordergrund steht. Ebenso ist der Kunde bereit, für qualitativ hochwertige Gebrauchsgüter und Markenartikel sowie für Dienstleistungen einen höheren Preis zu akzeptieren.⁶⁸

Aus der stärkeren Mobilität der Konsumenten und den gestiegenen Anforderungen an das Event „Einkaufen“ resultiert eine sinkende Standort- und Betriebstreue der Verbraucher. Der Wettbewerb um den Kunden hat sich angesichts dieser Trends intensiviert.

Gleichzeitig vollzieht sich aber auf der Seite der Verbraucher eine Veränderung der anteiligen Haushaltsausgaben: Seit den 1970er Jahren haben die Konsumausgaben der privaten Haushalte kontinuierlich zugenommen, damit auch die Ausgaben für Nahrungsmittel, Getränke und Tabak. Seit Mitte der 1990er Jahre ist allerdings festzustellen, dass die Konsumausgaben für Nahrungsmittel, Getränke und Tabak wesentlich weniger zunehmen als die übrigen Konsumausgaben. So fallen die jährlichen Zuwächse der Konsumausgaben für Einkäufe deutlich geringer aus als in den letzten 20 Jahren zuvor.⁶⁹ Die Veränderung des Konsumentenverhaltens verschärft dadurch wiederum den Wettbewerbsdruck der Anbieter.

3.4.2 Versorgungsbereich und Einzugsgebiet

Zur Bewertung des Einzelhandelsstandorts Nauen ist das Einzugsgebiet des Einzelhandels abzugrenzen. Entsprechend landesplanerischer Grundsätze übernimmt

⁶⁸ BBE Unternehmensberatung GmbH Köln/FfH Institut für Markt- und Wirtschaftsforschung GmbH Berlin (2007 a): a. a. O., S. 75.

⁶⁹ Statistisches Bundesamt Deutschland (2007): Konsumausgaben privater Haushalte nach Verwendungszwecken Deutschland. URL: <http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Content/Statistiken/Zeitreihen/LangeReihen/LebensunterhaltKonsum/Content100/Irleb03ga,templateId=renderPrint.psm1> [Stand 23.10.2007].

die Stadt Nauen als Mittelzentrum für seinen Mittelbereich zentralörtliche Versorgungsfunktionen.⁷⁰ Der landesplanerisch bestimmte Versorgungsbereich umfasst nach dem nunmehr gültigen Landesentwicklungsplans LEP B-B rund 30.000 Einwohner.

Tab. 8: Einwohner des Mittelbereichs Nauen gem. LEP B-B (2009)

Amt/Gemeinde/Stadt	EW-Zahl im Jahr 2006
Stadt Nauen	16.674
Amt Friesack (Stadt Friesack, Wiesenau, Mühlenberge, Paulinenaue, Pessin, Retzow)	6.912
Stadt Ketzin	6.483
Gesamt	30.069

Quelle: Landesamt für Bauen und Verkehr (2008): *Grundlagen für die Regionalplanung im Land Brandenburg*. Berlin, S. 34.

Über die landesplanerische Abgrenzung des mittelzentralen Versorgungsbereichs hinaus ist das räumliche Einkaufsverhalten der Nauener Wohn- und Arbeitsbevölkerung zu berücksichtigen. Diese wird durch eine Vielzahl von Abgrenzungsparametern beeinflusst (u. a. Angebotsstruktur- und -qualität vor Ort, Konkurrenzstandorte im Einzugsgebiet, Verkehrsinfrastruktur, räumliche Barrieren mit trennender Wirkung; Pendlerverhalten). Im Zuge einer gutachterlichen Abgrenzung des Versorgungsbereichs der Stadt Nauen wird insgesamt von zwei Zonen im Einzugsgebiet ausgegangen.⁷¹ Die Abgrenzung des externen Gutachters konnte durch eigene Erhebungen im Wesentlichen bestätigt und für das vorliegende Konzept zugrunde gelegt werden. Das Kerneinzugsgebiet umfasst die Nauener Kernstadt. Das weitere Einzugsgebiet stellt den mittelzentralen Versorgungsbereich dar. Dieser wird wie folgt begrenzt:

- im Norden durch die BAB A24
- im Osten durch die BAB A10
- im Süden durch die Havel und
- im Westen durch die Stadtgrenze Nauens.

Im mittelzentralen Versorgungsbereich liegen dementsprechend:

- die Ortsteile der Stadt Nauen
- die Ortsteile Grünefeld und Paaren im Glien der Gemeinde Schönwalde-Glien
- die Ortsteile Bredow und Zeestow der Gemeinde Brieselang
- die Gemeinde Wustermark mit Ausnahme der östlich der BAB A10 liegenden Ortsteile und
- die Stadt Ketzin.

⁷⁰ Vgl. Kap. 3.3.1.2.1 Raumordnung und Landesplanung.

⁷¹ Consilium GmbH (2008): *Standortgutachten Verbrauchermarkt-Ansiedlung Ketziner Straße in Nauen*. Stand 28. August 2008, S. 16f.



Abb. 10: Abgrenzung Kerneinzugsgebiet und mittelzentraler Versorgungsbereich
Quelle: Eigene Darstellung. Kartengrundlage TK 100.

Auf der Grundlage der landesplanerischen Vorgaben und der nachfragerorientierten Abgrenzung des mittelzentralen Versorgungsbereichs wird der Versorgungsbereich für die vorliegende Konzeption mit rund 30.000 Personen bemessen. Diese ist aufgrund der bereits bestehenden Vielzahl großflächiger Konkurrenzstandorte mit erheblichen Versorgungspotentialen jedoch durchaus gerechtfertigt.⁷²

⁷² Vgl. Kap. 3.3.2.6 Konkurrenzstandorte.

3.4.3 Kennzahlen der Kaufkraft

Eine Betrachtung der Kennzahlen zur Kaufkraft ist von Interesse für die quantitative Beschreibung der Nachfragesituation und der Entwicklungsspielräume vor Ort. Das Nachfrageverhalten im Marktgebiet wird durch die spezifische Struktur der Verbraucher beeinflusst. In die Berechnung der Kaufkraft fließen daher Strukturdaten wie Alter, Pendlerverhalten sowie das Kaufkraftniveau auf Basis der Einkommensstatistik ein. Mit den Angaben zur Kaufkraft wird nicht der Ort des tatsächlichen Konsums erfasst, sondern lediglich das Potenzial vor Ort.

Entsprechend den Angaben der GfK Geomarketing GmbH beläuft sich die Kaufkraft der Nauener Bevölkerung im Jahr 2008 auf 15.392 € pro EW/Jahr. Die Stadt erreicht damit lediglich ein Kaufkraftniveau von 82 % im Verhältnis zum Bundesdurchschnitt (100 %). Das Kaufkraftpotenzial Nauens liegt in 2008 damit nur wenige Prozentpunkte unter dem Durchschnittswert von 89 % des Landkreises Havelland. Betrachtet man hingegen die absoluten Werte, so liegt die Kaufkraft mit ca. 3.300 € je Einwohner im Jahr 2008 weniger, jedoch deutlich unter dem Bundesdurchschnitt.⁷³

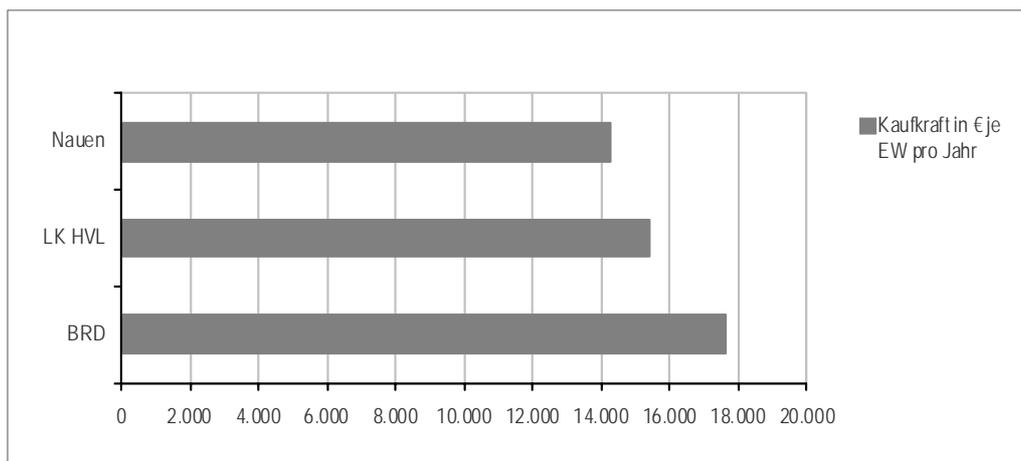


Abb. 11: Darstellung der Kaufkraft Stadt Nauen 2008 im Vergleich

Quelle: GfK Geomarketing GmbH (2008c): GfK Kaufkraft 2008.

Die nachstehende Tabelle stellt die Entwicklung der Nauener Kaufkraft mit der Anzahl der ortsansässigen Einzelhandelsunternehmen gegenüber.

⁷³ Industrie- und Handelskammer (IHK) Potsdam (2006): Gewerbetrieben 2007. Verzeichnis der Orientierungswerte der Industrie- und Handelskammer Potsdam. Potsdam; S. 37ff.

Tab. 9: Entwicklung von Kaufkraft und Anzahl der Einzelhandelsunternehmen in Nauen im Vergleich 1994 bis 2008

	1994*	1997*	1999*	2001*	2002*	2006**	2008**
Kaufkraft (in EUR pro EW/Jahr)	9.747	11.990	12.402	13.827	14.494	14.270	15.392
Kaufkraftniveau (Prozent pro EW/Jahr, 100 Pro- zent = Durchschnitt BRD)	78	74	79	84	86	81	82
Anzahl Einzelhandels- unternehmen	k. A.	142	139	k. A.	154	223	k. A.
*Daten erhoben von BBE Unternehmensberatung GmbH & Co. KG						** Daten erhoben von GfK Geomarketing GmbH	

Quelle: IHK Potsdam (2004): Gewerbemieten 2005. Verzeichnis der Orientierungswerte der Industrie- und Handelskammer Potsdam., IHK Potsdam (2002): Gewerbemieten 2003. Verzeichnis der Orientierungswerte der Industrie- und Handelskammer Potsdam., IHK Potsdam (2000): Gewerbemietenverzeichnis IHK-Bezirk Potsdam 2001., IHK Potsdam (1998): Gewerbemietenverzeichnis 1998 für den Kammerbezirk Potsdam 1998., IHK Cottbus (Hg.) (2002): Handelsatlas. Land Brandenburg 2002; IHK Potsdam (2006): Gewerbemieten 2007. Verzeichnis der Orientierungswerte der Industrie- und Handelskammer Potsdam., GfK Geomarketing GmbH (2008c): GfK Kaufkraft 2008.

Folgende Feststellungen lassen sich aus den abgebildeten Werten ziehen: Die Kaufkraft der Nauener Bevölkerung stieg seit Mitte der 1990er Jahre bis 2002 kontinuierlich. Mit den positiven Entwicklungen von Kaufkraft und Kaufkraftniveau korrespondiert eine Zunahme der ortsansässigen Einzelhandelsangebote.

Für den Zeitraum von 2003 bis 2005 liegen keine Werte zur Kaufkraft vor. Für das Jahr 2004 ist lediglich das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau bekannt: Dieses belief sich auf 89 % des Bundesdurchschnitts. Da Kaufkraft und einzelhandelsrelevante Kaufkraft in einem engen Zusammenhang miteinander stehen, ist davon auszugehen, dass die Kaufkraft auch im Jahr 2004 gegenüber 2002 gestiegen ist.

Im Vergleich der Kaufkraftwerte von 2006 und 2008 ist wiederum ein geringfügiger Anstieg zu erkennen.

Ein linearer Vergleich der Werte von 1994 bis 2002 mit den Angaben zu den Jahren 2006 sowie 2008 ist nicht möglich, da die Daten von 2006 und 2008 von einem anderen Wirtschaftsinstitut erhoben wurden. Differenzen entstehen allein aufgrund unterschiedlicher Berechnungsmethoden der Institute und lassen daher keine Rückschlüsse auf Veränderungen zu.

Auf der Grundlage der vorliegenden Daten sind Schlussfolgerungen für eine Prognose zur künftigen Kaufkraftentwicklung nur eingeschränkt möglich.

Über die vorgestellten Angaben zu Kaufkraft hinaus ist es sinnvoll, die aktuellen Kennzahlen zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft heranzuziehen. Ausgedrückt wird damit der Teil der Kaufkraft, der dem stationärem Einzelhandel und dem Versandhandel nach Abzug unterschiedlicher Ausgaben (z. B. Miete, Dienstleistungen, Reisen, Versicherung, Kfz-Umkosten) zur Verfügung stehen.

Wie auch bei den zuvor dargestellten Kennzahlen ist festzustellen, dass die einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Nauener Bevölkerung unterdurchschnittlich ist. Das unterdurchschnittliche Kaufkraftniveau resultiert aus den sozioökonomischen Rahmenbedingungen vor Ort.⁷⁴

Tab. 10: Kaufkraft für den Einzelhandel Stadt Nauen im Vergleich

	Deutschland	Nauen
	GfK	GfK
Kaufkraft für den Einzelhandel 2008 in € je EW	5.602	4.834
Kaufkraft für den Einzelhandel 2008 - Index	100	86,3

Quelle: Eigene Berechnung. GfK Geomarketing (2008 d): GfK Kaufkraft für den Einzelhandel 2008.

3.4.4 Einkaufsorientierung und Angebotsbewertung

Von Interesse für die Bewertung der Einzelhandelsangebote ist grundsätzlich auch die Meinung der Konsumenten. Um eine grobe Tendenz aufzuzeigen, werden die Ergebnisse einer brandenburgweiten Erhebung für den gesamten Landkreis Havelland angeführt.

Im Rahmen der Telefonbefragung wurde für den Landkreis Havelland das Nahversorgungsangebot mehrheitlich als gut bewertet: 32 % der Befragten beurteilten das Angebot sogar mit sehr gut, 38 % mit gut und nur 7 % der Befragten waren nicht zufrieden.⁷⁵

Weiterhin ermittelte das o. g. Gutachten Angaben zur Einkaufsorientierung der Bevölkerung im Landkreis. Demnach weisen die Standorte in Rathenow und Dallgow-Döberitz die höchste Frequenz auf. Der Standort Nauen ist im Vergleich weniger stark frequentiert. Das Angebot in Berlin-Spandau scheint für die alltägliche Versorgung nur eine untergeordnete Bedeutung zu spielen.

⁷⁴ Vgl. Kap. 3.1 Sozioökonomische Kennwerte.

⁷⁵ BBE Unternehmensberatung GmbH Köln/FfH Institut für Markt- und Wirtschaftsforschung GmbH Berlin (2007 a): a. a. O., S. 92.

Tab. 11: Einkaufsorientierung

Standort	Wie oft kaufen Sie an folgenden Standorten ein?		
	wöchentlich	monatlich	seltener
Nauen EKZ „Luchcenter“	4 %	5 %	21 %
Berlin Spandauer Arcaden	4 %	15 %	41 %
Dallgow-Döberitz EKZ „Havelpark“	17 %	18 %	30 %
Rathenow EKZ „Schwedendamm“	16 %	16 %	8 %
Rathenow EKZ „Kaufland“	18 %	13 %	13 %
Wustermark „B 5 Designer Outlet Center“	4 %	8 %	21 %

Quelle: BBE Unternehmensberatung GmbH Köln/FfH Institut für Markt- und Wirtschaftsforschung GmbH Berlin (2007 a): *Bestandserfassung und Kundenstromanalyse im Einzelhandel in Berlin und Brandenburg*. Unveröffentlichtes Gutachten im Auftrag der Gemeinsamen Landesplanung der Länder Berlin und Brandenburg. Mai 2006, S. 87.

Die Einkaufsorientierung der Bevölkerung des Landkreises Havelland auf den eigenen Kreis ist mit über 70 % typisch für das Verbraucherverhalten in Brandenburg. So ermittelte das Gutachten grundsätzlich eine starke Orientierung der Verbraucher auf Einzelhandelsangebote in der näheren und weiteren Umgebung ihrer Wohnorte. Darüber hinaus konnten aber auch Kaufkraftflüsse zwischen dem Landkreis Havelland und den umliegenden Kreisen sowie mit der Bundeshauptstadt Berlin festgestellt werden.⁷⁶

3.5 Prognose der Einzelhandels- und Kaufkraftentwicklung

Gegenstand des vorliegenden Konzepts ist es auch eine Prognose der Einzelhandels- und Kaufkraftentwicklung für die Stadt Nauen zu erstellen. Dabei sind branchenspezifische Verkaufsflächenspielräume und Verkaufsflächentypen für die künftige Entwicklung des Einzelhandels in Nauen zu ermitteln.

Der Prognosezeitraum des vorliegenden Einzelhandelskonzepts reicht bis zum Jahr 2020. Das Konzept betrachtet damit die Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Nauen in der Zeitspanne von 2009 bis 2020.

⁷⁶ BBE Unternehmensberatung GmbH Köln/FfH Institut für Markt- und Wirtschaftsforschung GmbH Berlin (2007 b): *Bestandserfassung und Kundenstromanalyse im Einzelhandel in Berlin und Brandenburg*. Auszug aus dem Bericht. S. 11ff.

Um Aussagen über die zukünftige Kaufkraftentwicklung treffen zu können, sind die Angaben zur Bevölkerungsprognose, zur Entwicklung der Kaufkraft in den vergangenen Jahren sowie der Haushaltseinkommen heranzuziehen.

Folgende Eingangsdaten werden in die Prognose eingestellt:

- eine stabile Einwohnerzahl bis zum Jahr 2020;
- eine geringfügig positive Entwicklung der Kaufkraft in der Vergangenheit;
- eine stagnierende bis geringfügig positive Entwicklung der Haushaltseinkommen in der Vergangenheit.

Auf Grundlage der bekannten Kennwerte ist davon auszugehen, dass in Abhängigkeit der nationalen Entwicklungen die Kaufkraft der Nauener Bevölkerung auch im Prognosezeitraum wenn nur geringfügig ansteigen wird.

Für eine Ermittlung von Verkaufsflächenpotenzialen sind grundsätzlich nachfolgende Faktoren zu berücksichtigen:

- aktuell bestehende Angebots- und Nachfragesituation
- demographische Entwicklung
- Entwicklung der Haushaltseinkommen
- Umsatzentwicklung und die aktuellen einzelhandelsrelevanten Umsatzkennziffern
- Kaufkraftentwicklung und einzelhandelrelevante Kaufkraftkennziffern
- Einzelhandelszentralität
- natürliche Verkaufsflächenentwicklung sowie
- Verkaufsflächenproduktivität.

Unter Berücksichtigung der zuvor genannten Eingangsgrößen kommt die **Ermittlung von Verkaufsflächenspielräumen und Verkaufsflächentypen für die künftige Entwicklung des Einzelhandels in Nauen** zu folgendem Ergebnis: Alle Eingangsdaten weisen nahezu stagnierende Werte auf; wenn überhaupt sind nur geringfügige Zuwächse zu verzeichnen. Aufgrund des hohen Ausstattungsgrads mit Verkaufsflächen und einer zugleich bereits mehr als unterdurchschnittlichen Verkaufsflächenproduktivität in der Summe können Spielräume für einen Verkaufsflächenzuwachs nicht ausgemacht werden. Daher kann ein Entwicklungsspielraum für die Nauener Verkaufsflächen nur einer Qualifizierung des Angebots bestehen. Durch eine qualitative Aufwertung und Spezialisierung der bestehenden Einzelhandelsangebote sollte versucht werden, einen attraktiven Gegenpol zu den umliegenden, flächenmäßig stark aufgestellten Konkurrenzstandorten auszubilden. Zentrales Anliegen sollte es sein, die bislang abfließende Kaufkraft zu reduzieren und auf die Nauener Angebote umzulenken.

3.6 Ergebnisse der Bestandsanalyse

Das Mittelzentrum Nauen übernimmt als Zentraler Ort überörtliche Versorgungsfunktionen. Der Versorgungsbereich umfasst ca. 30.000 Einwohner und erstreckt sich auf ein überwiegend ländlich geprägtes Gebiet. Das höherwertige Versorgungsangebot beinhaltet Verbrauchs- und Gebrauchsgüter zur Deckung des Grundbedarfs sowie der gehobenen Nachfrage. Insbesondere das Angebot an preisorientierten Sortimenten von Verbrauchs- sowie Gebrauchsgütern ist umfangreich.

Im Stadtgebiet verteilen sich die unterschiedlich gewichteten Wettbewerbsstandorte polyzentrisch. Hinsichtlich der Verkaufsflächen besteht ein deutliches Ungleichgewicht zum Nachteil der historischen Altstadt. Das kleinteilige Einzelhandelsangebot der Altstadt unterliegt den großflächigen Handelsagglomerationen deutlich und ist dadurch in seiner Funktion als Zentrum deutlich geschwächt. Die gesamtörtliche Versorgung wird demnach in der Mehrheit über Großflächen geleistet; der kleinteilige Einzelhandel spielt eine untergeordnete Rolle.

In seiner Summe ist der über dem Bundesdurchschnitt liegende Flächenbesatz mit $1,9 \text{ m}^2$ VKF/EW sehr hoch, obwohl die Kaufkraft der letzten Jahre mit Werten um lediglich 80 % dauerhaft niedrig ist. Dementsprechend ergibt sich in der Summe nur eine unterdurchschnittliche Flächenproduktivität. Darüber hinaus weist der niedrige Zentralitätswert einen Kaufkraftverlust für die Stadt Nauen nach; dies bestätigt, dass das konkurrierende Einzelhandelsangebot in der Umgebung nicht nur von erheblichem Umfang ist. Die Verkaufsflächen der Konkurrenzstandorte übertreffen das Nauener Angebot um ein Vielfaches. Sowohl die gute verkehrstechnische Erreichbarkeit der Umlandgemeinden als auch das hohe Pendleraufkommen verschärfen die Wettbewerbssituation für den Standort Nauen. Angesichts dieser Tatbestände ist von einer äußerst angespannten Konkurrenzsituation vor Ort auszugehen.

Auf der Grundlage der Bestandsanalyse lassen sich die folgenden Schlussfolgerungen ziehen: In Anbetracht der sozioökonomischen Rahmenbedingungen vor Ort und unter Berücksichtigung der allgemeinen Wirtschaftslage sowie der Entwicklungen am nationalen Arbeitsmarkt ist davon auszugehen, dass sich das Kaufkraftpotenzial am Standort in der nahen Zukunft nicht wesentlich erhöhen wird.

Im Hinblick auf das auch regional festzustellende Missverhältnis zwischen Kaufkraft und Handelsfläche, sind die Entwicklungspotenziale des Verkaufsflächenbestands unter gleich bleibenden Rahmenbedingungen bereits weitgehend erschöpft. Eine Erhöhung des Umfangs der Verkaufsflächen würde aller Voraussicht nach nur zu einer weiteren Umverteilung der Umsätze, nicht aber zu wesentlichen Umsatzsteigerungen führen; es sei denn, bisherige Kaufkraftabflüsse könnten nach Nauen umgelenkt werden.

Die Chancen Nauens liegen nicht in einer weiteren Steigerung der Menge an Verkaufsflächen in der Stadt, sondern in der Qualifizierung des Angebots auf den

vorhandenen Flächen. In der Qualifizierung des Standortes Nauen ruhen erhebliche Entwicklungspotenziale: Die Stärkung als regionaler Wettbewerbsstandort und die Profilierung der bestehenden Ansiedlungskonzentrationen bergen zukünftige Entwicklungschancen. Um die bislang an die umliegenden Konkurrenzstandorte abfließende Kaufkraft an die Stadt Nauen zu binden, bedarf es eines attraktiven Anziehungspunktes vor Ort. Insbesondere die Altstadt ist entsprechend planerischer Zielformulierungen zu qualifizieren und als Handels- und Dienstleistungszentrum zu stärken.

4 Entwicklungskonzept

Das Entwicklungskonzept basiert auf den Ergebnissen der Bestandsanalyse. Inhaltlich gliedert sich das Konzept in drei miteinander verknüpfte, strategische Bausteine: Das **Leitbild** mit seinen *Zielvorgaben* und den zu beachtenden *Grundsätzen* der künftigen räumlichen Steuerung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Nauen bildet das städtebauliche Gerüst. Darin eingefügt bestimmt das **Standortkonzept** die räumlichen Standorte der künftigen Einzelhandelsentwicklung. Die „**Nauener Sortimentsliste**“ ist zur Ausfüllung des Standortkonzepts notwendig; sie definiert die ortsspezifischen zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Warensortimente. Den Abschluss des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts bilden differenzierte Aussagen zur Umsetzung der Konzeption.

Die nachfolgende Darstellung veranschaulicht schematisch den Aufbau des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts.

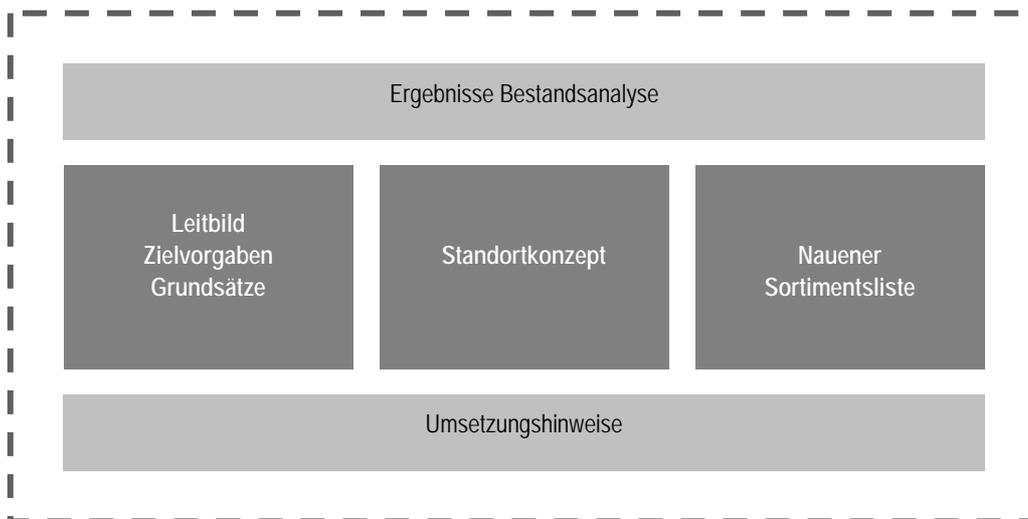


Abb. 12: Schematischer Aufbau des Entwicklungskonzepts

Quelle: Eigene Darstellung

Der Betrachtungsraum des vorliegenden Entwicklungskonzepts konzentriert sich – wie bereits ausgeführt – auf die Nauener Kernstadt. Zur Begründung folgendes vorgetragen: Die Ortsteile Neukammer, Schwanebeck und Waldsiedlung sowie die seit der Gemeindegebietsreform angegliederten Ortsteile wurden nicht in das Standortkonzept miteinbezogen. Im Rahmen der Vorbereitungen zur Konzepterarbeitung konnte festgestellt werden, dass es nicht erforderlich ist, in den Ortsteilen steuernd tätig zu werden. Die Ansiedlung von Betrieben der Nahversorgung wird hier grundsätzlich begrüßt. Sie soll im Rahmen des Ortsüblichen rechtlich möglich sein. Aufgrund der räumlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ist die Ansiedlung von Nahversorgungsbetrieben in einem für die Nauener Kernstadt schädlichen Umfang hier nicht zu erwarten. Die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe bedarf ohnehin der verbind-

lichen Bauleitplanung, sodass derartige Ansiedlungen nur auf der Grundlage verbindlicher städtischer Planung verwirklicht werden können. Im Rahmen eines erforderlichen Bebauungsplanverfahrens und/oder eines vergleichbaren Baugenehmigungsvorgangs sind dann die Ziele und Grundsätze des nachfolgend dargestellten Entwicklungskonzepts als planerische Rahmenbedingungen zu berücksichtigen.

4.1 Leitbild, Zielvorgaben und Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung

Das Leitbild beinhaltet übergeordnete und örtliche Zielstellungen für die Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Nauen. Die städtebaulichen Zielvorgaben konkretisieren die Inhalte des entwickelten Leitbildes. Sowohl das Leitbild als auch die Zielvorgaben müssen die Vorgaben der Landesplanung beachten und auch die bereits vorhandenen und beschlossenen gemeindlichen Planungen berücksichtigen. Die Grundsätze sind im Rahmen von Einzelfallentscheidungen – besonders bei Ermessensentscheidungen – zu berücksichtigen.

4.1.1 Leitbild

Das Leitbild der Einzelhandels- und Zentrenkonzeption sieht Nauen als kraftvolles Zentrum im Landkreis Havelland. Insbesondere der Altstadt kommt eine tragende Rolle zu. Zusammengefasst lautet das Leitbild:

Die Stadt Nauen erfüllt ihre überörtliche Funktion als höherwertiger Versorgungsstandort für ein großes, überwiegend ländlich geprägtes Gebiet. Die Einzelhandels- und Zentrenstruktur entwickelt sich nach städtebaulichen Gesichtspunkten: Die Innenentwicklung besitzt einen deutlichen Vorrang. Das Einzelhandelsangebot konzentriert sich an integrierten Standorten und trägt mit einem differenzierten sowie bedarfsgerechten Warenangebot zur Sicherung einer verbrauchernahen Versorgung für alle Bevölkerungsgruppen bei. Die belebte historische Innenstadt ist Versorgungs-, Dienstleistungs- und Kommunikationszentrum der Stadt mit überörtlicher Ausstrahlungskraft.

4.1.2 Zielvorgaben

Aus den Ergebnissen der Bestandsanalyse lassen sich unter Beachtung dieses Leitbilds im Interesse einer geordneten städtebaulichen Entwicklung folgende Zielvorgaben ableiten.

- Ziel 1: Erhaltung und Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion

Ein bedeutendes stadtentwicklungsrelevantes Ziel für die Stadt Nauen ist die Erfüllung der landesplanerisch zugewiesenen Versorgungsfunktionen für ihren Nah- und Mittelbereich. Demnach sind Einrichtungen zur Deckung des Grundbedarfs sowie des gehobenen Bedarfs bereitzustellen. Langfristig gilt es daher auch, die Einzelhandelsstrukturen vor Ort zu stabilisieren.

- Ziel 2: Angebotsqualität statt -quantität

Das Mittelzentrum Nauen zeichnet sich durch ein vielfältiges Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot aus. Im Wettbewerb mit den konkurrierenden, flächenmäßig überlegenen Standorten im Einzugsbereich profiliert sich der Einzelhandelsstandort Nauen durch eine hohe Angebotsqualität.

- Ziel 3: Erhaltung und Qualifizierung der Altstadt als zentralen Versorgungsbereich

Zentrale Zielstellung des Konzepts ist die Stärkung der Altstadt in ihrer Funktion als Versorgungs-, Dienstleistungs- und Kommunikationszentrum. Die bestehenden Einzelhandelskonzentrationen in der Altstadt sind zu schützen und zu entwickeln. Das Angebot muss erweitert, verdichtet und qualifiziert werden. Ebenfalls sind die ergänzenden innenstadttypischen Dienstleistungsangebote zu stärken. Die historische Innenstadt ist im Sinne eines funktionsfähigen Stadtzentrums mit einem hohen Anteil an Einzelhandelsflächen weiter zu entwickeln. Die Altstadt soll sich im Wettbewerb mit den übrigen Wettbewerbsstandorten des Stadtgebiets deutlich hervorheben.

- Ziel 4: Gewährleistung der Nahversorgung

Das Konzept definiert den zentralen Versorgungsbereich im Nauener Stadtgebiet abschließend. Dort ist Einzelhandel jeder Art zulässig. Auf der Grundlage weiterer zulässiger Einzelhandelsstandorte soll gewährleistet werden, dass die verbrauchernahe Versorgung aller Bevölkerungsteile langfristig gesichert ist.

Die Nahversorgung umfasst Güter des kurzfristigen Bedarfs – insbesondere im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren. Ziel ist es, eine wohnungsnah und daher auch fußläufige und weitgehend flächendeckende Versorgung zu ermöglichen. Dafür sind ergänzende Versorgungsstandorte zu identifizieren.

- Ziel 5: Sicherung von Gewerbe- und Industriegebietsflächen für Handwerk und produzierendes Gewerbe

Mit der Konzentration des Einzelhandels auf den zentralen Versorgungsbereich sowie auf die ergänzenden Versorgungsstandorte wird auch das Ziel verfolgt, die vorhandenen Gewerbe- und Industriegebietsflächen für Handwerksbetriebe und

das produzierende Gewerbe zu reservieren und sie dort preisgünstig zur Verfügung zu stellen. Der Flächen suchende Einzelhandel soll hier nicht als Konkurrent auftreten.

■ Ziel 6: Schaffung von Planungs- und Investitionssicherheit

Das Einzelhandelskonzept erleichtert die Beurteilung von Planungsvorhaben. Die Konzentration der Einzelhandelsentwicklung auf den zentralen Versorgungsbereich sowie die Identifikation ergänzender Versorgungsstandorte schafft Investitionssicherheit auch für den Einzelhandel. Das Konzept schafft Ordnung im freien Wettbewerb; sein Anliegen ist es, Fehlentwicklungen mit negativen städtebaulichen Folgen entgegenzuwirken.

4.1.3 Grundsätze der räumlichen Steuerung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Nauen

Um die benannten Zielvorgaben zu erreichen, bedarf es eines einheitlichen Handelns der Stadt Nauen. Die nachfolgend benannten Grundsätze sind zukünftig als Orientierung für stadtpolitische Entscheidungen aller Art sowie bei der Beurteilung konkreter Ansiedlungsvorhaben zu verfolgen.

■ Grundsatz 1: Der zentrenrelevante Einzelhandel soll grundsätzlich im zentralen Versorgungsbereich Altstadt konzentriert werden.

Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment sind grundsätzlich nur im zentralen Versorgungsbereich Altstadt anzusiedeln.

■ Grundsatz 2: Betriebe der Nahversorgung können auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs zugelassen werden.

Betriebe für die Nahversorgung der Bevölkerung mit Nahrungs- und Genussmitteln sowie Drogeriewaren müssen auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs an geeigneten Standorten bestehen und zugelassen werden können. Dafür bieten sich insbesondere die identifizierten ergänzenden Versorgungsstandorte an.

Betriebsformen, die der Nahversorgung eines Gebiets dienen, sind:

- Kioske, Trinkhallen, Bäckereien und Backshops mit einer Verkaufsfläche von maximal 100 m² (diese können regelmäßig zugelassen werden),
- die sog. „Nachbarschaftsläden“; das sind wohngebietsverträgliche kleine Nahversorgungsläden, überwiegend reine Lebensmitteleinzelhändler, mit einer ortstypischen Verkaufsfläche bis zu maximal 500 m² (diese sollten nur ausnahmsweise zugelassen werden können).

Auch Supermärkte mit Verkaufsflächen, die unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit von 800 m² liegen, können vornehmlich der Nahversorgung in ihrem unmittelbaren Umfeld dienen.

Fachmärkte, die nur bestimmte Waren in Mengen und mit großer Auswahl anbieten (z. B. Getränkemärkte, reine Drogeriemärkte) sowie Läden, die Waren des mittel- oder gar langfristigen Bedarfs vertreiben, dienen grundsätzlich nicht

mehr der Nahversorgung eines Gebiets. Besonders unerwünscht ist die räumliche Konzentration solcher Betriebe (Einzelhandelsagglomerationen) an ungeeigneten Standorten.

- Grundsatz 3: Der großflächige Einzelhandel muss durch Planung an verträgliche Standorte gelenkt werden.

Die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe (über 800 m² Verkaufsfläche bzw. 1.200 m² Geschossfläche) soll nur kraft Bauleitplanung möglich sein. Sie bedarf des schlüssigen Nachweises ihrer städtebaulichen Verträglichkeit. Es dürfen insbesondere keine schädlichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Nauen und der Nachbargemeinden zu erwarten sein. Der schlüssige Nachweis über die Verträglichkeit ist vom Vorhabensträger zu erbringen.

- Grundsatz 4: Zentrenrelevante Randsortimente sind zulässig.

Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment dürfen in allen Gebieten bis zu 10 % der Verkaufsfläche mit zentrenrelevanten Randsortimenten führen.

- Grundsatz 5: Einzelhandel in Verbindung mit Gewerbebetrieben kann zulässig sein.

Verkaufsstätten von Handwerksbetrieben und von produzierenden oder weiterverarbeitenden Gewerbebetrieben können am Standort des Betriebs ausnahmsweise zulässig sein, wenn

- sie in einem unmittelbaren räumlichen und funktionalen Zusammenhang mit dem Handwerks- oder anderen Gewerbebetrieb stehen und
- die Verkaufsfläche nur einen untergeordneten Teil der Betriebsfläche einnimmt.

Die Ausnahmeregelung über die Zulässigkeit von Verkaufsstätten in Verbindung mit Handwerks- oder Gewerbebetrieben erstreckt sich sowohl auf zentrenrelevante als auch nicht zentrenrelevante Sortimente.

Die Ausnahmeregelung erfasst zudem auch Tankstellenshops im Zusammenhang mit Tankstellen, welche regelmäßig zentrenrelevante Warensortimente anbieten. Dabei ist zu beachten, dass die Verkaufsfläche des Tankstellenshops in einem unmittelbaren räumlichen und funktionalen Zusammenhang mit dem Betrieb stehen muss und auch den ortsüblichen Umfang von 150 m² Verkaufsfläche nicht überschreiten darf.

- Grundsatz 6: Leerstand soll verhindert werden.

Im Interesse der Verhinderung von Leerstand und zur Vermeidung städtebaulicher Missstände, kann die Nachnutzung leer stehender Einzelhandelsflächen unter 800 m² VKF auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs und der identifizierten ergänzenden Einzelhandelsstandorte wünschenswert sein. Die Nachnutzung mit zentrenrelevanten Sortimenten ist aber nur dann ausnahmsweise zulässig, wenn schädliche Auswirkungen auf die Stadtstrukturen nachweislich ausgeschlossen werden können.

4.2 Standortkonzept

Das Hauptanliegen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts ist es, die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs nachhaltig zu steuern. Dazu ist es nicht nur notwendig, Ziele und Grundsätze für die künftige Entwicklung des Einzelhandels zu benennen, sondern auch eine räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs vorzunehmen und die ergänzenden Versorgungsbereiche zu identifizieren. Bei der Steuerung der Einzelhandelsstandorte unterscheidet dieses Standortkonzept zwischen zwei Grundtypen:

- dem zentralen Versorgungsbereich (u. a. i. S. d. § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB) und
- den ergänzenden Einzelhandelsstandorten.

Der zentrale Versorgungsbereich soll geschützt und entwickelt werden, indem grundsätzlich alle Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment dorthin gelenkt werden. Die ergänzenden Einzelhandelsstandorte sind – im Gegensatz zu dem zentralen Versorgungsbereich – nicht als schützenswerte Bereiche im planungsrechtlichen Sinne einzustufen. Diese Standorte genießen nicht den besonderen Schutz der gesetzlichen Regelungen des Baugesetzbuches. Die Mehrheit der ergänzenden Einzelhandelsstandorte ist aber – aufgrund ihrer gegebenen Lage und ihrer tatsächlich vorhandenen Bedeutung für die gestädtebauliche Einzelhandelsstruktur – für die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben geeignet und daher bei der baurechtlichen Genehmigung von Einzelhandelsvorhaben als ein bedeutendes Kriterium der Ermessensausübung heranzuziehen.

4.2.1 Der zentrale Versorgungsbereich

Unter dem Begriff des „zentralen Versorgungsbereichs“ sind räumlich abgrenzbare Gebiete einer Gemeinde zu subsumieren, welche aufgrund bestehender Einzelhandelsnutzungen eine zentrale Versorgungsfunktion übernehmen.⁷⁷ In der Regel ergänzen diverse Dienstleistungen und gastronomische Einrichtungen das Einzelhandelsangebot. Der Einzelhandel ist nicht das einzige Kennzeichen eines zentralen Versorgungsbereichs. Ein städtebaulich wertvolles Zentrum verfügt regelmäßig über weitere Qualitäten:

- Es stellt regelmäßig einen **Siedlungsschwerpunkt** dar, welcher nur selten in einer Randlage anzutreffen ist.
- Es entspricht möglicherweise dem **historischen Ortskern** bzw. stellt einen historisch gewachsenen Bereich dar, welcher oft auch einen hohen gestalterischen bzw. kunsthistorischen Wert besitzt.
- Oder es handelt sich um Siedlungsbereich mit einer besonderen **städtebaulichen Prägung**, welcher z. T. bewusst geplant oder schrittweise entstanden ist. Konstituierende Elemente sind z. B. Straßenkreuzungen, markante Gebäude und Plätze.

⁷⁷ OVG NRW, Urteil vom 11.12.2006 – 7 A 964/05. Langtext. In: Juris-Dokumentation.

- Die Funktionsfähigkeit des Zentrums wird durch eine gute **Erreichbarkeit** wesentlich unterstützt. Straßen, Wege, Verkehrslinien, Haltestellen und Parkmöglichkeiten üben einen starken Einfluss auf seine Entwicklung aus und können zur Verlagerung bzw. zur Entstehung neuer Zentren führen.
- Ein Zentrum zeichnet sich durch eine **Vielfalt** aus; aufeinander abgestimmte Nutzungen und Einrichtungen begünstigen sich gegenseitig und repräsentieren ein höheres Angebotsniveau als einzelne Einrichtungen.

Grundsätzlich gilt, dass es innerhalb einer Gemeinde mehrere zentrale Versorgungsbereiche unterschiedlicher Stufen geben kann.⁷⁸ Zentrale Versorgungsbereiche können sein:

- Innenstadtzentren – insbesondere in Städten mit größerem Einzugsbereich,
- Nebenzentren in Stadtteilen sowie
- Grund- und Nahversorgungszentren in Stadt- und Ortsteilen und in nicht-städtischen Gemeinden.⁷⁹

In der Stadt Nauen ist in der Kernstadt nur ein zentraler Versorgungsbereich vorhanden. Innerhalb der Ortsteile der Stadt Nauen sind keine zentralen Versorgungsbereiche zu verzeichnen. Vor diesem Hintergrund war es nicht erforderlich, die Ortsteile in die Sperrwirkungen des Bebauungsplans einzubeziehen, da die in den Ortsteilen zulässigen Einzelhandelsbetriebe keine schädlichen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich in der Kernstadt haben können.

⁷⁸ Gatawis, Siegbert (2006): Neuregelung des § 34 III Baugesetzbuch (BauGB). In: *Neue Zeitschrift für Verwaltungsrecht (NVwZ)*. Jg. 25 (2006), S. 272 (274).

⁷⁹ BT-Drucksache 16/2496, S. 11.

4.2.2 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs der Stadt Nauen

Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs im Nauener Stadtgebiet richtet sich unter Berücksichtigung der allgemeingültigen Kriterien nach den ortsspezifischen Gegebenheiten. Dabei muss der Umfang des zentralen Versorgungsbereichs in einem ausgewogenen Verhältnis zur Stadtgröße stehen.⁸⁰

Maßgeblichen Einfluss auf die Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs nehmen das vorhandene Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot sowie die städtebauliche Gestalt des Bereichs. Ein weiterer wesentlicher Anhaltspunkt zur Bestimmung des Standortes sind städtebauliche sowie stadtentwicklungsrelevante Zielvorstellungen, die mit dem Bereich verbunden sind.

Zur nachfolgenden räumlichen Abgrenzung ist anzumerken, dass Flächen sonstiger Nutzungen (Bsp. Gemeinbedarf, Wohnen) in den zentralen Versorgungsbereich mit aufgenommen wurden, sofern die entsprechenden Grundstücke unmittelbar angrenzen und von Einzelhandelsnutzungen im weiteren Verlauf umgeben sind.

Im Übrigen entspricht die räumliche Abgrenzung den vorhandenen Gegebenheiten. Die räumliche Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereichs spiegelt die mittelzentralen Funktionen der Stadt Nauen wider.

Der zentrale Versorgungsbereich der Stadt Nauen erstreckt sich fast über das gesamte Gebiet der Altstadt und schließt in seiner südlichen Ausdehnung die Ansiedlungen in der nördlichen Berliner Straße, den Bereich des Lindenplatzes/Gartenstraße sowie Teilflächen an der Feldstraße bis zur Berliner Straße mit ein. In seiner nördlichen Ausdehnung erstreckt sich der zentrale Versorgungsbereich „Altstadt Nauen“ bis in die Dammstraße und umfasst auch das Einkaufszentrum „Nauener Karree“.

Das Versorgungszentrum „Altstadt Nauen“ soll auch langfristig das gesamte Stadtgebiet und das weitere Umland mit Waren des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs versorgen. Es umfasst nicht nur Angebote der Grund- und Nahversorgung, sondern auch die des weiteren periodischen sowie des aperiodischen Bedarfs.

⁸⁰ So führt Gatawis (2006) aus, dass sich die allgemeingültigen Aussagen zur Abgrenzung nicht immer unverändert anwenden lassen. Es bedarf der wertenden Einzelfallbetrachtung, wobei die Gemeindegröße Einfluss auf die Größe der zentralen Versorgungsbereiche nimmt. Vgl. Gatawis, Siegbert (2006): a. a. O. (FN 78), S. 272 (274).

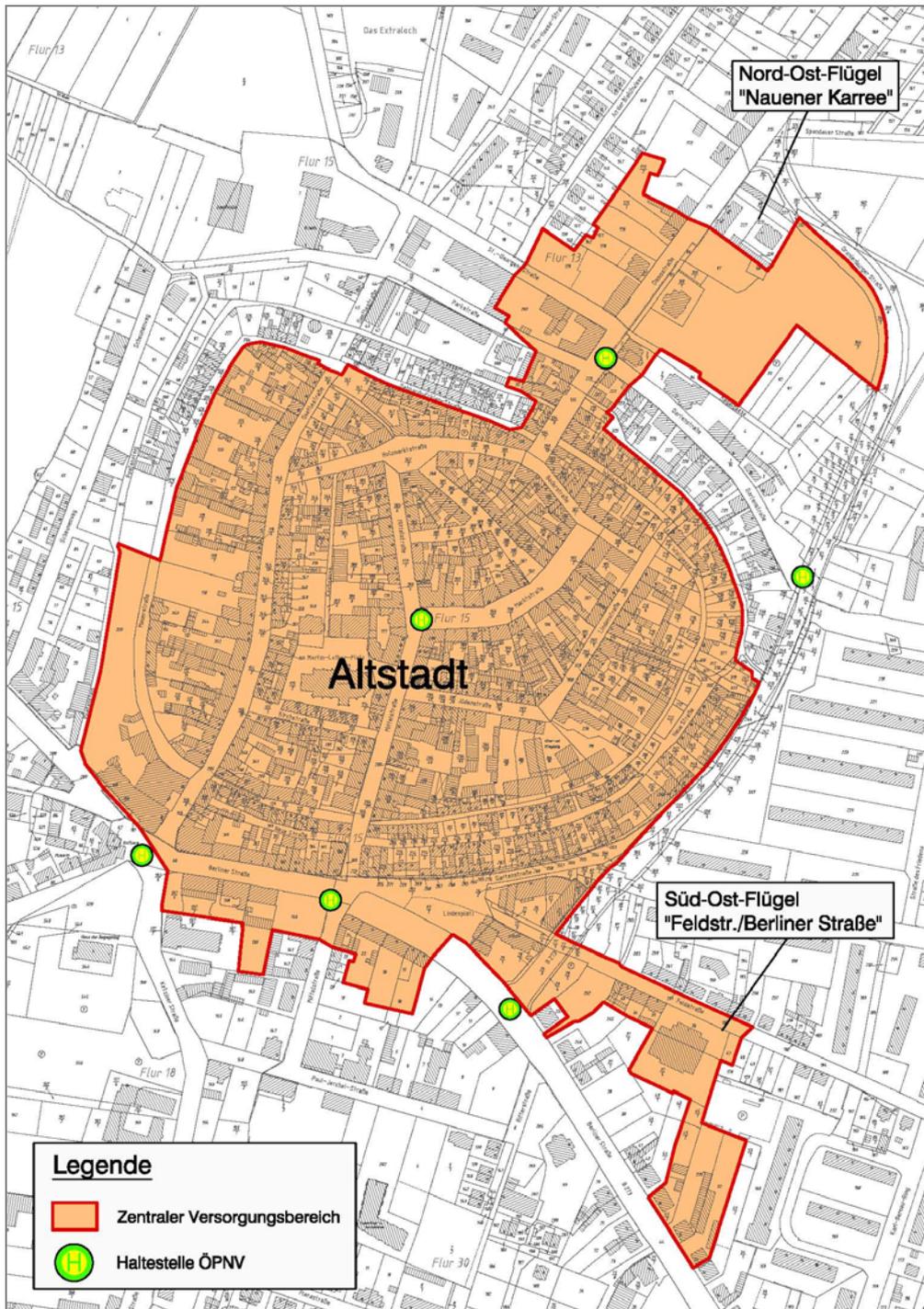


Abb. 13: Zentraler Versorgungsbereich „Altstadt Nauen“

Quelle: Eigene Darstellung. Kartengrundlage: Kataster- und Vermessungsamt LK Havelland. Liegenschaftskarte. Auszug aus dem Liegenschaftskataster vom 31.05.2007.

Die Ladenzone „Altstadt Nauen“

Das Zentrum der Stadt Nauen konzentriert sich hauptsächlich auf den Bereich der Altstadt. Das Gebiet wird begrenzt durch die Park- und Gartenstraße, die Berliner und die Hamburger Straße sowie durch den Scheunenweg. Die vorliegende Abgrenzung entspricht damit im Wesentlichen dem Geltungsbereich des Sanierungsgebiets Altstadt Nauen. Lediglich die Kleingartenanlage nordöstlich der Gartenstraße ist nutzungsbedingt nicht in den Geschäftsbereich eingeschlossen. Die historische Bausubstanz ist weitgehend erhalten und prägt das Erscheinungsbild.

Der Schwerpunkt des Geschäftsbereichs liegt in der Mittel- und in der Marktstraße. Hier befindet sich der Großteil der inhabergeführten Fachgeschäfte mit einer diversifizierten Sortimentspalette. Zahlreiche Dienstleistungs- und Gewerbenutzungen ergänzen das Einzelhandelsangebot.



Abb. 14: Marktstraße
Quelle: Eigene Aufnahme

Die beiden größten Anbieter der Altstadt sind ein Lebensmittelmarkt sowie das „Kaufhaus Trend“. Die Ansiedlung des Lebensmitteleinzelhandels unmittelbar im Stadtzentrum ist besonders positiv zu bewerten.

Das SB-Warenhaus „Kaufhaus Trend“, ehemals flächenmäßig größter Anbieter der Altstadt, wurde im Zuge eines Betreiberwechsels auf etwa die Hälfte seiner Verkaufsflächen verkleinert und die Angebotsqualität insbesondere auf

Sonderangebote reduziert. Die Sortimentsumstellung führte zu einem Verlust der Angebotsvielfalt und -qualität im Altstadtbereich.



Abb. 15: Mittelstraße
Quelle: Eigene Aufnahme

An zwei Wochentagen findet in der Marktstraße und im nördlichen Abschnitt der Mittelstraße ein Wochenmarkt statt. Das Angebot umfasst sowohl Lebensmittel als auch Waren aller Art (u. a. Kleidung, Textilien, Haushaltswaren). Das Marktgeschehen ist fest in die Versorgungsstrukturen eingebunden und ist Bestandteil der Nahversorgung.

Über das Angebot in der Markt- und Mittelstraße hinaus finden sich punktuell in verschiedenen Altstadtstraßen Einzelhandels-

geschäfte.

Anhand der folgenden Auflistung wird deutlich, wie breit gefächert das Angebot mit überwiegend zentrenrelevanten Warensortimenten in der Altstadt ist.

Tab. 12: Anzahl Einzelhandelsbetriebe „Altstadt Nauen“ nach Warensortiment

Warensortiment	Anzahl der Betriebe „Altstadt Nauen“
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	4
Waren verschiedener Art	3
Back- und Süßwaren	3
Apotheke	1
Medizinische und orthopädische Artikel	2
Parfümeriewaren und Körperpflegemittel	3
Textilien	2
Bekleidung	3
Schuhe und Lederwaren	2
Wohnmöbel, Einrichtungsgegenstände, Hausrat	2
Elektrische Haushaltsgeräte, Geräte der Unterhaltungselektronik, Musikinstrumente	2
Bau- und Heimwerkerbedarf	1
Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel	2
Bücher, Zeitschriften, Zeitungen	2
Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck	2
Blumen, Pflanzen, Saatgut	2
Augenoptiker	2
Computer, Computerteile, periphere Einheiten und Software	3
Telekommunikationsendgeräte und Mobiltelefone	1
Sport- und Campingartikel	1
Antiquitäten und Gebrauchtwaren	2
Gesamt	45

Quelle: Eigene Darstellung. Betriebsangaben laut Auszug aus dem Gewereregister Stadt Nauen. Stadt Nauen (2007b). Abgleich der Betriebsangaben durch eigene Bestandsaufnahme am 05.11.2008.

Insgesamt befinden sich nach Erhebungen des Sanierungsträgers in der Altstadt ca. 230 Gewerbeeinheiten, von denen Anfang des Jahres 2007 52 Immobilien (also ca. 22 %) leer standen. Eine Aufschlüsselung, wie viele der Gewerbeeinheiten zu Handelszwecken genutzt werden, existiert nicht. Im Rahmen einer gutachterlichen Stellungnahme wurde die Verkaufsfläche in der historischen Innenstadt 1995 auf ca. 4.000 m² geschätzt.⁸¹ Im Zuge einer aktuellen Bestands-

⁸¹ Gesellschaft für Handels- Standort- und Immobilienberatung mbH (gesa) (1995): Gutachterliche Stellungnahme zum Projekt Einkaufszentrum Hamburger Straße in 14641 Nauen. Hamburg, S. 42.

erhebung konnte diese Schätzung bestätigt werden; für die Altstadt Nauen wurde ein Verkaufsflächenbesatz von rund 4.300 m² ermittelt.⁸²

Es ist festzustellen, dass der Verkaufsflächenbesatz der Altstadt seit der letzten Dekade nahezu konstant ist. Im Gegensatz zu den übrigen Standorten kam es zu keinem Verkaufsflächenzuwachs. Die stadträumliche Schieflage, hinsichtlich der ungleichen Verteilung der Verkaufsflächen im Stadtgebiet, scheint sich in der Vergangenheit verfestigt zu haben. Insgesamt ist daher festzustellen, dass die Altstadt weiterhin und vermutlich auch langfristig den flächenmäßig dominanten Standortkonzentrationen am östlichen und westlichen Stadtrand unterlegen sein wird.

Als positiv zu bewerten sind die sichtbaren Erfolge der Sanierungsmaßnahmen, die zu einer Aufwertung des Erscheinungsbildes und der Aufenthaltsqualität nicht nur im Bereich der Mittel- und Marktstraße beigetragen haben. Weiterhin unterstützend sind die Ansiedlungen von kulturellen Einrichtungen sowie der öffentlichen und privaten Dienstleistungen, die die Besucherfrequenz im Gebiet positiv beeinflussen.

In der Zusammenfassung kann festgestellt werden, dass die Altstadt zwar eine hohe Angebotsvielfalt aufweist, aber ihre zentrale Versorgungsfunktion über das Stadtgebiet hinaus nur begrenzt ausschöpft. Sie ist insbesondere durch das erhebliche Flächenungleichgewicht mit den weiteren Wettbewerbsstandorten geschwächt. Die Händlerstruktur ist in manchen Lagen sehr instabil, worauf die zahlreichen Geschäfts- und Betreiberwechsel schließen lassen. Verschiedene Fachgeschäfte sind hingegen gut etabliert. Einzelne stehen aber langfristig vor der Herausforderung eines altersbedingten Inhaberwechsels.

Um die Zentrumsfunktion der Altstadt zukünftig zu sichern, sind vorausschauende Steuerungsaktivitäten sowie die Fortführung weiterer Förderungsmaßnahmen durch die Stadtverwaltung zwingend notwendig. Der Leerstand sollte vermindert werden.

Die bestehenden kleinteiligen Strukturen der überwiegend inhabergeführten Fachgeschäfte in der Altstadt sind zu sichern und zu entwickeln. Ebenso sind ergänzende Dienstleistungen, Büro- und Gewerbenutzungen im Interesse einer ausgeglichen Nutzungsstruktur mit hoher Passantenfrequenz zu erhalten und auszubauen. Die stadträumliche Verbindung zwischen dem Konzentrationsbereich in der Altstadt und dem Einkaufszentrum „Nauener Karree“ gilt es im Interesse von Synergieeffekten zu verbessern.

Das Innenstadtzentrum bietet eine Vielzahl von Potenzialflächen zur Ansiedlung insbesondere kleinflächiger Angebote. Die Ergänzung der Einzelhandelsangebote durch großflächige Nutzungen sollte sich auf die Ansiedlungen im „Nauener Karree“ sowie die bereits im Rahmenplan zur Sanierungssatzung vorgeschlagene Errichtung einer Passage rückwärtig der Mittel- und Judenstraße beschränken.

⁸² Consilium. Gesellschaft für Planungs- und Entwicklungsmanagement mbH (2008): Standortgutachten Verbrauchermarkt-Ansiedlung Ketziner Straße in Nauen. Stand: 28. August 2008, S. 33ff.

Das Einkaufszentrum „Nauener Karree“



Abb. 16: „Nauener Karree“

Quelle: Eigene Aufnahme

Das Einkaufszentrum „Nauener Karree“ (Dammstraße 7a/Oranienburger Straße) liegt nördlich zwischen der Altstadt und dem Bahnhof. Das Ensemble ist sowohl fußläufig als auch verkehrstechnisch gut erreichbar. Die Ansiedlung besteht aus einem dominanten, mehrgeschossigen Baukörper sowie aus ein- bzw. zweigeschossigen Gebäuden. Die Gebäude sind durch Überdachungen miteinander verbunden, wodurch Teile des Ensembles den

Eindruck einer zusammenhängenden Passage erwecken. In Richtung der Dammstraße fügt sich die Bebauungsstruktur gut in die umgebende Siedlungsstruktur ein.

Die Angebotsstruktur ist in der Mehrheit von Filialgeschäften großer Handelsketten bestimmt. Das Warenangebot umfasst neben Lebensmitteln insbesondere Bekleidung und Textilien; die zentrenrelevanten Warensortimente dominieren das Angebot. Die Übersicht vermittelt die gesamte Angebotspalette.

Tab. 13: Anzahl Einzelhandelsbetriebe EKZ „Nauener Karree“ nach Warensortiment

Warensortiment	Anzahl der Betriebe „Nauener Karree“
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	1
Waren verschiedener Art	3
Back- und Süßwaren	1
Apotheke	1
Bekleidung	2
Schuhe und Lederwaren	1
Wohnmöbel, Einrichtungsgegenstände, Hausrat	1
Blumen, Pflanzen, Saatgut	1
Gesamt	11

Quelle: Eigene Darstellung. Betriebsangaben laut Auszug aus dem Gewerberegister Stadt Nauen. Stadt Nauen (2007b). Abgleich der Betriebsangaben durch eigene Bestandsaufnahme am 05.11.2008.

In Ergänzung des Einzelhandels stehen private Dienstleistungen, medizinische und gastronomische Angebote sowie Büronutzungen.

Auch in diesem Ensemble ist die Händlerstruktur nur begrenzt stabil. Seit der Eröffnung, Mitte der 1990er Jahre, gab es bereits mehrere Umstrukturierungsprozesse und Nutzerwechsel der Handelsflächen. Die Ansiedlung eines Vollsortimenters⁸³, der in Ergänzung zum Diskontgeschäft Lebensmittel anbot,

⁸³ Soweit im Konzept der Begriff „Vollsortimenter“ verwendet wird, sind damit ausschließlich Lebensmittelgeschäfte gemeint. Ein Vollsortiment kennzeichnet den Umfang größerer Einzel-

wurde nicht langfristig betrieben. Der Vollsortimenter konnte sich als Konkurrenz zu einem gleichwertigen Betrieb im EKZ „Luchcenter“ nicht behaupten.

Das EKZ „Nauener Karree“ ist aufgrund seiner unmittelbaren Altstadtnähe als Gegenpol, zu den an den Siedlungsrändern gelegenen Standortkonzentrationen, zu werten. Das Angebot steht in Ergänzung zur Altstadt und steigert damit die Attraktivität des Innenstadtbereichs. Als nachteilig zu bewerten ist jedoch die räumliche Verbindung zwischen der Anlage und der Altstadt. Gegenwärtig gelangt der Kunde nicht unmittelbar von den Geschäftsstraßen der Altstadt aus in das Einkaufszentrum. Der dazwischen gelegene Bereich stellt bisher keine gelungene Funktionsverbindung dar, da ein durchgängiger Geschäftsbesatz fehlt. Darüber hinaus ist festzustellen, dass sich das Ensemble wesentlich unscheinbarer zur Dammstraße, der Verbindungsstraße in die Altstadt, hin präsentiert. Der große Einfahrtsbereich ist an der Oranienburger Straße gelegen.

Das ca. 1 ha große Gebiet wurde auf der Grundlage eines vorhabenbezogenen Bebauungsplans überbaut. Die Fläche ist als Kerngebiet (MK) festgesetzt.⁸⁴

Das Einkaufszentrum „Nauener Karree“ übernimmt als „Nord-Ost-Flügel“ des zentralen Versorgungsbereichs in Ergänzung des engeren Altstadtbereichs weitreichende Versorgungsfunktionen. Neben klein- und großflächigen Einzelhandelsnutzungen, die ein vielfältiges Warenangebot führen, sichern Dienstleistungen und andere Gewerbenutzungen die zentrale Funktion dieses ergänzenden Teilbereichs des Innenstadtzentrums.

Der Bereich Feldstraße/Berliner Straße 38/42

Die Einzelhandelsgeschäfte im Bereich „Feldstraße/Berliner Straße“ gehören als „Süd-Ost-Flügel“ ebenfalls noch zum zentralen Versorgungsbereich „Altstadt Nauen“. Gegenwärtig ist dieser Bereich durch eine Hauptverkehrsachse als städtebaulich-funktionale Zäsur räumlich vom Innenstadtzentrum getrennt. Dies sollte geändert werden, in dem der Übergangsbereich städtebaulich aufgewertet und eine Nutzungsverdichtung angestrebt wird. Hierzu bietet sich insbesondere die bislang nur als Parkplatz genutzte Fläche an der Gartenstraße/Feldstraße an. Von der bereits begonnenen baulichen Umgestaltung des Kreuzungsbereichs Berliner Straße/Lindenplatz können erste positive Effekte für eine Verbesserung der städtebaulichen Verbindung ausgehen.⁸⁵

handelsgeschäfte, die ihr Warenangebot in ausreichender Auswahl entweder aus nahezu allen Branchensortimenten zusammensetzen oder ein umfassendes Angebot einer Branchengruppe anbieten. Definition laut BBE Unternehmensberatung: handelswissen.de. URL: http://www.bbe-handelswissen.de/data/handelslexikon/lex_buchstabe.php?lex=c [Stand 06.11.2008].

⁸⁴ Begründung zum Bebauungsplan VE NAU 0002 „EKZ Dammstraße“, Stadt Nauen, bekannt gemacht am 26.08.1992.

⁸⁵ Die angesprochene bauliche Umgestaltung des Verkehrsraums ist Bestandteil des Ausbaus der Ortsdurchfahrt Nauen B 273 im Abschnitt Graf-Acor-Straße/Dammstraße/Oranienburger Straße.



Abb. 17: Lebensmittelmarkt in der Feldstraße

Quelle: Eigene Aufnahme

An der Feldstraße sind Einzelhandelsbetriebe der Nahversorgung etabliert. Der Verbrauchermarkt und die Bäckerei bieten Lebensmittel für die anliegende Bevölkerung. In Ergänzung stehen ein Blumenhandel, ein Einzelhandelsfachgeschäft und ein einfaches gastronomisches

Angebot. In einem engen räumlichen Zusammenhang mit dem Standort Feldstraße steht

der Einzelstandort Berliner Straße 38-42. Seit 2006 befindet sich hier ein Lebensmittel-Discounter, welcher zuvor am Waldemardamm ansässig war. Aufgrund seiner Lage an der Berliner Straße dient der Discounter nicht nur der Versorgung der unmittelbar umliegenden Bevölkerung. Verschiedene Gewerbebetriebe, die an der Berliner Straße liegen, ergänzen die Versorgungsfunktion des Bereichs.

Insgesamt können beide Standorte eindeutig als sich ergänzende Ansiedlungen der Nahversorgung klassifiziert werden.

Tab. 14: Anzahl Einzelhandelsbetriebe Feldstraße/Berliner Straße nach Warensortiment

Warensortiment	Anzahl der Betriebe Feldstraße/Berliner Str.
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	2
Back- und Süßwaren	1
Elektrische Haushaltsgeräte, Geräte der Unterhaltungselektronik, Musikinstrumente	1
Blumen, Pflanzen, Saatgut	1
Gesamt	5

Quelle: Eigene Darstellung. Betriebsangaben laut Auszug aus dem Gewerberegister Stadt Nauen. Stadt Nauen (2007b). Abgleich der Betriebsangaben durch eigene Bestandsaufnahme am 05.11.2008.

Den Schwerpunkt des „Süd-Ost-Flügels“ des zentralen Versorgungsbereichs bilden die Einzelhandelsangebote an der Feldstraße, welche durch Gastronomie- und Dienstleistungsangebote ergänzt werden. Der Standort ist in die umgebende Wohnnutzung integriert. Als Ergänzung des Vollsortimenters in der Feldstraße ist der rückwärtig angrenzende, an der Berliner Straße gelegene Discountmarkt zu werten. Aufgrund seiner direkten Lage an der Berliner Straße, welche eine der wichtigsten Ein- und Ausfahrtstraßen der Stadt Nauen darstellt, dient der Bereich nicht nur der Grund- und Nahversorgung der Nauener Bevölkerung.

Obwohl die räumliche Verbindung zwischen den beiden Ankerbetrieben im Süd-Ost-Flügel städtebaulich bislang nur als unzureichend zu werten ist, ist diese von einem hohen Alltagswert für die Wohnbevölkerung. Anliegen sollte es daher sein, zu derer städtebaulicher Aufwertung beizutragen, um die Funktion dieses unmittelbar in das Stadtgebiet gut integrierten Versorgungsbereichs auch langfristig zu unterstützen.

4.2.3 Identifikation der ergänzenden Einzelhandelsstandorte

Über den benannten zentralen Versorgungsbereich hinaus verteilen sich über das Stadtgebiet weitere Einzelhandelsstandorte mit unterschiedlichen Versorgungsfunktionen und Angebotsschwerpunkten. Diese im Folgenden als sog. ergänzende Einzelhandelsstandorte bezeichneten Ansiedlungen sind insbesondere für die Nahversorgung von Bedeutung. Ihre Identifikation verdeutlicht, an welchen Standorten Einzelhandelsbetriebe zur Nahversorgung der Bevölkerung sinnvoll sind. Ob ihre Weiterentwicklung über den Bestand hinaus zu empfehlen ist, muss im Einzelfall entschieden werden. Das Konzept gibt dazu Empfehlungen ab.

Als ergänzende Versorgungsstandorte kommen zwei Kategorien von Standorten in Frage:

- Zum ersten Standorte mit bestehenden nicht großflächigen Einzelhandelsbetrieben, die sich bewährt haben und in bisherigem Umfang keine schädlichen Wirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich ausüben.
- Zum zweiten stadtplanerisch akzeptierte großflächige Einzelhandelsbetriebe bis hin zum Einkaufszentrum außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs.

Auch bei erheblichem Umfang der Verkaufsflächen mit konkurrierenden und sich gegenseitig ergänzenden Angeboten können Einkaufszentren in der Regel nicht für sich genommen als „Zentraler Versorgungsbereich“ i. S. des BauGB eingestuft werden, da ihnen die zusätzlichen städtebaulichen Qualitäten fehlen. Sie können nur Bestandteil eines anderweitigen zentralen Versorgungsbereichs (z. B. in der Innenstadt einer Großstadt) sein.

4.2.3.1 Standorte mit bestehenden nicht großflächigen Betrieben

a) **Ergänzender Einzelhandelsstandort „Dammstraße“**

Als bewährter und in gegebenem Umfang unschädlicher Standort zur Sicherung der Grund- und Nahversorgung ist der **Ansiedlungsschwerpunkt an der nördlichen Dammstraße** zu charakterisieren. Die hier ansässigen Betriebe sind insbesondere für die Versorgung der Wohnbevölkerung südlich und nördlich der Bahntrasse von Bedeutung.

Die Dammstraße stellt die direkte Verbindung zwischen Bahnhof und Altstadt dar. Im Straßenverlauf sind verschiedene Einzelhandelsbetriebe ansässig.



Abb. 18: Dammstraße
Quelle: Eigene Aufnahme

Unmittelbar in Bahnhofsnähe sind ein Getränkemarkt sowie ein Kfz-Handel mit weiterführendem Serviceangebot angesiedelt. Im weiteren Straßenverlauf folgen einzelne inhabergeführte Fachgeschäfte.

Im Mündungsbereich mit der Hertfelder Straße ist ein Lebensmittel-Discounter mit angeordneten Einzelhändlern ansässig. Der Lebensmittelanbieter sowie die unmittelbar

benachbarten Einzelhandelsgeschäfte fungieren insbesondere für das nördliche Stadtgebiet als Standort der Nahversorgung.

Der bestehende Lebensmittel-Discounter und der Getränkemarkt erwägen eine Neuerrichtung ihrer Betriebsflächen. Der Getränkemarkt beabsichtigt an seinem bisherigen Standort einen Neubau zu errichten; der Lebensmittel-Discounter erwägt ein größeres Betriebsgebäude in funktionaler Verbindung mit dem Getränkemarkt zu errichten und damit seinen derzeitigen Standort aufzugeben.⁸⁶

Die Dammstraße Nr. 8 bis 9 grenzt an das „Nauener Karree“. Die hier ansässigen Geschäfte sind dem Funktions- und Versorgungsbereich des Einkaufszentrums zuzuordnen.

Die übrigen Einzelhandelsgeschäfte sind im Wesentlichen als eingestreute Standorte im weiteren Straßenverlauf zu charakterisieren. Mit Ausnahme des Kfz-Handels umfasst das Warenangebot in der Dammstraße ausschließlich zentrenrelevante Sortimente.

Tab. 15: Anzahl Einzelhandelsbetriebe Dammstraße

Warensortiment	Anzahl der Betriebe Dammstraße
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	4
Back- und Süßwaren	1
Parfümeriewaren und Körperpflegemittel	1
Bekleidung	1
Bau- und Heimwerkerbedarf	1
Bücher, Zeitschriften, Zeitungen	1
Zoologischer Bedarf und lebende Tiere	1
Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör	2
Augenoptiker	1
Computer, Computerteile, periphere Einheiten und Software	1
Kraftwagen	1
Kraftwagenteile und Zubehör	1
Gesamt	16

Quelle: Eigene Darstellung. Betriebsangaben laut Auszug aus dem Gewereregister Stadt Nauen. Stadt Nauen (2007b). Abgleich der Betriebsangaben durch eigene Bestandsaufnahme am 05.11.2008.

Aufgrund der relativ innenstadtnahen Lage und seiner Nahversorgungsfunktion für die im unmittelbaren Umfeld wohnende Bevölkerung sollte dieser Standort langfristig städtebaulich gesichert werden. Als mögliche Potenzialfläche für die Ansiedlung weiterer ergänzender oder konkurrierender Einzelhandelsbetriebe

⁸⁶ Stand der Planung Februar 2009. Weitere Informationen zu den Neubauvorhaben liegen nicht vor.

der Nah- und Grundversorgung bieten sich unter städtebaulichen Gesichtspunkten grundsätzlich die bislang brachliegenden bzw. untergenutzten Flächen an der Dammstraße (gegenüber dem Bahnhofsvorplatz) an. Damit können attraktive Flächen in integrierter Lage für den Einzelhandel angeboten werden; zugleich wird ein Beitrag zur Aufwertung des städtebaulichen Erscheinungsbildes im Bahnhofsumfeld geleistet.

Da die Dammstraße Bestandteil der Ortsdurchfahrt Nauen B273 ist und ein hohes Verkehrsaufkommen verzeichnet, wird für die Inanspruchnahme der ausgewiesenen Potentialflächen die **Aufstellung eines Bebauungsplans** empfohlen, um potentielle Konflikte (insbesondere Verkehr und Lärm) angemessen berücksichtigen und lösen zu können. Die Aufstellung eines B-Plan zur Inanspruchnahme der Potenzialflächen kann zudem erforderlich sein, sobald der sich gegenwärtig in Aufstellung befindliche Bebauungsplan „Einzelhandel“ der Stadt Nauen rechtsverbindlich wird: Nach dem gegenwärtigen Entwurfsstand werden die Potenzialflächen auf der Grundlage des § 9 Abs. a BauGB überplant, sodass die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit einem zentrenrelevanten Kernsortiment unzulässig wäre; die der Versorgung des Gebiets dienenden, nicht großflächige Läden wären unter Voraussetzung, dass ausschließlich nahversorgungsrelevante Sortimente (gemäß „Nauener Sortimentsliste“) angeboten werden, nur ausnahmsweise zulässig.

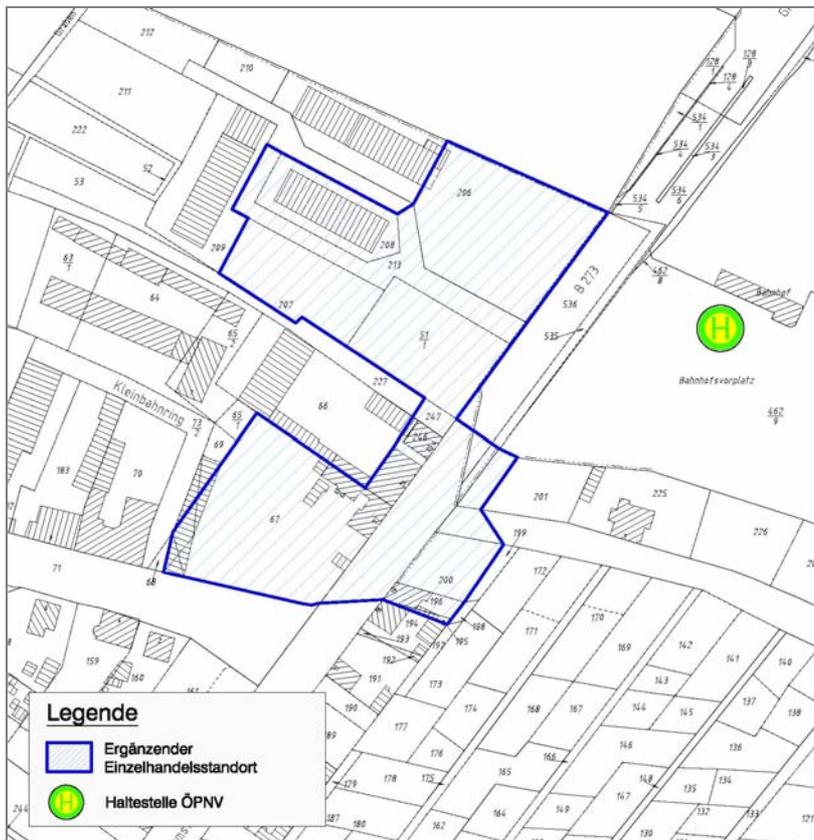


Abb. 19: Ergänzender Einzelhandelsstandort „Dammstraße“

Quelle: Eigene Darstellung. Kartengrundlage: Kataster- und Vermessungsamt LK Havelland. Liegenschaftskarte. Auszug aus dem Liegenschaftskataster vom 31.05.2007.

b) Ergänzender Einzelhandelsstandort „Berliner Straße/ Raiffeisenstraße“

Weitere bestehende Standorte mit Angeboten der Grund- und Nahversorgung sind die räumlich benachbarten **Einzelhandelsansiedlungen in der südlichen Berliner Straße und in der Raiffeisenstraße**. Beide Standorte richten sich aufgrund ihrer nur wenig integrierten Lage lediglich in untergeordnetem Umfang an die nördlich angrenzende Wohnbevölkerung. Die Betriebstandorte wenden sich vorrangig an den motorisierten Kunden und erstrecken sich mit ihrem Einzugsgebiet über die Nauener Kernstadt hinaus. Aufgrund ihrer räumlichen Randlage und der damit im Zusammenhang stehenden Versorgungsfunktion sind diese Ansiedlungen unter städtebaulichen Gesichtspunkt nicht als wertvoll für die Sicherung der Grund- und Nahversorgung vor Ort einzustufen. Eine Erweiterung der Ansiedlungen mit nahversorgungsrelevanten Angeboten ist unter Berücksichtigung der städtebaulichen Zielstellungen des Zentrenkonzepts an diesem Standort nicht zielführend.

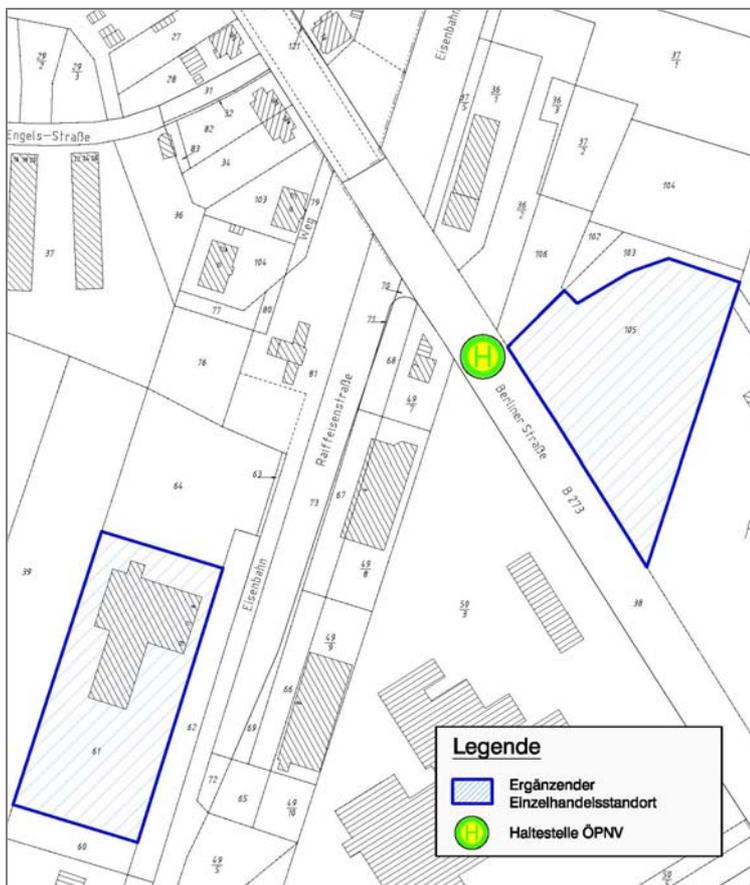


Abb. 20: Ergänzender Einzelhandelsstandort „Raiffeisenstraße/Berliner Straße“

Quelle: Eigene Darstellung. Kartengrundlage: Kataster- und Vermessungsamt LK Havelland. Liegenschaftskarte. Auszug aus dem Liegenschaftskataster vom 31.05.2007.

Der Einzelhandel in der Berliner Straße (südlicher Abschnitt)

Die Berliner Straße führt in südlicher Richtung von Nauen nach Wustermark sowie zur Anschlussstelle der BAB A 10 (Berlin-Spandau). Als Einfahrts- bzw. Ausfahrtstraße verzeichnet sie ein hohes Verkehrsaufkommen. Im Straßenver-

lauf südlich der Gartenstraße sind eingestreut verschiedene Handelsbetriebe ansässig. Die Ansiedlung des Lebensmittel-Discounters (Nr. 38-42) wurde bereits unter dem Standort Feldstraße/Berliner Straße beschrieben.

Ende des Jahres 2008 erfolgte die Eröffnung eines weiteren Lebensmittelmarktes nebst separaten Getränkemarkt und Backshop. Die Ansiedlung befindet sich in unmittelbarer Nähe des Einmündungsbereichs der Raiffeisenstraße, welche bereits über ein gleichwertiges Angebot verfügt.

Eine Konzentration von Anbietern ist um den Kreuzungsbereich mit der Robert-Bosch-Straße, der Haupterschließungsstraße des Gewerbegebiets Nauen-Ost, festzustellen. Insbesondere Waren und Dienstleistungen der Automobilbranche konzentrieren sich hier. Die Flächen östlich der Berliner Straße zählen zum Gewerbegebiet Nauen-Ost.



Abb. 21: Gewerbegebiet Nauen-Ost/Berliner Straße

Quelle: Eigene Aufnahme

Unmittelbar am Ende des Siedlungskörpers befindet sich eine Tankstelle mit ergänzendem Warenangebot und Convenience Store.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass sich das Angebot in der südlichen Berliner Straße überwiegend aus Gebrauchsgütern für den aperiodischen Bedarf zusammensetzt.

Die Versorgungsfunktion mit mehrheitlich nicht zentrenrelevanten Waren erstreckt sich über die anliegende Bevölkerung hinaus, dies gilt auch für die erst neu errichteten Nahrungs- und Genussmittelangebote.

Die Versorgungsfunktion mit mehrheitlich nicht zentrenrelevanten Waren erstreckt sich über die anliegende Bevölkerung hinaus, dies gilt auch für die erst neu errichteten Nahrungs- und Genussmittelangebote.

Tab. 16: Anzahl Betriebe südliche Berliner Straße nach Warensortiment

Warensortiment	Anzahl der Betriebe Berliner Straße (Süd)
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	2
Back- und Süßwaren	1
Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren	1
Bau- und Heimwerkerbedarf	1
Bücher, Zeitschriften, Zeitungen	1
Kraftwagen	2
Kraftwagenteile und Zubehör	1
Tankstellen	1
Gesamt	10

Quelle: Eigene Darstellung. Betriebsangaben laut Auszug aus dem Gewerberegister Stadt Nauen. Stadt Nauen (2007b). Abgleich der Betriebsangaben durch eigene Bestandsaufnahme am 05.11.2008.

Einzelhandel in der Raiffeisenstraße

Am Wettbewerbsstandort Raiffeisenstraße sind ein Lebensmittel-Discounter, ein Getränkemarkt und ein Geschenkestübchen ansässig. Im Mündungsbereich der Raiffeisenstraße zur Berliner Straße befindet sich ein Kfz-Händler.



Abb. 22: Einzelhandelskomplex Raiffeisenstraße

Quelle: Eigene Aufnahme

Die Lebensmittelanbieter in der Raiffeisenstraße sowie die unmittelbar benachbarten Mitbewerber an der Berliner Straße sind aufgrund ihrer Lage im Stadtgebiet nur begrenzt von Bedeutung für die Versorgung der nördlich angrenzenden Wohnbevölkerung. Die Lage und die Gestaltung der Betriebe sprechen deutlich den motorisierten Kunden an, der aus dem starken Ein- und Ausfahrtsverkehr des Stadtgebietes gewonnen werden kann.

Tab. 17: Anzahl Einzelhandelsbetriebe Raiffeisenstraße nach Warensortiment

Warensortiment	Anzahl der Betriebe Raiffeisenstraße
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	2
Waren verschiedener Art	1
Kraftwagen	1
Gesamt	4

Quelle: Eigene Darstellung. Betriebsangaben laut Auszug aus dem Gewereregister Stadt Nauen. Stadt Nauen (2007b). Abgleich der Betriebsangaben durch eigene Bestandsaufnahme am 05.11.2008.

c) Ergänzender Einzelhandelsstandort „Gewerbegebiet Nauen-Ost“

Der ergänzende **Einzelhandelsstandort „Gewerbegebiet Nauen-Ost“** umfasst die östlich gelegenen, gewerblichen Teilflächen des „Industrie- und Gewerbegebiets Nauen-Ost“. Am Standort sind bereits verschiedene Handelsbetriebe ansässig. Der Schwerpunkt liegt in der Automobilbranche. Die bereits im Gewerbegebiet ansässigen Betriebe mit einem nahversorgungsrelevanten Angebot, sind unter städtebaulichen Gesichtspunkten nicht von Bedeutung für die Sicherung der Grund- und Nahversorgung in der Stadt Nauen. Eine Erweiterung des Angebots mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten würde den städtebaulichen Zielvorstellungen widersprechen.

Die bislang ungenutzten Flächen im Gewerbegebiet dienen als Potenzialflächen für die Ansiedlung zusätzlicher Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment.

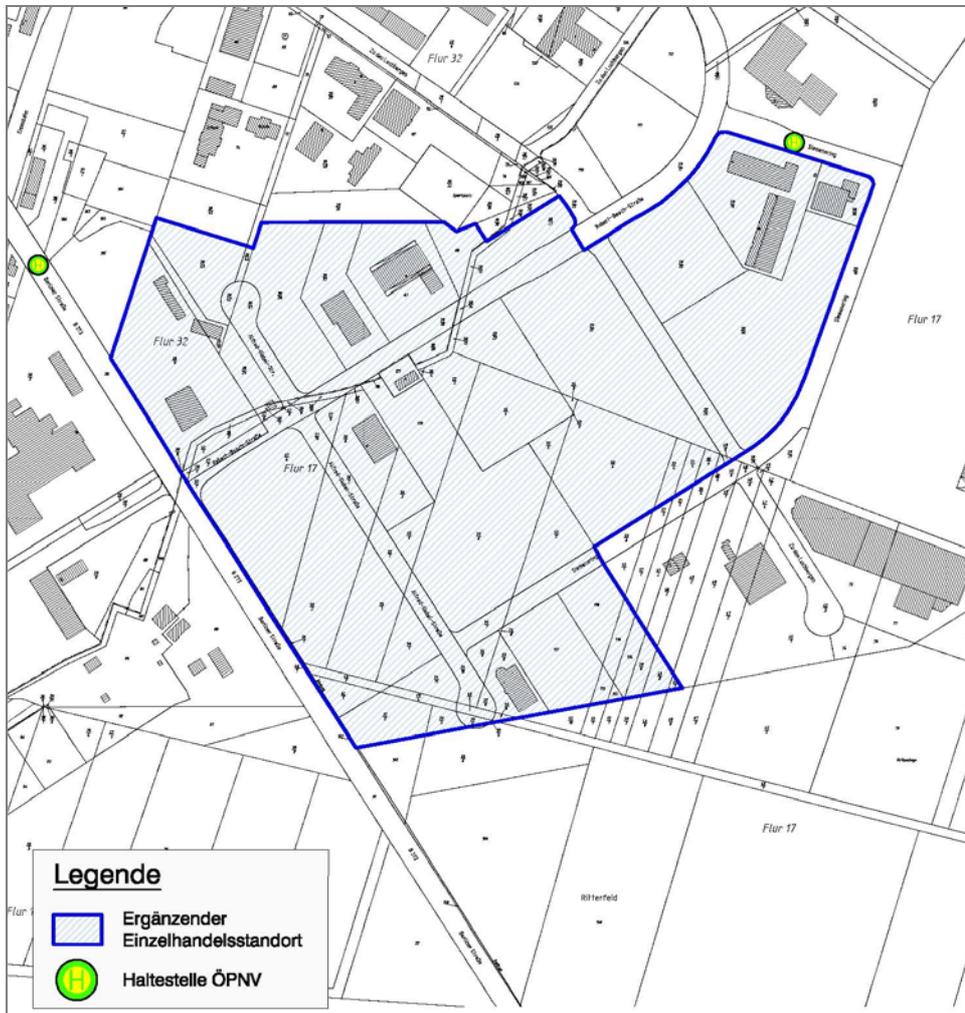


Abb. 23: Ergänzender Einzelhandelsstandort „Gewerbegebiet Nauen-Ost“

Quelle: Eigene Darstellung. Kartengrundlage: Kataster- und Vermessungsamt LK Havelland. Liegenschaftskarte. Auszug aus dem Liegenschaftskataster vom 31.05.2007.

4.2.3.2 Stadtplanerisch akzeptierte Standorte großflächiger Einzelhandelsbetriebe bzw. Einkaufszentren

a) **Ergänzender Einzelhandelsstandort „Fachmarktzentrum Luchberge“**

Das „**Fachmarktzentrum Luchberge**“ dient insbesondere der Unterbringung großflächiger Einzelhandelsbetriebe der Nutzungsarten: Baumarkt, Gartencenter und Möbelmarkt. Der Standort ist bereits vollständig ausgebildet.

Das Garten- und Möbelfachmarktzentrum „Luchberge“ liegt am östlichen Stadtrand zwischen der Robert-Bosch-Straße 22-24 und dem Bredower Weg. Das Gelände grenzt unmittelbar an das Gewerbegebiet Nauen-Ost an. Das Fachmarktzentrum ist sowohl mit dem MIV als auch mit dem ÖPNV erreichbar.

Die Einzelhandelsstruktur ist durch den Baumarkt mit Gartencenter, den Sonderposten- und den Möbelmarkt bestimmt. Das Warenangebot ist zum überwiegenden Teil auf nicht zentrenrelevante Sortimente beschränkt. Der Sonderpostenmarkt vertreibt jedoch auch zu einem nicht unwesentlichen Anteil (auf 700 m² Verkaufsfläche) Lebensmittel.



Abb. 24: Einfahrtssituation Fachmarktzentrum „Luchberge“

Quelle: Eigene Aufnahme

Zur Errichtung des Fachmarktzentrums wurde ein vorhabenbezogener Bebauungsplan mit Festsetzungen eines Sondergebiets (§ 11 BauNVO) aufgestellt.⁸⁷ Das Fachmarktzentrum wurde in den Jahren 2000/01 errichtet und eröffnet. Ursprünglich war ein Möbelanbieter mit einem qualitativ höherwertigen Sortiment ansässig. In der Konkurrenz mit Angebot des Restpostenmarktes konnte sich der Anbieter langfristig nicht behaupten. Der Betreiber des Restpostenmarktes übernahm mit einem stärker preisorientierten Möbelangebot die Verkaufsflächen des Möbelmarktes.⁸⁸

Der Baumarkt konnte bislang seine Wettbewerbsposition behaupten – auch in Konkurrenz mit dem ursprünglich konkurrierenden Angebot im Einkaufszentrum „Luchcenter“.

Das Fachmarktzentrum trägt mit einem überörtlichen Einzugsbereich zur Sicherung der Versorgung mit Gebrauchsgütern, insbesondere für den aperiodischen Bedarf bei. Das untergeordnete Angebot von Nahrungs- und Genussmitteln ist nicht von Bedeutung für die Nahversorgung der Nauener Bevölkerung.

⁸⁷ Bebauungsplan VE NAU 05/95 „Bau- und Möbelzentrum Luchberge“, Stadt Nauen, bekannt gemacht am 19.07.2002.

⁸⁸ Schmohl, Jeanette (Stadt Nauen, FB Bau): Mündliche Auskunft am 11.05.2007.

Tab. 18: Anzahl Einzelhandelsbetriebe Fachmarktzentrum „Luchberge“ nach Warensortiment

Warensortiment	Anzahl der Betriebe Fachmarktzentrum „Luchberge“
Waren verschiedener Art	1
Wohnmöbel, Einrichtungsgegenstände, Hausrat	1
Bau- und Heimwerkerbedarf	1
Blumen, Pflanzen, Saatgut	1
Gesamt	3⁸⁹

Quelle: Eigene Darstellung. Betriebsangaben laut Auszug aus dem Gewerberegister Stadt Nauen. Stadt Nauen (2007b). Abgleich der Betriebsangaben durch eigene Bestandsaufnahme am 05.11.2008.

Anliegen ist es, das Fachmarktzentrum in seinem Bestand weiterzuentwickeln, indem Leerstände von Büroflächen beseitigt und das Warenangebot im Möbelbereich qualifiziert wird. Eine Erweiterung des Angebots mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten – über die bereits vorhandenen Flächenanteile hinaus – ist an diesem Standort nicht zielführend für die Sicherung der Nah- und Grundversorgung in der Stadt Nauen und widerspricht damit den im Konzept dargelegten städtebaulichen Zielvorstellungen.

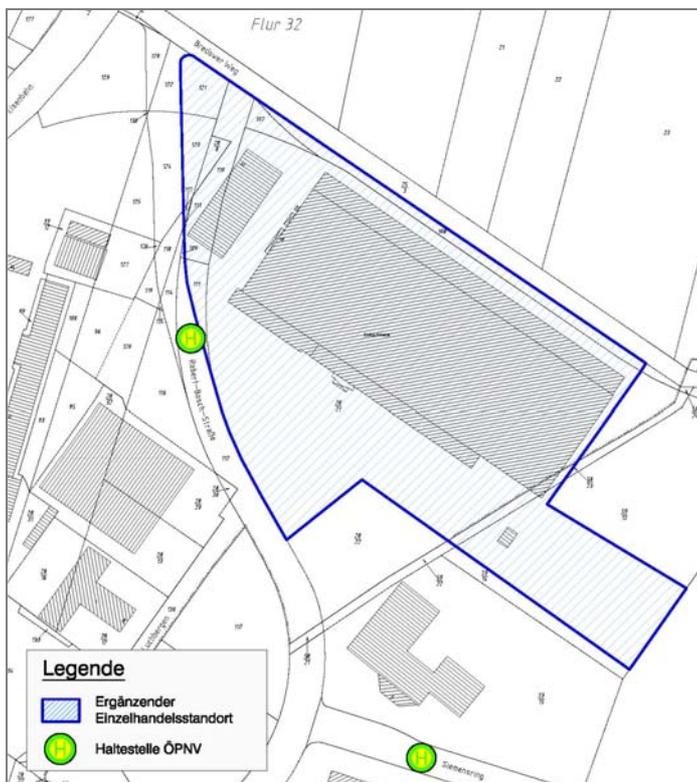


Abb. 25: Ergänzender Einzelhandelsstandort „Fachmarktzentrum Luchberge“

Quelle: Eigene Darstellung. Kartengrundlage: Kataster- und Vermessungsamt LK Havelland. Liegenschaftskarte. Auszug aus dem Liegenschaftskataster vom 31.05.2007.

⁸⁹ Die Waren Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Blumen, Pflanzen, Saatgut werden im Baumarkt angeboten, daher sind nur drei Betriebe zu zählen.

b) Ergänzender Einzelhandelsstandort „Luchcenter“

Der westlichste Bereich zur Sicherung der wohnungsnahen Grund- und Nahversorgung ist das „**EKZ Luchcenter**“. In erster Linie dient der Standort der Grund- und Nahversorgung für das östliche Stadtgebiet. Darüber hinaus nimmt der ergänzende Einzelhandelsstandort „EKZ Luchcenter“ weiterführende Funktionen wahr. Infolge der großflächigen Anbieter, der Ansiedlung des Gartencenters sowie des Angebots im Gastronomie- und Entertainment-Bereich besitzt der Standort nicht nur gesamtstädtische, sondern auch übergemeindliche Bedeutung.

Das EKZ „Luchcenter“ entstand Mitte der 1990er Jahre im Zuge der „Nachholprozesse“ der ostdeutschen Kommunen. Das Einkaufszentrum liegt an der Hamburger Straße, unmittelbar am westlichen Siedlungsrand des Nauener Stadtgebiets. Die Anlage orientiert sich vorrangig auf den individualmotorisierten Kunden: Dies wird nicht nur anhand der räumlichen Lage im Stadtgebiet deutlich, sondern auch mit ihrer baulichen Gestaltung. Die beiden hallenartigen Gebäude sind L-förmig hinter einer ausgedehnten Parkplatzfläche angeordnet. Eine Anbindung des Standortes ist aber auch mit dem ÖPNV gewährleistet. Mehrere Buslinien halten an der Hamburger Straße.



Abb. 26: EKZ „Luchcenter“

Quelle: Eigene Aufnahme

Ähnlich wie im EKZ „Nauener Karree“ prägen heute Filialgeschäfte die Angebotsstruktur. Insbesondere ein großflächiger Lebensmittelanbieter, der als Vollsortimenter eine umfangreiche Produktpalette anbietet, ist als Magnetbetrieb zu identifizieren. In Ergänzung dazu stehen die Angebote von Textil-, Bekleidungs- und Schuhgeschäften.

Tab. 19: Anzahl Einzelhandelsbetriebe EKZ „Luchcenter“ nach Warensortiment

Warensortiment	Anzahl der Betriebe „Luchcenter“
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	1
Back- und Süßwaren	1
Waren verschiedener Art	2
Bekleidung	1
Schuhe und Lederwaren	1
Blumen, Pflanzen, Saatgut	2
Telekommunikationsendgeräte und Mobiltelefone	1
Gesamt	9

Quelle: Eigene Darstellung. Betriebsangaben laut Auszug aus dem Gewereregister Stadt Nauen. Stadt Nauen (2007b). Abgleich der Betriebsangaben durch eigene Bestandsaufnahme am 05.11.2008.

Das Einkaufszentrum wurde auf der Grundlage eines Bebauungsplans mit Festsetzung eines Sondergebiets (§ 11 BauNVO) errichtet. Das ursprüngliche Nutzungskonzept sah für den Standort die folgenden Angebote vor: einen Baumarkt, ein Gartencenter sowie ein SB-Warenhaus.⁹⁰ Der Betrieb des Baumarktes wurde infolge der Konkurrenzsituation mit dem Fachmarktzentrum „Luchberge“ aufgegeben. Um Leerstände zu vermeiden, erfolgten im nördlichen Gebäudekomplex grundlegende Umnutzungen. Etwa die Hälfte der Gebäudegrundfläche wurde über eine Befreiung von den Festsetzungen des rechtsverbindlichen Bebauungsplans als Bowling-Center umgenutzt. Die andere Hälfte wurde für verschiedene Filialgeschäfte aufgeteilt, wobei von den Sortimentsbeschränkungen des Bebauungsplans befreit wurde.

Im westlichen Gebäudekomplex war in Ergänzung des Vollsortimenters bis ca. 2004 ein Lebensmittel-Discounter etabliert. Das Diskontgeschäft verlagerte sich mit einem Neubau nur wenige Meter vom Einkaufszentrum entfernt, ebenfalls unmittelbar an die Hamburger Straße. Die aufgegebenen Flächen im Einkaufszentrum standen lange Zeit leer bzw. wurden nur kurzfristig von einem Pfennigartikelanbieter genutzt. Im Juni 2007 eröffnete erneut ein Restpostenmarkt.

Insgesamt zeugen die Umwandlungsprozesse auch an diesem Standort von einer instabilen Wettbewerbssituation. Zudem scheint der Standort heute immer weniger attraktiv. Sanierungs- bzw. Aufwertungsmaßnahmen an den Gebäuden und an der Warenpräsentation des großflächigen Lebensmittelanbieters sind notwendig, um die Attraktivität des Standortes zu erhöhen. Der Betreiber des Lebensmittelmarktes beabsichtigt daher zeitnah Umbaumaßnahmen in seinem Betrieb vorzunehmen.

⁹⁰ Begründung zum Bebauungsplan BP NAU 0022/94 „EKZ Hamburger Straße „Luchcenter““, Stadt Nauen, bekannt gemacht am 06.07.1996.

Eine Erweiterung des nahversorgungsrelevanten sowie des weiteren zentrenrelevanten Angebots über den Bestand hinaus ist im Hinblick auf die Zielstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts städtebaulich nicht zu befürworten.



Abb. 27: Ergänzender Einzelhandelsstandort „EKZ Luchcenter“

Quelle: Eigene Darstellung. Kartengrundlage: Kataster- und Vermessungsamt LK Havelland. Liegenschaftskarte. Auszug aus dem Liegenschaftskataster vom 31.05.2007.

c) Kleine Einzelhandelsstandorte ohne konzeptionelle Bedeutung

Über die benannten „ergänzenden Einzelhandelsstandorte“ hinaus gibt es noch drei weitere Bereiche mit einer untergeordneten Anzahl von Einzelhändlern, die jedoch keine konzeptionelle Bedeutung besitzen. Es handelt sich um die Bereiche Ketziner Straße, Brandenburger Straße und Hertfelder Straße.

An der **Ketziner Straße** befindet sich das Gesundheitszentrum Havellandklinik. In Ergänzung der medizinischen Infrastruktur haben sich einzelne Fachgeschäfte angesiedelt. Das Warenangebot konzentriert sich auf medizinische und orthopädische Sortimente.

Tab. 20: Anzahl Einzelhandelsbetriebe Ketziner Straße nach Warensortiment

Warensortiment	Anzahl der Betriebe Ketziner Straße
Apotheke	1
Medizinische und orthopädische Artikel	2
Bücher, Zeitschriften, Zeitungen	1
Sonstiger Facheinzelhandel	1
Gesamt	5

Quelle: Eigene Darstellung. Betriebsangaben laut Auszug aus dem Gewerberegister Stadt Nauen. Stadt Nauen (2007b). Abgleich der Betriebsangaben durch eigene Bestandsaufnahme am 05.11.2008.

Die Grundstücke entlang der **Brandenburger Straße** sind mehrheitlich zu Wohnzwecken genutzt. In den Straßenverlauf eingestreut befinden sich nur wenige Einzelhandelsangebote von untergeordneter Bedeutung.

Tab. 21: Anzahl Einzelhandelsbetriebe Brandenburger Straße nach Warensortiment

Warensortiment	Anzahl der Betriebe Brandenburger Straße
Medizinische und orthopädische Artikel	1
Sonstiger Facheinzelhandel	1
Gesamt	2

Quelle: Eigene Darstellung. Betriebsangaben laut Auszug aus dem Gewerberegister Stadt Nauen. Stadt Nauen (2007b). Abgleich der Betriebsangaben durch eigene Bestandsaufnahme am 05.11.2008.

Im nördlichen Stadtgebiet, in der Hertefelder Straße 9, sind ein inhabergeführtes Möbelfachgeschäft und ein Automobilhändler ansässig. Weitere Einzelhandelsangebote bestehen nicht. Das Angebot umfasst daher ausschließlich Gebrauchsgüter für den aperiodischen Bedarf.

Tab. 22: Anzahl Einzelhandelsbetriebe Hertefelder Straße nach Warensortiment

Warensortiment	Anzahl der Betriebe Einzelstandorte
Wohnmöbel	1
Kraftwagen	1
Gesamt	2

Quelle: Eigene Darstellung. Betriebsangaben laut Auszug aus dem Gewerberegister Stadt Nauen. Stadt Nauen (2007b). Abgleich der Betriebsangaben durch eigene Bestandsaufnahme am 05.11.2008.

Die nachfolgende Karte stellt den zentralen Versorgungsbereich im Kontext der Kernstadt Nauen insgesamt dar und informiert zugleich über die durch das Konzept identifizierten und akzeptierten ergänzenden Standorte des Einzelhandels.

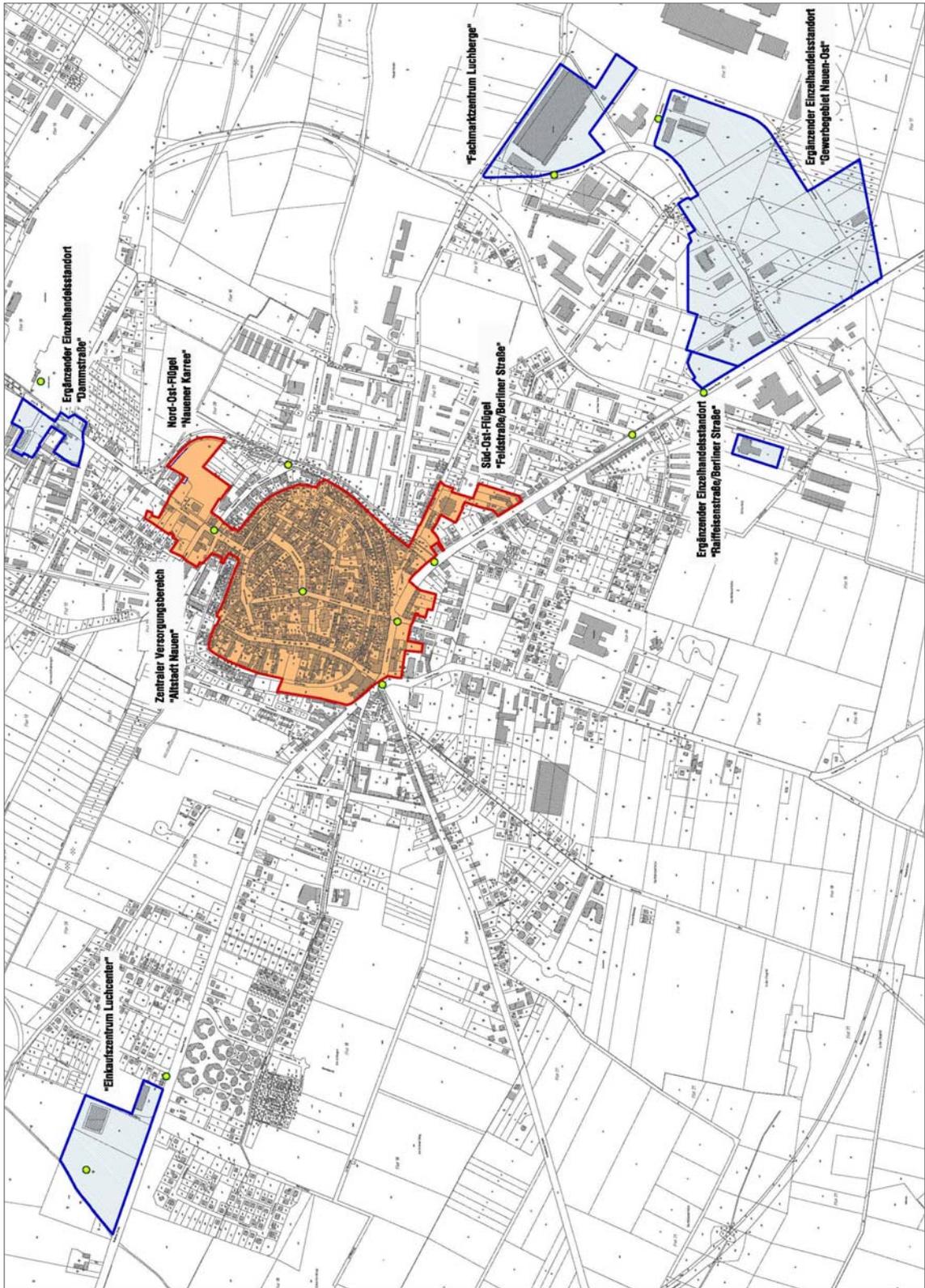


Abb. 28: Übersicht zur Lage des zentralen Versorgungsbereichs und der ergänzenden Einzelhandelsstandorte im Naumber Stadtgebiet

4.3 Die ortsspezifische Sortimentsliste

Mit Hilfe des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts soll der Einzelhandel mit zentrenrelevantem Kernsortiment im zentralen Versorgungsbereich angesiedelt werden. Um diese Steuerung zu ermöglichen, muss eine den örtlichen Verhältnissen entsprechende Liste der zentrenrelevanten Sortimente erarbeitet werden. Eine ortsspezifische Sortimentsliste ist zwingend erforderlich, wenn Einzelhandelsbetriebe anhand ihres Warensortimentes planungsrechtlich gesteuert werden sollen.⁹¹

Ausgangspunkt der ortsspezifischen „Nauener Sortimentsliste“ sind die Sortimentsliste des brandenburgischen Einzelhandelserlasses⁹² und die Auflistung des Landesentwicklungsplans Berlin-Brandenburg⁹³. Die Auflistungen wurden unter Berücksichtigung der ortstypischen Begebenheiten und Rahmenbedingungen modifiziert: ausschlaggebend waren insbesondere die Sortimente der ansässigen Einzelhandelsunternehmen sowie die städtebaulichen Zielstellungen der Stadt Nauen. Bei der Beurteilung der Zentrenrelevanz eines Sortiments wurde nicht nur die Sortimentsklasse an sich betrachtet, sondern auch im Einzelnen geprüft, inwieweit die zur Sortimentsklasse zählenden Unterklassen tatsächlich als zentrenrelevant einzustufen sind. So konnten beispielsweise einige Unterklassen nicht als zentrenrelevant eingestuft werden, obwohl deren übergeordnete Sortimentsklasse selbst als zentrenrelevant für die Stadt Nauen identifiziert wurde. Zudem wurden einzelne Sortimente, die gemäß der Sortimentsliste des brandenburgischen Einzelhandelserlasses und der Auflistung des Landesentwicklungsplans Berlin-Brandenburg als zentrenrelevant bezeichnet sind, für die Stadt Nauen nicht dieser Einteilung zugeordnet werden.⁹⁴

Die Einteilung unterscheidet die Warensortimente in zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Typen. Unter Berücksichtigung der Grundsätze des Einzelhandelskonzepts sind in der Kategorie der zentrenrelevanten Sortimente zudem die nahversorgungsrelevanten Sortimente ausgewiesen.

Zentrenrelevante Sortimente lassen sich u. a. dadurch charakterisieren, dass sie i. d. R.:

- viele Innenstadtbesucher anziehen,
- einen geringen Flächenanspruch im Verhältnis zur Wertschöpfung haben,
- häufig im Zusammenhang mit anderen Innenstadtnutzungen nachgefragt werden und

⁹¹ Janning, Heinz (2005): Ausschluß und Beschränkung des Einzelhandels nach § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO. In: *Baurecht (BauR)*. Jg. 36 (2005), S. 1093 (1101ff.).

⁹² Land Brandenburg (2007a): *Einzelhandelserlass. Bauplanungsrechtliche Beurteilung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben*. Runderlass Nr. 23/1/2007 des Ministeriums für Infrastruktur und Raumordnung vom 10.04.2007.

⁹³ Gemeinsame Landesplanungsabteilung Berlin-Brandenburg (2009): *Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg (LEP B-B)*. Nicht amtliche Lesefassung vom 31.03.2009.

- überwiegend ohne Pkw transportiert werden können.⁹⁵

Sind zentrenrelevante Sortimente überdimensioniert oder an nicht integrierten Standorten angesiedelt, sind negative Auswirkungen auf die Zentrenstruktur, insbesondere auf die Innenstadtentwicklung, zu erwarten.

Nahversorgungsrelevante Sortimente stellen eine Teilmenge der zentrenrelevanten Sortimente dar, die insbesondere Waren des täglichen Bedarfs umfassen, welche der Grundversorgung mit Lebensmitteln und Drogeriewaren dienen.

Im Gegensatz zu den zentrenrelevanten Sortimenten zeichnen sich die nicht zentrenrelevanten Sortimente dadurch aus, dass sie:

- aufgrund ihrer Eigenheiten mehrheitlich an nicht integrierten Standorten angeboten werden,
- in Folge ihres hohen Flächenanspruchs nicht für zentrale Lagen geeignet sind (Bsp. Gartencenter) sowie
- eine geringe Flächenproduktivität aufweisen.

Die in der „Nauener Sortimentsliste“ benannten Warengruppen mit Nummerierung entsprechen der „Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008“ des Statistischen Bundesamtes. Die aufgeführten Unterklassen umfassen i. d. R. weitere Waren. Die dazugehörigen Waren sind den Erläuterungen im Abschnitt G, der o. g. Publikation des Statistischen Bundesamtes zu entnehmen⁹⁶.

Tab. 23: „Nauener Sortimentsliste“

Zentrenrelevante Sortimente für die Nahversorgung – abschließende Auflistung der nahversorgungsrelevanten Sortimente in der Stadt Nauen –	
47.2	Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren
47.61	Bücher
47.62.1	Zeitschriften und Zeitungen
47.73	Apotheken (Arzneimittel)
47.74	Medizinische und orthopädische Artikel
47.75	Kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel Drogerieartikel (i. S. 52.33.2 WZ 2003)
47.76.1 (tlw.)	Blumen (nicht aber: Pflanzen, Sämereien und Düngemittel)
47.78.1	Augenoptiker
47.78.9	Wasch-, Putz-, Reinigungs- und Pflegemittel, Bürsten und Besen, Kerzen

⁹⁴ Zur Begründung der Einteilung der Sortimente wird auf die im Anhang beigefügte Übersicht verweisen.

⁹⁵ Land Brandenburg (2007a) : *Einzelhandelserlass. Bauplanungsrechtliche Beurteilung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben*. Runderlass Nr. 23/1/2007 des Ministeriums für Infrastruktur und Raumordnung vom 10.04.2007, S. 6f.

⁹⁶ Vgl. Statistisches Bundesamt (2008): *Klassifikation der Wirtschaftszweige. Mit Erläuterungen*. Ausgabe 2008. Wiesbaden, Abschnitt G.

Sonstige zentrenrelevante Sortimente	
– abschließende Auflistung der sonstigen zentrenrelevanten Sortimente in der Stadt Nauen –	
47.43	Geräte der Unterhaltungselektronik
47.51 (tlw.)	Textilien (Kurzwaren, Haus- und Tischwaren, Ausgangsmaterial für Handarbeiten; nicht aber: Dekorations- und Möbelstoffe, dekorative Decken und Kissen, Stuhl- und Sesselauflagen u. Ä.; Matratzen, Stepp- u. a. Bettdecken, Kopfkissen u. a. Bettwaren)
47.54 (tlw.)	Elektrische Haushaltsgeräte (nur Elektrokleingeräte; nicht aber: Elektrogroßgeräte wie Wasch-, Bügel- und Geschirrspülmaschinen, Kühl- und Gefrierschränke und -truhen)
47.59.2	Keramische Erzeugnisse und Glaswaren
47.59.3	Musikinstrumente und Musikalien
47.59.9 (tlw.)	Haushaltsgegenstände (u. a. Hausrat; Holz-, Korb-, Kork- und Flechtwaren; nicht aber: Lampen und Leuchten, Sicherheitssysteme)
47.62.2	Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel
47.63	Bespielte Ton- und Bildträger
47.65.0	Spielwaren
47.71	Bekleidung (für Damen, Herren, Kinder und Säuglinge nebst Bekleidungszubehör)
47.72.1	Schuhe
47.72.2	Lederwaren und Reisegepäck
47.76.2	Zoologischer Bedarf und lebende Tiere
47.64.1	Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör
47.64.2 (tlw.)	Sport- und Campingartikel (ausschließlich Sport-, Freizeit- und Outdoorbekleidung; nicht aber: Sportgeräte, sonstiges Campingzubehör und -möbel, Zelte, Boote)
47.77	Uhren und Schmuck
47.78.2	Foto- und optische Erzeugnisse (ohne Augenoptiker)
47.78.3	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel
Nicht zentrenrelevante Sortimente ⁹⁷	
45.11	Kraftwagen
45.32	Kraftwagenteile und -zubehör
45.4	Krafträder, Kraftradteile und -zubehör
47.30	Motorenkraftstoffe (Tankstellen)
47.41	Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte und Software
47.42	Telekommunikationsgeräte

⁹⁷ Die Auflistung der nicht zentrenrelevanten Sortimente ist im Gegensatz zur Liste der nahversorgungsrelevanten und der sonstigen zentrenrelevanten Sortimente nicht zwingend abschließend; die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Nicht zentrenrelevante Sortimente ⁹⁸	
47.51 (tlw.)	Textilien (Dekorations- und Möbelstoffe, dekorative Decken und Kissen, Stuhl- und Sesselaufgaben u. Ä.; Matratzen, Stepp- u. a. Bettdecken, Kopfkissen u. a. Bettwaren; nicht aber: Kurzwaren, Haus- und Tischwaren, Ausgangsmaterial für Handarbeiten)
47.52.1	Metall- und Kunststoffwaren (Metallkurz- und Kleiseisenwaren, Bauelemente aus Metall und Kunststoff, Werkzeuge, Rasenmäher)
47.52.3	Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf
47.53	Vorhänge, Teppiche, Fußbodenbeläge und Tapeten
47.54 (tlw.)	Elektrische Haushaltsgeräte (nur Elektrogroßgeräte wie Wasch-, Bügel- und Geschirrspülmaschinen, Kühl- und Gefrierschränke und -truhen; nicht aber: Elektrokleingeräte)
47.59.1	Wohnmöbel, Büromöbel
47.59.9 (tlw.)	Haushaltsgegenstände (u. a. Lampen und Leuchten, Sicherheitssysteme; nicht aber: Hausrat; Holz-, Korb-, Kork- und Flechtwaren)
47.76.1 (tlw.)	Pflanzen, Sämereien und Düngemittel (nicht aber: Blumen)
47.64.2 (tlw.)	Sport- und Campingartikel (Sportgeräte, sonstiges Campingzubehör und -möbel, Zelte, Boote; nicht aber: Sport-, Freizeit- und Outdoorbekleidung)
47.78.9	Heizöl, Flaschengas, Kohle, Holz
47.78.9	Sonstiger Einzelhandel a. n. g.
47.79	Antiquitäten und Gebrauchtwaren

4.4 Umsetzung des Einzelhandelskonzepts

Das vorliegende Einzelhandelskonzept erfasst und analysiert die Situation des Einzelhandels in der Stadt Nauen. Aufbauend auf den Analyseergebnissen weist das Entwicklungskonzept ein übergeordnetes Leitbild mit weiterführenden Zielvorgaben und Grundsätzen zur Einzelhandelsentwicklung aus. Den räumlichen Bezug stellen die Standortkonzeption und die Definition der ortsspezifischen Sortimentsliste her.

Das Konzept besitzt aber keinen rechtsverbindlichen Status. Es handelt sich bislang nur um eine räumlich-funktionale Konzeption von einer Art „gutachterlicher“ Empfehlung. Im Interesse einer gelungenen Umsetzung der Konzeption sollen im Folgenden Hinweise gegeben werden.

Zur Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts bedarf es sowohl der rechtlichen Verbindlichkeit der räumlich-funktionalen Konzeption als auch der planungsrechtlichen Absicherung.

⁹⁸ Die Auflistung der nicht zentrenrelevanten Sortimente ist im Gegensatz zur Liste der nahversorgungsrelevanten und der sonstigen zentrenrelevanten Sortimente nicht zwingend abschließend; die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

4.4.1 Die erste Stufe: Beschluss zur Billigung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts

Die erste Stufe der rechtlichen Verbindlichkeit erlangt das Konzept durch einen Beschluss der Stadtverordnetenversammlung, mit dem das Konzept gebilligt wird. Das beschlossene Konzept ist danach gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB bei der Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigen. Der Beschluss der Stadtverordnetenversammlung hebt die Selbstbindung der Stadt Nauen hervor, die das Konzept zur Grundlage für ihre zukünftige verbindliche Bauleitplanung macht. Das Einzelhandelskonzept ist aber auch nach dem Beschluss immer noch als eine informelle, rechtlich nicht bindende Planung zu werten. Wenn es verbindlich sein soll, muss es in eine für jedermann unmittelbar wirkende, verbindliche Norm – nämlich in einen oder mehrere Bebauungspläne – übersetzt werden.⁹⁹

4.4.2 Die zweite Stufe: Aufstellung eines strategischen Bebauungsplans

Von zentraler Bedeutung ist daher die Übertragung der Konzeption in die verbindliche Bauleitplanung als zweite Stufe der Umsetzung. Im vorliegenden Fall wird empfohlen, einen strategischen Bebauungsplan aufzustellen, der sich analog zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept mit seiner Steuerungswirkung über das gesamte Gebiet der Nauener Kernstadt erstreckt. Der Bebauungsplan sollte dabei sowohl den bislang unbeplanten Innenbereich gemäß § 34 BauGB als auch die Geltungsbereiche bereits rechtsverbindlicher Bebauungspläne gemäß § 30 BauGB erfassen. Im Rahmen der Bestandsanalyse wurde deutlich, dass nicht nur im unbeplanten Innenbereich Defizite bei der Steuerung der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben bestehen; vielmehr ermöglichen auch die rechtsverbindlichen Bebauungspläne regelmäßig nur im beschränkten Umfang eine nachhaltige Steuerung. Demnach ist es erforderlich, stadtweit Festsetzungen zur Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben zu treffen.

⁹⁹ Vgl. Walhäuser, Jens (2007): Neues zu § 34 Abs. 3 BauGB. In: *Baurecht (BauR)*. Jg. 38 (2007), S. 1359 (1364). Walhäuser betont, dass Eingriffe in das grundrechtlich geschützte Eigentumsrecht nicht mit einem jederzeit abänderbaren Ratsbeschluss zu rechtfertigen sind. Hierzu bedarf es eines rechtssicheren Abwägungsvorgangs.

5 Zusammenfassung

1. Das Mittelzentrum Nauen übernimmt als Zentraler Ort **überörtliche Versorgungsfunktionen**. Der Versorgungsbereich umfasst ca. 30.000 Einwohner und erstreckt sich auf ein überwiegend ländlich geprägtes Gebiet. Das höherwertige Versorgungsangebot enthält Verbrauchs- und Gebrauchsgüter zur Deckung des Grundbedarfs sowie der gehobenen Nachfrage. Das Angebot an preisorientierten Sortimenten von Verbrauchs- sowie Gebrauchsgütern ist umfangreich.

2. Im Stadtgebiet verteilen sich die unterschiedlich gewichteten Einzelhandelsstandorte polyzentrisch. Hinsichtlich der **Verkaufsflächen (VKF)** besteht ein deutliches Ungleichgewicht zum Nachteil der historischen Altstadt. Das kleinteilige Einzelhandelsangebot der Altstadt ist den großflächigen Handelsagglomerationen deutlich unterlegen und dadurch in seiner Funktion als Zentrum deutlich geschwächt. Die gesamtörtliche Versorgung wird in der Mehrheit über großflächige Einzelhandelsbetriebe geleistet; der kleinteilige Einzelhandel spielt nur eine untergeordnete Rolle.

3. Nach den Angaben der GfK Geomarketing GmbH beläuft sich die **Kaufkraft der Nauener Bevölkerung** im Jahr 2008 auf 15.392 € pro EW/Jahr. Die Stadt erreicht damit im Verhältnis zum Bundesdurchschnitt (100 %) lediglich ein Kaufkraftniveau von 82 %. Das Kaufkraftpotenzial Nauens liegt damit zwar nur wenige Prozentpunkte unter dem Durchschnittswert von 89 % des Landkreises Havelland, aber deutlich unter dem Bundesdurchschnitt.

4. In seiner Summe ist die Ausstattung Nauens mit Verkaufsflächen, der sog. **Flächenbesatz**, mit 1,9 m² VKF/EW der Stadt als hoch einzustufen. Dieser Wert liegt über dem Bundesdurchschnitt, obwohl die Kaufkraft der letzten Jahre dauerhaft niedrig war. Dementsprechend ergibt sich in der Summe nur eine unterdurchschnittliche Flächenproduktivität. Darüber hinaus weist eine niedrige **Zentralitätskennziffer** für Nauen einen Kaufkraftverlust für die Stadt Nauen nach.

5. Die **Zentralitätskennziffer** zeigt an, welche Bedeutung die im Stadtgebiet ansässigen Einzelhandelsbetriebe für die Versorgung der Bevölkerung dieses Bereichs und seiner Umgebung haben. Bei einer Kennziffer von 100 versorgt sich die Bevölkerung vollständig am Standort. Nach Angaben der GfK beläuft sich die Zentralitätskennziffer 2008 der Stadt Nauen auf 83; für die Stadt Nauen ist also ein **Kaufkraftverlust an andere Standorte** zu verzeichnen.

6. Ausgehend von der derzeit bestehenden Verkaufsfläche von rund 32.500 m² im Nauener Stadtgebiet und den von der GfK ermittelten Einzelhandelsausgaben 2008 am Verkaufsort Nauen errechnet sich eine **Flächenproduktivität** von rund 1.935 €/m². Im Rahmen einer bundesweiten Einzelhandelsstudie konnte im Jahr 2006 bundesweit eine durchschnittliche Flächenproduktivität von 3.300 €/m² ermittelt werden. Unter Berücksichtigung der vorgenannten Ausgangsgrößen liegt die Nauener Flächenproduktivität rund 40 % unter dem Bundesdurchschnitt.

7. Die GfK Geomarketing GmbH, Nürnberg (GfK) ermittelt für die Stadt Nauen im Jahr 2008 ein sog. Point of Sale-Umsatz von insgesamt 62,885 Mio. €. Damit belaufen sich die **Einzelhandelsausgaben am Verkaufsort Nauen** auf lediglich 72 % des Bundesdurchschnitts. Dies entspricht rein rechnerisch einem Einzelhandelsumsatz von 3.771 € je Einwohner im Jahr 2008. Auch im Vergleich der Einzelhandelsausgaben je Einwohner mit den Städten Falkensee und Rathenow ist festzustellen, dass die Einzelhandelsausgaben je Einwohner in der Stadt Nauen im Jahr 2008 deutlich geringer sind.

8. Der **Prognosezeitraum** des vorliegenden Einzelhandelskonzepts reicht bis zum Jahr 2020. Das Konzept betrachtet damit die Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Nauen in der Zeitspanne von 2009 bis 2020.

Folgende Eingangsdaten wurden in die Prognose eingestellt:

- eine stabile Einwohnerzahl bis zum Jahr 2020;
- eine geringfügig positive Entwicklung der Kaufkraft in der Vergangenheit;
- eine stagnierende bis geringfügig positive Entwicklung der Haushaltseinkommen in der Vergangenheit.

9. In Anbetracht der sozioökonomischen Rahmenbedingungen vor Ort und unter Berücksichtigung der allgemeinen Wirtschaftslage sowie der Entwicklungen am nationalen Arbeitsmarkt ist davon auszugehen, dass sich das **Kaufkraftpotenzial** am Standort Nauen in der nahen Zukunft nicht wesentlich erhöhen wird.

10. Im Hinblick auf das auch regional festzustellende Missverhältnis zwischen Kaufkraft und Handelsfläche, sind die **Entwicklungspotenziale** des Verkaufsflächenbestands unter gleich bleibenden Rahmenbedingungen am Standort Nauen bereits weitgehend erschöpft. Eine Erhöhung des Umfangs der Verkaufsflächen würde aller Voraussicht nach nur zu einer weiteren Umverteilung der Umsätze, nicht aber zu wesentlichen Umsatzsteigerungen führen; es sei denn, bisherige Kaufkraftabflüsse könnten nach Nauen umgelenkt werden.

11. Unter Berücksichtigung dieser Daten kommt die **Ermittlung von Verkaufsflächenspielflächen und von Verkaufsflächentypen für die**

künftige Entwicklung des Einzelhandels in Nauen zu folgendem Ergebnis: Alle Eingangsdaten weisen nahezu stagnierende Werte auf; wenn überhaupt sind nur geringfügige Zuwächse zu verzeichnen. Aufgrund des hohen Ausstattungsgrads mit Verkaufsflächen und einer zugleich bereits mehr als unterdurchschnittlichen Verkaufsflächenproduktivität in der Summe können Spielräume für einen Verkaufsflächenzuwachs nicht ausgemacht werden.

12. Daher kann der Entwicklungsspielraum für die Nauener Verkaufsflächen nur einer **Qualifizierung des Angebots** bestehen. Durch eine qualitative Aufwertung und Spezialisierung der bestehenden Einzelhandelsangebote sollte versucht werden, einen attraktiven Gegenpol zu den umliegenden, flächenmäßig stark aufgestellten Konkurrenzstandorten auszubilden. Zentrales Anliegen sollte es sein, den Abfluss von Kaufkraft zu reduzieren und auf die Nauener Angebote umzulenken.

13. Die Chancen Nauens liegen also nicht in einer weiteren Steigerung der Menge an Verkaufsflächen in der Stadt, sondern in der Qualifizierung des Angebots auf den vorhandenen Flächen. Um die bislang an die umliegenden Konkurrenzstandorte abfließende Kaufkraft an die Stadt Nauen zu binden, bedarf es attraktiver Anziehungspunkte vor Ort. Insbesondere **die Altstadt ist entsprechend den planerischen Zielformulierungen zu qualifizieren** und als Handels- und Dienstleistungszentrum zu stärken.

6 Literatur- und Quellenverzeichnis

Agentur für Arbeit Neuruppin (2007): Arbeitsmarktreport. Berichtsmonat Mai 2007

Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (2007): Umsatz und Beschäftigung im Einzelhandel sowie Kraftfahrzeughandel. Land Brandenburg. Dezember 2006. Reihe: Statistische Berichte. G I 1 - m 12/06. S. 3. Potsdam.

Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (2008): Umsatz und Beschäftigung im Einzelhandel sowie Kraftfahrzeughandel. Land Brandenburg. Dezember 2007. Reihe: Statistische Berichte. G I 1 - m 12/07. S. 3. Potsdam.

BBE Unternehmensberatung GmbH (1993): Markt- und Strukturuntersuchung der Stadt Nauen. Analyse und Konzepte zur Entwicklung des Einzelhandels. Frankfurt

BBE Unternehmensberatung GmbH Köln/FfH Institut für Markt- und Wirtschaftsforschung GmbH Berlin (2007 a): *Bestandserfassung und Kundenstromanalyse im Einzelhandel in Berlin und Brandenburg*. Unveröffentlichtes Gutachten im Auftrag der Gemeinsamen Landesplanung der Länder Berlin und Brandenburg. Mai 2006

BBE Unternehmensberatung GmbH Köln/FfH Institut für Markt- und Wirtschaftsforschung GmbH Berlin (2007 b): *Bestandserfassung und Kundenstromanalyse im Einzelhandel in Berlin und Brandenburg*. Auszug aus dem Bericht

Bundesagentur für Arbeit Statistik: Arbeitslose nach Gemeinden. Jahreszahlen 2003

Bundesagentur für Arbeit Statistik: Arbeitslose nach Gemeinden. Jahreszahlen 2004

Bundesagentur für Arbeit Statistik: Arbeitslose nach Gemeinden. Jahreszahlen Berichtsjahr 2006

Bundesagentur für Arbeit Statistik: Arbeitslose nach Gemeinden. Jahreszahlen 2007

Bundesagentur für Arbeit Statistik: Arbeitslosigkeit in Gemeinden. Jahresdurchschnitt 2005

Bundesagentur für Statistik (2006/07): Arbeitslose nach Gemeinden. Jahreszahlen zum Berichtsjahr 2006 und Stand Mai 2007

Consilium. Gesellschaft für Planungs- und Entwicklungsmanagement mbH (2008): *Standortgutachten Verbrauchermarkt-Ansiedlung Ketziner Straße in Nauen*. Stand: 28. August 2008

Deutscher Bundestag (2006): Gesetzentwurf der Bundesregierung. Entwurf eines Gesetzes zur Erleichterung von Planungsvorhaben für die Innenentwicklung der Städte. BT-Drucksache 16/2496

EHI Retail Institut GmbH (2008): Handel aktuell. Ausgabe 2008/2009. Köln

- Gatawis, Siegbert (2006): Neuregelung des § 34 III Baugesetzbuch (BauGB). In: *Neue Zeitschrift für Verwaltungsrecht (NVwZ)*. Jg. 25 (2006), S. 272
- Gesellschaft für Handels- Standort- und Immobilienberatung mbH (gesa) (1995): Gutachterliche Stellungnahme zum Projekt Einkaufszentrum Hamburger Straße in 14641 Nauen. Hamburg
- Gesellschaft für Handels- Standort- und Immobilienberatung mbH (gesa) (1995): Gutachterliche Stellungnahme zum Projekt Einkaufszentrum Hamburger Straße in 14641 Nauen. Hamburg
- GfK Geomarketing (2008a): GfK POS-Umsatz 2008
- GfK Geomarketing (2008b): GfK Einzelhandelszentralität 2008. Gemeinden über 10.000 Einwohner
- GfK Geomarketing GmbH (2008c): GfK Kaufkraft 2008
- GfK Geomarketing (2008 d): GfK Kaufkraft für den Einzelhandel 2008
- IHK Cottbus (Hg.) (2002): Handelsatlas. Land Brandenburg 2002
- IHK Cottbus (2008): Handelsatlas IHK Cottbus 2008
- IHK Ostbrandenburg (2007): Handelsatlas 2007
- IHK Potsdam (1998): Gewerbemietenverzeichnis 1998 für den Kammerbezirk Potsdam 1998. Potsdam
- IHK Potsdam (2000): Gewerbemietenverzeichnis IHK-Bezirk Potsdam 2001. Potsdam
- IHK Potsdam (2002): Gewerbemieten 2003. Verzeichnis der Orientierungswerte der Industrie- und Handelskammer Potsdam. Potsdam
- IHK Potsdam (2004): Gewerbemieten 2005. Verzeichnis der Orientierungswerte der Industrie- und Handelskammer Potsdam. Potsdam
- IHK Potsdam (2006): Gewerbemieten 2007. Verzeichnis der Orientierungswerte der Industrie- und Handelskammer Potsdam. Potsdam
- Janning, Heinz (2005): Ausschluß und Beschränkung des Einzelhandels nach § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO. In: *Baurecht (BauR)*. Jg. 36 (2005), S. 1093
- Landesagentur für Struktur und Arbeit Brandenburg GmbH (LASA) (Hg.) (2004): *Zwischen Flexibilität und drohender Abwanderung aus den Regionen. Pendlerverhalten und Hauptpendlerströme im Land Brandenburg*. Potsdam
- Landesamt für Bauen und Verkehr (LBV) (Hg.) (2008): *Grundlagen für die Regionalplanung im Land Brandenburg. Raumentwicklung im Zeitraum 1997 bis 2006*. Berlin

Landesamt für Soziales und Versorgung des Landes Brandenburg (2007): **Brandenburger Sozialindikatoren 2006. 4.1 Haushaltsnettoeinkommen**

Landesbetrieb für Datenverarbeitung und Statistik (2005): **Umsatz und Beschäftigung im Einzelhandel sowie Kraftfahrzeughandel. Land Brandenburg. Dezember 2004. Reihe: Statistische Berichte. G I 1 - m 12/04. S. 3. Potsdam.**

Landesbetrieb für Datenverarbeitung und Statistik (2006): **Bevölkerungsprognose des Landes Brandenburg für den Zeitraum 2005 – 2030. Potsdam**

Landesbetrieb für Datenverarbeitung und Statistik (2006a): **Umsatz und Beschäftigung im Einzelhandel sowie Kraftfahrzeughandel. Land Brandenburg. Dezember 2005. Reihe: Statistische Berichte. G I 1 - m 12/05. S. 3. Potsdam.**

Landkreis Havelland (2005): *Statistisches Handbuch 2005*. Rathenow

Schuldt, Karsten (2005): **Pendelverflechtungen des und im engeren Verflechtungsraum 2002. Untersuchung im Auftrag der Gemeinsamen Landesplanungsabteilung Berlin-Brandenburg. Teltow**

Stadt Nauen (2007b): **Auszug aus dem Gewerberegister Stadt Nauen. Auflistung der im Gewerberegister der Stadt Nauen geführten Einzelhandelsunternehmen. Stadt Nauen, FB Ordnung und Sicherheit. Stand 01.06.2007**

Stadt Nauen (2008a): **Auflistung der angemeldeten stehenden Gewerbe und Urproduktionsbetriebe im Stadtgebiet Nauen. Angaben des FB Ordnung und Sicherheit. Stand 19.11.2008**

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

Walhäuser, Jens (2007): **Neues zu § 34 Abs. 3 BauGB. In: Baurecht (BauR). Jg. 38 (2007), S. 1359**

Internetquellen

BBE Unternehmensberatung GmbH: handelswissen.de. URL: http://www.bbe-handelswissen.de/data/handelslexikon/lex_buchstabe.php?lex=c [Stand 06.11.2008]

Bundesagentur für Arbeit Statistik: **Arbeitslose nach Gemeinden. Jahreszahlen Berichtsjahre 2003 bis 2007**. URL: <http://www.pub.arbeitsagentur.de/hst/services/statistik/detail/a.html> [Stand 27.11.2008]

KPMG (2006): **KPMG-Studie „Trends im Handel 2010“**. URL: <http://www.innovations-report.de/html/berichte/studien/bericht-55130.html> [Stand: 05.11.2008]

mfi (2007): Objekte. Arcaden. Spandau Arcaden. URL: <http://www.mfi.eu/deutsch/objekte/arcaden/spandau-arcaden/zahlen-daten-fakten.html> [Stand 29.07.2007]

MIR (2007): Einzelhandelszentren ab 5.000 m² Verkaufsfläche 2001 im Land Brandenburg. URL: <http://www.mir.brandenburg.de/verkehrsstatistik/Webpages/Tables/HTMLTables/Einzelhandelszentren.htm> [Stand 22.06.2007]

Regionale Planungsgemeinschaft Havelland-Fläming (2008): Übersicht über den Stand der Regionalplanung Havelland-Fläming. URL: <http://www.havelland-flaeming.de/index.php?n=2&id=20100> [Stand 19.11.2008]

Statistisches Bundesamt Deutschland (2007): Konsumausgaben privater Haushalte nach Verwendungszwecken Deutschland. URL: <http://www.destatis.de/jetseed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Content/Statistiken/Zeitreihen/LangeReihen/LebensunterhaltKonsumContent100/lrleb03ga,templateId=renderPrint.psml> [Stand 23.10.2007]

Stadt Nauen (2009): Einwohnerzahlenentwicklung der Stadt Nauen. URL: http://www.nauen.de/media/custom/1082_1116_1.PDF?La=1&object=med|1082.1116.1 [Stand 28.05.2009]

7 Glossar

Convenience Store	Convenience Stores bieten Waren des täglichen Bedarfs sowie Dienstleistungen bis zu einem engen Angebot an gastronomischen Leistungen. Die Ladenöffnungszeiten sind möglichst lang. Die Preise liegen oftmals hoch. Tankstellen-Shops sind typische Convenience Stores.
Discounter	Ein Diskontgeschäft (auch Discounter) ist eine Einzelhandelsbetriebsform, bei der ein auf hohen Lagerumschlag ausgerichtetes enges Warenangebot des Massenbedarfs preisaggressiv angeboten wird. Auf Dienstleistungen wird in der Regel verzichtet. Selbstbedienung und einfache Ladenausstattung sind weitere Merkmale. Discounter fahren eine Dauerniedrigpreispolitik, so dass nur umsatzmäßig starke Handelsbetriebe mit einer Filialkette das entsprechende Einkaufsvolumen erbringen, welches die Voraussetzung für eine langfristig angelegte Niedrigpreispolitik ist.
Einzelhandel	Unter dem Begriff des Einzelhandels ist der Verkauf von Waren an den Endverbraucher zu verstehen.
Einkaufszentrum	Ein Einkaufszentrum, auch Shopping Center genannt, ist eine natürlich gewachsene oder durch Planung entstandene räumliche Konzentration von Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben verschiedener Art und Größe. Diese sind sowohl am Stadtrand als auch in zentralen Innenstadtlagen ansässig.
Einzelhandelszentralität	Die Einzelhandelszentralität gibt Auskunft über die Bedeutung einer Stadt/Gemeinde als Einzelhandelsstandort für das Umland; es wird angegeben, inwiefern der Standort Kaufkraft aus dem Umland anzieht und bindet. Bei einem geringen Zentralitätswert kann der Standort die Kaufkraft der Bevölkerung nicht binden und verliert diese an konkurrierende Standorte.

Ergänzender Einzelhandelsstandort	Als ergänzender Einzelhandelsstandort einzuordnen sind bestehende Standorte mit einem konzentrierten Einzelhandelsangebot außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs. Ein ergänzender Einzelhandelsstandort weist nicht die Qualität eines zentralen Versorgungsbereichs auf; im Gegensatz zum zentralen Versorgungsbereich genießt ein ergänzender Einzelhandelsstandort daher nicht den besonderen Schutz des Baugesetzbuchs. Ergänzende Einzelhandelsstandorte können dennoch von Bedeutung für die örtliche Versorgungsstruktur sein.
Fachgeschäft	Ein Fachgeschäft ist ein branchengebundenes Einzelhandelsgeschäft, welches ein zusammenhängendes Sortiment mit einer tiefen Auswahl und regelmäßig auch mit Dienstleistungen anbietet. Fachgeschäfte zeichnen sich zudem dadurch aus, dass geschultes Personal die Kunden bedient und berät.
Fachmarkt	Ein Fachmarkt ist ein Einzelhandelsbetrieb, oftmals großflächig, mit einem breiten und oft auch tiefen Sortiment aus einer bestimmten Branche (z. B. Bekleidung, Schuhe, Elektroartikel) oder einer bestimmten Bedarfsgruppe (Bsp. Sportfachmarkt, Baumarkt). Das Sortiment eines Fachmarktes wird weitgehend in Selbstbedienung preisaktiv unter Einschluss von Serviceleistungen angeboten. Großflächige Fachmärkte sind in der Regel an peripheren Standorten (Randlagen von Städten) angesiedelt.
Fachmarktzentrum	Ansiedlung von mehreren Fachmärkten, die regelmäßig am Stadtrand anzutreffen sind und über ein umfassendes Stellplatzangebot verfügen.
Flächenproduktivität	Die Flächenproduktivität eines Einzelhandelsbetriebs bezeichnet den Umsatz bezogen auf die Verkaufsfläche. Die Flächenproduktivität variiert zwischen den verschiedenen Einzelhandelsbranchen. Die Flächenproduktivität wird regelmäßig zur Bewertung der Rentabilität herangezogen.

Großflächiger Einzelhandelsbetrieb	Nach der Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts ist ein Einzelhandelsbetrieb mit einer Verkaufsfläche ab 800 m ² großflächig.
Kaufkraft	Die Kaufkraft bezeichnet den Anteil des Einkommens der privaten Haushalte für Konsumzwecke. Mit dem Wert wird das Potenzial eines Standortes, nicht aber der tatsächliche Umsatz angegeben.
Kaufkraftbindung	Meint die Bindung der örtlichen Kaufkraft an den Standort. Siehe Einzelhandelszentralität.
Läden	In der Baunutzungsverordnung wird der Begriff des Ladens verwendet; Läden dienen zur Deckung des täglichen Bedarfs der Bewohner und/oder zur Versorgung des Wohngebiets. Die Rechtsprechung hat für Läden keine Begrenzung der Verkaufsfläche bestätigt, sodass Läden einen Umfang von jeweils bis zu 800 m ² Verkaufsfläche haben können.
Lebensmitteldiscounter	Siehe Discounter
Sortiment	Das Sortiment bezeichnet das Warenangebot, welches ein Einzelhandelsbetrieb anbietet. Unterschieden wird dabei zwischen dem Kern-, Rand- und Zusatzsortiment. Das Kernsortiment bestimmt die Branche des Handelsbetriebes, das Randsortiment dient der Ergänzung des Kernsortiments, und das Zusatzsortiment bezeichnet branchenfremde Waren. Weiterhin können Sortimente als zentrenrelevant, nahversorgungsrelevant oder als nicht zentrenrelevant eingestuft werden.
Sortiment, nahversorgungsrelevant	Nahversorgungsrelevante Sortimente stellen eine Teilmenge der zentrenrelevanten Sortimente dar, die insbesondere Waren des täglichen Bedarfs umfassen, welche der Grundversorgung mit Lebensmitteln und Drogeriewaren dienen.

Sortiment,
nicht zentrenrelevant

Im Gegensatz zu den zentrenrelevanten Sortimenten zeichnen sich die nicht zentrenrelevanten Sortimente dadurch aus, dass sie:

- aufgrund ihrer Eigenheiten mehrheitlich an nicht integrierten Standorten angeboten werden,
- in Folge ihres hohen Flächenanspruchs nicht für zentrale Lagen geeignet sind (Bsp. Gartencenter) sowie
- eine geringe Flächenproduktivität aufweisen.

Sortiment,
zentrenrelevant

Zentrenrelevante Sortimente lassen sich u. a. dadurch charakterisieren, dass sie i. d. R.:

- viele Innenstadtbesucher anziehen,
- einen geringen Flächenanspruch im Verhältnis zur Wertschöpfung haben,
- häufig im Zusammenhang mit anderen Innenstadtnutzungen nachgefragt werden und
- überwiegend ohne Pkw transportiert werden können.

Sind zentrenrelevante Sortimente überdimensioniert oder an nicht integrierten Standorten angesiedelt, sind negative Auswirkungen auf die Zentrenstruktur, insbesondere auf die Innenstadtentwicklung, zu erwarten.

Sortimentsliste

Sortimentslisten weisen die ortsspezifischen zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Warensortimente aus. Eine ortsspezifische Sortimentsliste ist zwingend erforderlich, wenn Einzelhandelsbetriebe anhand ihres Warensortimentes planungsrechtlich gesteuert werden sollen.

Städtebauliches
Entwicklungskonzept

Gemeinden können städtebauliche Entwicklungskonzepte für die Vorbereitung, Durchführung und Steuerung von Stadtumbau- und Stadterneuerungsmaßnahmen aufstellen und durch die Gemeindevertretung beschließen. Auch zentrale Versorgungsbereiche können in einem städtebaulichen Entwicklungskonzept ausgewiesen werden.

Ein von der Gemeindevertretung beschlossenes städtebauliches Entwicklungskonzept ist bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen.

Tankstellenshops	Neben dem Vertrieb von Kraft- und Schmierstoffen bieten Tankstellen in eigenen Shops eine Vielzahl von Waren, auch über den üblichen „Reisebedarf“ hinaus, an. Diese so genannten Tankstellenshops umfassen neben dem Verkauf von Waren und Dienstleistungen regelmäßig auch gastronomische Angebote.
Verbrauchernahe Versorgung	Unter dem Begriff der verbrauchernahen Versorgung ist die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung mit den Waren des täglichen und des periodischen Bedarfs (Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie- und Kosmetikartikel sowie pharmazeutische Waren) zu verstehen. Die nahversorgungsrelevanten Warenangebote sollen sich möglichst in fußläufiger Entfernung des Wohnstandortes befinden (im Radius bis 800 m).
Verkaufsfläche	Zur Verkaufsfläche zählen alle Flächen eines Einzelhandelsbetriebs, auf denen Waren zum Verkauf angeboten werden und die vom Kunden betreten werden können. Die Verkaufsflächen können dabei in einem Gebäude liegen oder auch außerhalb. Dazu zählen u. a.: Flächen der Verkaufstheken für Käse, Fleisch, Wurst etc., Flächen von Kassen und Durchgängen, die Bereiche zum Einpacken der Ware und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials sowie die Flächen des Windfangs.
Vollsortimenter	Der Begriff des „Vollsortimenters“ umfasst im vorliegenden Konzept ausschließlich Lebensmittelgeschäfte. Ein Vollsortiment kennzeichnet den Umfang größerer Einzelhandelsgeschäfte, die ihr Warenangebot in ausreichender Auswahl entweder aus nahezu allen Branchensortimenten zusammensetzen oder ein umfassendes Angebot einer Branchengruppe anbieten.
Zentraler Versorgungsbereich	Der zentrale Versorgungsbereich ist ein räumlich abgrenzbares Gebiet einer Gemeinde, welches aufgrund bestehender Einzelhandelsnutzungen eine zentrale Versorgungsfunktion übernimmt. Diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote ergänzen regelmäßig das Angebot. Zudem unterstreichen oftmals auch weiterführende städtebauliche Qualitäten die Funktion des Bereichs.

8 Anhang

8.1 Erläuterung der Einteilung der „Nauener Sortimentliste“

8.1 Erläuterung der Einteilung der Nauener Sortimentliste

Nr.	Sortimentsklasse	Dazugehörige Unterklasse	Begründung
47.2	Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren	<p>47.21.0 Einzelhandel mit Obst, Gemüse und Kartoffeln Diese Unterklasse umfasst:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Einzelhandel mit frischem Obst und Gemüse und frischen Kartoffeln – Einzelhandel mit zubereitetem und konserviertem Obst und Gemüse und zubereiteten und konservierten Kartoffeln <p>47.22.0 Einzelhandel mit Fleisch und Fleischwaren</p> <p>47.23.0 Einzelhandel mit Fisch, Meeresfrüchten und Fischerzeugnissen</p> <p>47.24.0 Einzelhandel mit Back- und Süßwaren Diese Unterklasse umfasst:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Einzelhandel mit Kakao-, Schokoladen- und Zuckerwaren, kandierten Früchten – Einzelhandel mit Speiseeis – Einzelhandel mit süßen und salzigen Dauerbackwaren und Knabberartikeln – Einzelhandel mit sonstigen Backwaren <p>Diese Unterklasse umfasst nicht:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Verkauf von Speiseeis durch Eiscafé, Eisverkaufswagen oder -stände zum sofortigen Verzehr (s. 56.10.5) <p>47.25.0 Einzelhandel mit Getränken Diese Unterklasse umfasst:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Einzelhandel mit Bier, Wein, Sekt, Spirituosen u. a. alkoholhaltigen Getränken – Einzelhandel mit alkoholfreien Getränken <p><i>Diese Unterklasse umfasst nicht:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Verkauf von Getränken zum Verzehr an Ort und Stelle (s. Gruppe 56.3) <p>47.26.0 Einzelhandel mit Tabakwaren</p> <p>47.29.0 Sonstiger Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln</p>	<p>Die benannten Sortimente sind regelmäßig von Bedeutung für die Nahversorgung der Bevölkerung. Dies konnte auch für die Stadt Nauen bestätigt werden, sodass diese als nahversorgungsrelevante Gruppe in die Sortimentsliste der Stadt Nauen aufgenommen werden. Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren werden an zahlreichen, über das gesamte Nauener Standgebiet verteilten Standorten angeboten.</p>

Nr.	Sortimentsklasse	Dazugehörige Unterklasse	Begründung
47.61.0	Bücher	47.61.0 Einzelhandel mit Büchern <i>Diese Unterklasse umfasst nicht:</i> – Einzelhandel mit gebrauchten oder antiquarischen Büchern (s. 47.79.2)	Die benannten Sortimente sind regelmäßig von Bedeutung für die Nahversorgung der Bevölkerung. Dies soll auch für die Stadt Nauen gelten, sodass diese Sortimente als nahversorgungsrelevante Gruppe in die Sortimentsliste der Stadt Nauen aufgenommen werden. Zum Zeitpunkt der Bestandsaufnahme gibt es im zentralen Versorgungsbereich nur ein inhabergeführtes Fachgeschäft für Bücher. Im Übrigen werden Bücher als Randsortiment von verschiedenen Einzelhandelsbetrieben über das gesamte Stadtgebiet verteilt angeboten.
47.62.1	Zeitschriften und Zeitungen	47.62.1 Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen	Die benannten Sortimente sind regelmäßig von Bedeutung für die Nahversorgung der Bevölkerung. Dies konnte auch für die Stadt Nauen bestätigt werden, sodass diese als nahversorgungsrelevante Gruppe in die Sortimentsliste der Stadt Nauen aufgenommen werden. Zeitschriften und Zeitungen können bislang an verschiedenen Standorte im gesamten Stadtgebiet erworben werden; Betriebe, die Zeitschriften und Zeitungen anbieten, sind nicht nur auf den zentralen Versorgungsbereich der Stadt Nauen beschränkt.
47.73	Apotheken (Arzneimittel)	47.73.0 Apotheken Diese Unterklasse umfasst: – Einzelhandel mit Arzneimitteln	Die benannten Sortimente sind regelmäßig von Bedeutung für die Nahversorgung der Bevölkerung. Dies konnte auch für die Stadt Nauen bestätigt werden, sodass diese als nahversorgungsrelevante Gruppe in die Sortimentsliste der Stadt Nauen aufgenommen werden. Apotheken sind in der Stadt Nauen sowohl im zentralen Versorgungsbereich als auch außerhalb der zentralen Lage im Stadtgebiet ansässig. Auch zukünftige sollen Apotheken in fußläufiger Entfernung erreichbar sein.
47.74	Medizinische und orthopädische Artikel	Einzelhandel mit medizinischen und orthopädischen Artikeln Diese Unterklasse umfasst: – Einzelhandel mit medizinischen Geräten und Hilfsmitteln, Inkontinenzartikeln u. a. Kranken- und Altenpflegeartikeln, orthopädischen Hilfsmitteln, Krankenfahrrädern u. Ä. <i>Diese Unterklasse umfasst nicht:</i> – Einzelhandel mit Arzneimitteln (s. 47.73.0) – Tätigkeit von Augenoptikern (s. 47.78.1)	Die benannten Sortimente sind regelmäßig von Bedeutung für die Nahversorgung der Bevölkerung. Dies konnte auch für die Stadt Nauen bestätigt werden, sodass diese als nahversorgungsrelevante Gruppe in die Sortimentsliste der Stadt Nauen aufgenommen werden. Ebenso wie Apotheken haben sich Einzelhandelsgeschäfte, die medizinische und orthopädische Artikel anbieten, sowohl innerhalb als auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs der Stadt Nauen angesiedelt.

Nr.	Sortimentsklasse	Dazugehörige Unterklasse	Begründung
47.75	Kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel Drogerieartikel (i. S. 52.33.2 WZ 2003)	<p>47.75.0 Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln Diese Unterklasse umfasst:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Einzelhandel mit Feinseifen, Duftwasser, Parfüms, Make-up, Mund- und Haarpflegemitteln, Rasiermitteln u. Ä. – Einzelhandel mit Hygieneartikeln, z. B. Kondome und Binden <p>52.33.2 Einzelhandel mit Drogerieartikeln (gem. WZ 2003) Diese Unterklasse umfasst:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Drogerien (einschließlich Einzelhandel mit anderweitig nicht genannten pharmazeutischen Erzeugnissen und Chemikalien), darunter Feinchemikalien, Saaten- und Pflanzenschutzmittel, Schädlingsbekämpfungsmittel, Rohbrandwein, gereinigter Spiritus, Korn- und Weindestillat; außerdem mit Säuglings- und Kinderkörperpflegemitteln (in Verkaufsräumen) – Einzelhandel mit Hygieneartikeln wie Kondome, Binden usw. (in Verkaufsräumen) 	<p>Die benannten Sortimente sind regelmäßig von Bedeutung für die Nahversorgung der Bevölkerung. Dies konnte auch für die Stadt Nauen bestätigt werden, sodass diese als nahversorgungsrelevante Gruppe in die Sortimentsliste der Stadt Nauen aufgenommen werden.</p> <p>Kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel sowie Drogerieartikel werden sowohl innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs als auch in den ergänzenden Einzelhandelsstandorten der Stadt Nauen angeboten.</p>
47.76.1 (tlw.)	Blumen (nicht aber: Pflanzen, Sämereien und Düngemittel)	<p>47.76.1 (tlw.) Einzelhandel mit Blumen</p> <p><u>Nicht aber:</u> Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln</p>	<p>Die benannten Sortimente sind regelmäßig von Bedeutung für die Nahversorgung der Bevölkerung. Dies konnte auch für die Stadt Nauen bestätigt werden, sodass diese als nahversorgungsrelevante Gruppe in die Sortimentsliste der Stadt Nauen aufgenommen werden. Zahlreiche Blumenläden sind zum Zeitpunkt der Bestandsaufnahme im zentralen Versorgungsbereich der Stadt Nauen ansässig; vereinzelt verteilen sich weitere Betriebe im übrigen Stadtgebiet.</p> <p>Die benannten Sortimente können nicht als prägend für das Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich „Altstadt Nauen“ eingestuft werden. Daher werden diese nicht in die Sortimentsliste der Stadt Nauen aufgenommen.</p>
47.78.1	Augenoptiker	Einzelhandel mit den benannten Sortimenten	Einzelhandelsbetriebe mit einem entsprechenden Sortiment sind sowohl im zentralen Versorgungsbereich „Altstadt Nauen“ als auch in den ergänzenden Einzelhandelsstandorten ansässig. Diese Betriebe sollen in fußläufiger Entfernung erreichbar sein, sodass diese als nahversorgungsrelevante Gruppe in die Sortimentsliste der Stadt Nauen aufgenommen werden.

Nr.	Sortimentsklasse	Dazugehörige Unterklasse	Begründung
47.78.9	Wasch-, Putz-, Reinigungs- und Pflegemittel, Bürsten und Besen, Kerzen	- Einzelhandel mit den benannten Sortimenten	Die benannten Sortimente sind regelmäßig von Bedeutung für die Nahversorgung der Bevölkerung. Dies konnte auch für die Stadt Nauen bestätigt werden, sodass diese als nahversorgungsrelevante Gruppe in die Sortimentsliste der Stadt Nauen aufgenommen werden. Wasch-, Putz-, Reinigungs- und Pflegemittel, Bürsten und Besen, Kerzen werden regelmäßig in Verbindung mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln sowie Drogerieartikeln in der Stadt Nauen angeboten. Derartige Betriebe sind sowohl im zentralen Versorgungsbereich als auch in den ergänzenden Einzelhandelstandorten der Stadt Nauen ansässig.
47.43	Geräte der Unterhaltungselektronik	<p>47.43.0 Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik Diese Unterklasse umfasst:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einzelhandel mit Rundfunk- und phonotechnischen Geräten, CD-Playern, DVD-Aufzeichnungs- und Wiedergabegeräten und Zubehör dafür <p><i>Diese Unterklasse umfasst nicht:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern (s. 47.63.0) 	Einzelhandelsbetriebe mit einem entsprechenden Sortiment sind im zentralen Versorgungsbereich „Altstadt Nauen“ ansässig und von Bedeutung für das Einzelhandelsangebot im zentralen Bereich. Diese werden daher in die Sortimentsliste der Stadt Nauen aufgenommen.
47.51 (tlw.)	Textilien (Stoffe, Kurzwaren, Haus- und Tischwaren, Ausgangsmaterial für Handarbeiten) (nicht aber: Matratzen, Stepp- u. a. Bettdecken, Kopfkissen u. a. Bettwaren)	<p>47.51.0 Einzelhandel mit Textilien Diese Unterklasse umfasst:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einzelhandel mit Haus- und Tischwäsche, z. B. Hand-, Bade- und Geschirrtücher, Tischdecken, Stoffservietten, Bettwäsche - Einzelhandel mit Kurzwaren, z. B. Nähadeln, handelsfertig aufgemachte Näh-, Stopf- und Handarbeitsgarne, Knöpfe, Reißverschlüsse - Einzelhandel mit Ausgangsmaterial für Handarbeiten zur Herstellung von Teppichen und Stickereien <p><u>Nicht aber:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Einzelhandel mit Matratzen, Steppdecken u. a. Bettdecken, Kopfkissen u. a. Bettwaren - Einzelhandel mit Dekorations- und Möbelstoffen, dekorativen Decken und Kissen, Stuhl- und Sesselaufgaben u. Ä. <p><i>Diese Unterklasse umfasst nicht:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Einzelhandel mit Vorhängen und Bodenbelägen (s. 47.53.0) - Einzelhandel mit Bekleidung (s. 47.71.0) 	<p>Einzelhandelsbetriebe mit einem entsprechenden Sortiment sind im zentralen Versorgungsbereich „Altstadt Nauen“ ansässig und prägend für das Einzelhandelsangebot im zentralen Bereich. Diese werden daher in die Sortimentsliste der Stadt Nauen aufgenommen.</p> <p>Im zentralen Versorgungsbereich „Altstadt Nauen“ sind bislang keine Betriebe mit einem entsprechenden Warenangebot ansässig; diese Sortimente können nicht als relevant für das Angebot im zentralen Bereich eingestuft werden. Daher werden diese nicht in die Sortimentsliste der Stadt Nauen aufgenommen.</p>

Nr.	Sortimentsklasse	Dazugehörige Unterklasse	Begründung
47.54 (tlw.)	Elektrische Haushaltsgeräte (nur Elektrokleingeräte; nicht aber: Elektrogroßgeräte wie Wasch-, Bügel- und Geschirrspülmaschinen, Kühl- und Gefrierschränke und -truhen)	<p>Diese Unterklasse umfasst:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Einzelhandel mit Staubsaugern, Nähmaschinen, Bügeleisen usw. für den Haushalt – Einzelhandel mit elektrischen Brotschneidemaschinen, Dosenöffnern, usw. für den Haushalt <p><u>Nicht aber:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – Einzelhandel mit elektrischen Wasch-, Bügel- und Geschirrspülmaschinen, Kühl- und Gefrierschränken und -truhen <p><i>Diese Unterklasse umfasst nicht:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik (s. 47.43.0) 	<p>Einzelhandelsbetriebe mit einem entsprechenden Sortiment sind im zentralen Versorgungsbereich „Altstadt Nauen“ ansässig und von Bedeutung für das Einzelhandelsangebot im zentralen Bereich. Diese werden daher in die Sortimentsliste der Stadt Nauen aufgenommen.</p> <p>Die benannten Sortimente können nicht als prägend für das Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich „Altstadt Nauen“ eingestuft werden. Daher werden diese nicht in die Sortimentsliste der Stadt Nauen aufgenommen.</p>
47.59.2	Keramische Erzeugnisse und Glaswaren	<p>Diese Unterklasse umfasst:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Einzelhandel mit Tafelgeschirr und Ziergegenständen aus Keramik und Glas für den Haushalt <p><i>Diese Unterklasse umfasst nicht:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Einzelhandel mit Antiquitäten (s. 47.79.1) 	<p>Einzelhandelsbetriebe mit einem entsprechenden Sortiment sind im zentralen Versorgungsbereich „Altstadt Nauen“ ansässig und von Bedeutung für das Einzelhandelsangebot im zentralen Bereich. Diese werden daher in die Sortimentsliste der Stadt Nauen aufgenommen.</p>
47.59.3	Musikinstrumente und Musikalien	<p>47.59.3 Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien</p> <p>Diese Unterklasse umfasst:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Noten <p><i>Diese Unterklasse umfasst nicht:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Einzelhandel mit Antiquitäten (s. 47.79.1) 	<p>Einzelhandelsbetriebe mit einem entsprechenden Kernsortiment sind bislang nicht im zentralen Versorgungsbereich der Stadt Nauen ansässig. Da es sich bei diesen Sortimenten regelmäßig um ein höherwertiges Angebot handelt, welches zur Qualifizierung des Angebots im zentralen Versorgungsbereich beitragen kann, wird dieses in die Sortimentsliste der Stadt Nauen aufgenommen.</p>

Nr.	Sortimentsklasse	Dazugehörige Unterklasse	Begründung
47.59.9	Haushaltsgegenstände (u. a. Lampen und Leuchten; Hausrat; Holz-, Korb-, Kork- und Flechtwaren; Sicherheitssysteme)	<p>47.59.9 Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen a. n. g. Diese Unterklasse umfasst:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Einzelhandel mit Hausrat aus Holz, Metall und Kunststoff, z. B. Besteck und Tafelgeräte, Koch- und Bratgeschirr, nicht elektrische Haushaltsgeräte – Einzelhandel mit Holz-, Kork-, Korb- und Flechtwaren <p><u>Nicht aber:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – Einzelhandel mit Lampen und Leuchten – Einzelhandel mit Sicherheitssystemen wie Verriegelungseinrichtungen und Tresoren, ohne Installation oder Wartung – Einzelhandel mit Haushaltsartikeln und Einrichtungsgegenständen a. n. g. <p><i>Diese Unterklasse umfasst nicht:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Einzelhandel mit Antiquitäten (s. 47.79.1) 	<p>Einzelhandelsbetriebe mit einem entsprechenden Sortiment sind im zentralen Versorgungsbereich „Altstadt Nauen“ ansässig und von Bedeutung für das Einzelhandelsangebot im zentralen Bereich. Diese werden daher in die Sortimentsliste der Stadt Nauen aufgenommen.</p> <p>Im zentralen Versorgungsbereich „Altstadt Nauen“ sind bislang keine Betriebe mit einem entsprechenden Warenangebot ansässig; diese Sortimente können nicht als relevant für das Angebot im zentralen Bereich eingestuft werden. Daher werden diese nicht in die Sortimentsliste der Stadt Nauen aufgenommen.</p>
47.62.2	Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel	<p>47.62.2 Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln Diese Unterklasse umfasst:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Einzelhandel mit Füllfederhaltern, Kugelschreibern, Blei- und Farbstiften, Papier und anderem Schreib- und Büromaterial 	<p>Zwei Fachgeschäfte mit einem entsprechenden Sortiment sind im zentralen Versorgungsbereich „Altstadt Nauen“ ansässig und von Bedeutung für das Einzelhandelsangebot im zentralen Bereich. Diese Sortimente werden daher in die Sortimentsliste der Stadt Nauen aufgenommen. Außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs werden Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel lediglich teilweise als Randsortiment geführt.</p>
47.63	Bespielte Ton- und Bildträger	<p>47.63.0 Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern Diese Unterklasse umfasst:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Einzelhandel mit bespielten Tonbändern, Compact Discs und Musikkassetten – Einzelhandel mit Videobändern und DVDs – Einzelhandel mit unbespielten Ton- und Bildträgern 	<p>Einzelhandelsbetriebe mit einem entsprechenden Sortiment sind im zentralen Versorgungsbereich „Altstadt Nauen“ ansässig und von Bedeutung für das Einzelhandelsangebot im zentralen Bereich. Diese werden daher in die Sortimentsliste der Stadt Nauen aufgenommen.</p>
47.64.1	Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör	Einzelhandel mit den benannten Sortimenten	<p>Einzelhandelsbetriebe mit einem entsprechenden Sortiment sind im zentralen Versorgungsbereich „Altstadt Nauen“ bislang nicht ansässig. Da es sich bei diesen Sortimenten regelmäßig um ein höherwertiges Angebot handelt, welches zur Qualifizierung des gesamten Einzelhandelsangebots im zentralen Versorgungsbereich beitragen kann, wird dieses in die Sortimentsliste der Stadt Nauen aufgenommen.</p>

Nr.	Sortimentsklasse	Dazugehörige Unterklasse	Begründung
47.64.2 (tlw.)	Sport- und Campingartikel (ausschließlich Sport-, Freizeit- und Outdoorbekleidung; nicht aber: Sportgeräte, sonstiges Campingzubehör und -möbel, Zelte, Boote)	<p>47.64.2 Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) Diese Unterklasse umfasst:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Einzelhandel mit Sport-, Freizeit- und Outdoorbekleidung <p><u>Nicht aber:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – Einzelhandel mit sonstigen Sport- und Campingartikeln, Anglerbedarf und Booten 	Für die Stadt Nauen kann festgestellt werden, dass von der Sortimentsklasse Sport- und Campingartikel lediglich Sport- und Freizeitbekleidung sowie Sportschuhe als zentrenrelevant eingestuft werden können. Daher werden alle übrigen Sport- und Campingartikel nicht in die Sortimentsliste der Stadt Nauen aufgenommen. Sportschuhe werden in der Bezeichnung der Sortimentsklasse nicht genannt, da diese allgemein durch die zentrenrelevante Sortimentsklasse 47.72.1 Schuhe erfasst werden.
47.65.0	Spielwaren	<p>47.65.0 Einzelhandel mit Spielwaren Diese Unterklasse umfasst:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Einzelhandel mit Spielen und Spielwaren, einschließlich Spielfahrzeuge und Musikspielwaren – Einzelhandel mit Bastelsätzen für den Modellbau <p><i>Diese Unterklasse umfasst nicht:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Einzelhandel mit Videospielekonsolen (s. 47.41.0) – Einzelhandel mit Standardsoftware, einschließlich Videospiele (s. 47.41.0) 	Einzelhandelsbetriebe mit einem entsprechenden Sortiment sind im zentralen Versorgungsbereich „Altstadt Nauen“ ansässig. Dabei ist festzustellen, dass Spielwaren zum Zeitpunkt der Bestandsaufnahme lediglich in Zusammenhang mit anderen Sortimenten als Haupt- oder Randsortiment angeboten werden. Spielwarenfachgeschäfte sind in Nauen nicht ansässig. Dennoch ist der Einzelhandel mit Spielwaren von Bedeutung für das Einzelhandelsangebot im zentralen Bereich; weitere Angebote sollen sich nur hier ansiedeln. Dieses Sortiment wird daher in die Sortimentsliste der Stadt Nauen aufgenommen.
47.71	Bekleidung (für Damen, Herren, Kinder und Säuglinge nebst Bekleidungszubehör)	<p>47.71.0 Einzelhandel mit Bekleidung Diese Unterklasse umfasst:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Einzelhandel mit Oberbekleidung und Wäsche – Einzelhandel mit Gürteln, Hosenträgern, Handschuhen, Krawatten, Schals, Tüchern – Einzelhandel mit Pelzwaren 	Die Bekleidung zählt regelmäßig zu den wichtigsten zentrenrelevanten Angeboten, da diese auf eine hohe Nachfrage trifft und damit Kundenströme auf den jeweiligen Angebotsstandort lenkt. Mehrere Einzelhandelsbetriebe mit einem entsprechenden Sortiment sind im zentralen Versorgungsbereich „Altstadt Nauen“ ansässig und prägend für das Einzelhandelsangebot im zentralen Bereich. Diese Sortimente werden daher in die Sortimentsliste der Stadt Nauen aufgenommen.

Nr.	Sortimentsklasse	Dazugehörige Unterklasse	Begründung
47.72.1	Schuhe	<p>Diese Unterklasse umfasst:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Einzelhandel mit Schuhen <p><i>Diese Unterklasse umfasst nicht:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Einzelhandel mit speziellen Sportschuhen, z. B. Skischuhen (s. 47.64.2) 	<p>Schuhe zählen regelmäßig zu den wichtigsten zentrenrelevanten Angeboten, da diese auf eine hohe Nachfrage treffen und damit Kundenströme auf den jeweiligen Angebotsstandort lenken.</p> <p>Mehrere Einzelhandelsbetriebe mit einem entsprechenden Sortiment sind im zentralen Versorgungsbereich „Altstadt Nauen“ ansässig und prägend für das Einzelhandelsangebot im zentralen Bereich. Diese werden daher in die Sortimentsliste der Stadt Nauen aufgenommen.</p> <p>Hinweis: Sportschuhe, die für den alltäglichen Gebrauch genutzt werden können (z. B. Turn- und Laufschuhe, Badelatschen etc.), zählen zur Unterklasse Einzelhandel mit Schuhen. Diese Sportschuhe sind ebenfalls als zentrenrelevant einzustufen.</p>
47.72.2	Lederwaren und Reisegepäck	<p>Diese Unterklasse umfasst:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Einzelhandel mit Taschen, Koffern, Mappen, Geldbörsen, Reisenecessaires, Etais u. Ä. 	<p>Lederwaren und Reisegepäck zählen regelmäßig zu den wichtigsten zentrenrelevanten Angeboten, da diese auf eine hohe Nachfrage treffen und damit Kundenströme auf den jeweiligen Angebotsstandort lenken.</p> <p>Einzelhandelsbetriebe mit einem entsprechenden Sortiment sind im zentralen Versorgungsbereich „Altstadt Nauen“ ansässig und prägend für das Einzelhandelsangebot im zentralen Bereich. Dabei ist festzustellen, dass sogar ein spezialisiertes Fachgeschäft ansässig ist, was besonders hervorzuheben ist. Diese Sortimente werden daher in die Sortimentsliste der Stadt Nauen aufgenommen.</p>
47.76.2	Zoologischer Bedarf und lebende Tiere	<p>47.76.2 Einzelhandel mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren</p> <p>Diese Unterklasse umfasst:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Einzelhandel mit lebenden Heim- und Kleintieren, Tieren für Aquarien und Terrarien – Einzelhandel mit Futtermitteln für Haustiere – Einzelhandel mit zoologischen Gebrauchsartikeln 	<p>Einzelhandelsbetriebe mit einem entsprechenden Angebot sind im zentralen Versorgungsbereich „Altstadt Nauen“ ansässig und von Bedeutung für das Einzelhandelsangebot im zentralen Bereich. Hervorzuheben ist, dass zum Zeitpunkt der Bestandsaufnahme sogar ein Zoo-Fachgeschäft in der Nauener Innenstadt ansässig ist und die benannten Sortimente nicht nur in Verbindung mit anderen Waren Angeboten werden. Diese werden daher in die Sortimentsliste der Stadt Nauen aufgenommen.</p>

Nr.	Sortimentsklasse	Dazugehörige Unterklasse	Begründung
47.78.3	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel	47.78.3 Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln Diese Unterklasse umfasst: – Einzelhandel mit Andenken, kunstgewerblichen Erzeugnissen und Devotionalien – Einzelhandel mit Sammlerbriefmarken und -münzen – Einzelhandelsleistungen kommerzieller Kunstgalerien	Einzelhandelsbetriebe mit einem entsprechenden Sortiment sind im zentralen Versorgungsbereich „Altstadt Nauen“ ansässig und von Bedeutung für das Einzelhandelsangebot im zentralen Bereich. Der Handel mit Geschenkartikeln ist in der Nauener Innenstadt besonders stark ausgeprägt. Dies wurde auch im Rahmen einer vom DSSW geförderten Innenstadtdanalyse in 2008 betont. Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel werden daher in die Sortimentsliste der Stadt Nauen aufgenommen.
47.77	Uhren und Schmuck	47.77.0 Einzelhandel mit Uhren und Schmuck	Der Einzelhandel mit Uhren und Schmuck zählt regelmäßig zu den wichtigsten zentrenrelevanten Angeboten, da dieser i. d. R. ein höherwertiges Angebot darstellt und damit die Kunden direkt auf den jeweiligen Angebotsstandort lenkt. Einzelhandelsbetriebe mit einem entsprechenden Sortiment sowie zwei entsprechende Fachgeschäfte sind zum Zeitpunkt der Bestandsaufnahme im zentralen Versorgungsbereich „Altstadt Nauen“ ansässig und von Bedeutung für das Einzelhandelsangebot im zentralen Bereich. Diese Sortimente werden daher in die Sortimentsliste der Stadt Nauen aufgenommen.
47.78.2	Foto- und optische Erzeugnisse (ohne Augenoptiker)	47.78.2 Einzelhandel mit Foto- und optischen Erzeugnissen (ohne Augenoptiker) Diese Unterklasse umfasst: – Einzelhandel mit Foto-, Kino- und Projektionsgeräten und Zubehör dafür – Einzelhandel mit optischen Erzeugnissen, z. B. Lupen, Ferngläser, Mikroskope – Einzelhandel mit feinmechanischen Mess- und Prüfinstrumenten u. Ä.	Einzelhandelsbetriebe mit einem entsprechenden Sortiment sind im zentralen Versorgungsbereich „Altstadt Nauen“ ansässig und von Bedeutung für das Einzelhandelsangebot im zentralen Bereich. Diese werden daher in die Sortimentsliste der Stadt Nauen aufgenommen.

Hinweis:

Die Nauener Sortimentsliste weicht u. a. bei den folgenden Sortimenten von den Einstufungen der Listen des Einzelhändlerlasses Brandenburg und der des LEP B-B ab:

- Krafträder, Kraftradteile und –zubehör
- Beleuchtungsartikel
- Computer, Computerteile, periphere Geräte und Software
- Telekommunikationsgeräte und Mobiltelefone
- Antiquitäten und Gebrauchsgüter.

Die benannten Sortimente wurden in den Sortimentslisten des Einzelhändlerlasses Brandenburg und des LEP B-B als zentrenrelevant eingestuft. Für die Stadt Nauen hingegen konnten die benannten Sortimente nicht als zentrenrelevant eingestuft werden; diese Sortimente werden nicht oder aber nicht nur im zentralen Versorgungsbereich „Altstadt Nauen“ angeboten und sollen daher nicht auf die zentrale Lage begrenzt werden. Zudem wurde bei der Ausweisung der ortsspezifischen Sortimente in Nauen hinsichtlich der zu einer Sortimentsklasse zählenden Unterklassen differenziert; einige Unterklassen wurde nicht als zentrenrelevant eingestuft, obwohl die Sortimentsklasse selbst als zentrenrelevant identifiziert wurde. Aufgrund der ortsspezifischen Gegebenheiten wurde von der empfehlenden Einordnung dieser Listen abgewichen.